



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA GRADUAÇÃO
COORDENADORIA DE ENSINO E INTEGRAÇÃO ACADÊMICA
NÚCLEO DE GESTÃO ACADÊMICA DE CURSOS E CURRÍCULOS

PLANO DE
CURSO DE
COMPONENTE
CURRICULAR

CENTRO
CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS

CURSO
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

DOCENTE: Claudia Regina Trindade Teodoro TITULAÇÃO: Mestre	Em exercício na UFRB desde: Janeiro/2017
---	---

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO	CARGA HORÁRIA¹			ANO/SEMESTRE
		T	P	TOTAL	
GCAH790	Fundamentos e Técnicas da Comunicação	85		85	2018.1

EMENTA

Ementa: Os fundamentos da comunicação humana. Comunicação e sociedade. As condições de produção, circulação e o consumo de mensagens através dos variados veículos de comunicação social. As políticas que determinam e condicionam o processo de informação. As diversas formas de controle da informação. O conhecimento e suas possibilidades. A pesquisa científica e a teoria do conhecimento. O ato de estudar: leitura, análise e interpretação de textos. A redação científica: fichamentos, resenhas, revisão bibliográfica e relatórios de pesquisa. Apresentação técnica do trabalho científico e as normas da ABNT.

OBJETIVOS

- Reconhecer o papel dos veículos e dos profissionais da comunicação no processo comunicacional, considerando o contexto da convergência midiática.
- Analisar diferentes aspectos do mercado regional, no âmbito do jornalismo e publicidade relacionado com o mercado nacional, para desenvolver planos de ação.
- Trabalhar os múltiplos canais de comunicação sociais adequadamente, apropriando-se dos códigos e linguagens de cada meio e identificando o perfil do público de cada um deles
- Comunicar, interpretar e produzir textos orais e escritos do meio acadêmico e profissional;
- Proporcionar ao aluno a percepção crítica de si, de sua linguagem e do mundo, orientando-o na leitura, análise e interpretação de textos escritos em seus diversos gêneros (informativo, opinativo, dissertativo, crítico, poético etc.);
- Estimular o espírito crítico e o gosto pela leitura, incluindo a discussão de temas contemporâneos;

¹ T = Teórico P = Prático

METODOLOGIA

- Aulas expositivas e práticas, buscando a análise de peças publicitárias impressas e eletrônicas selecionadas, exercícios de fixação, leitura de textos relativos aos temas trabalhados em sala, além de atividades em grupo e bate papo com profissionais do mercado.

RECURSOS

- Quadro branco
- Data Show

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Processo de comunicação na sociedade: evolução da comunicação humana e comunicação de massa; e principais meios de comunicação de massa, seus limites e função na sociedade.
- Habilitações da comunicação social.
- Comunicação social: fundamentos; história e evolução; modelo de um-para-muitos e os diversos veículos de comunicação de massa. Meios de comunicação: características, linguagens, vantagens e desvantagens; limites; e tipo de público consumidor
- Os parâmetros para a produção textual no meio acadêmico
- Variedades linguísticas e uso literário artístico da linguagem
- As diferenças entre a língua padrão e a norma culta.
- As variantes da oralidade e da escrita
- Tipos de textos e veículos informativos
- Técnicas de comunicação oral para o meio acadêmico e profissional

AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

- 1) Prova de aproveitamento
- 2) Atividades individuais e em grupo
- 3) Participação em sala de aula e evolução durante o curso.

ACORDO PEDAGÓGICO

- Para a aprovação do aluno, além dos trabalhos e avaliações, será levada em conta a participação em sala de aula (interesse + disciplina + desempenho nas discussões em aula + frequência + pontualidade).

REFERÊNCIAS

Bibliografia Básica:

BOUGNOUX, Daniel. Introdução às ciências da comunicação. Bauru, SP: EDUSC, 1999.

MATTELART, Armand e MATTELART, Michele. História das teorias da comunicação. 2.ed. São Paulo: Loyola, 1999.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa: Editorial Presença, 1994

Complementar:

BRAGA, Jose Luiz. A sociedade enfrenta sua mídia dispositivos sociais de crítica mediática. São Paulo Paulus, 2006.

CORRÊA, Roberto. Contato Imediato com planejamento de propaganda. 9 ed. São Paulo: Global, 2004

ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados. 6 ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas. Manual de estilo acadêmico: monografias, dissertações e teses. 2.ed. Salvador: Edufba, 2003.

MORIN, Edgar. Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo. 3.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez Editora, 2000.

REGISTROS DE APROVAÇÃO

**Aprovado em reunião do Colegiado
Conselho de Centro**

Local:

Data:

Data:

Coordenação do Colegiado do Curso

Docente



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA GRADUAÇÃO
COORDENADORIA DE ENSINO E INTEGRAÇÃO ACADÊMICA
NÚCLEO DE GESTÃO ACADÊMICA DE CURSOS E CURRÍCULOS

PLANO DE CURSO DE COMPONENTE CURRICULAR

CENTRO

CAHL

CURSO

BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

DOCENTE: Robério Marcelo Ribeiro

Em exercício na UFRB desde: 2006

TITULAÇÃO: Doutor

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO	CARGA HORÁRIA ²			ANO/SEMESTRE
		T	P	TOTAL	
CAH 297	Oficina de Textos	34	34	68	2018.1

EMENTA

Questões sociais da linguagem que interferem na produção e na utilização da língua escrita, produção de textos e análise das funções linguísticas. Texto identificado como acadêmico, embasado nos padrões científicos de produção e divulgação de conhecimento.

OBJETIVOS

- Introduzir e aprofundar questões ligadas às práticas sociais de linguagem; leitura e escrita; produção e interpretação de texto.
- Analisar as funções e os gêneros linguísticos. Abordar e desenvolver o uso das técnicas para a elaboração de textos. Apresentar, definir e trabalhar os textos científicos, suas modalidades, características e especificidades.
- Avaliar e discutir os padrões científicos de produção e divulgação do conhecimento.
- Mostrar as dificuldades mais frequentes e como fazer para melhorar a redação, ampliando o vocabulário e evitando erros e vícios de linguagem.
- Buscar o desenvolvimento de estilo próprio e estimular a produção de textos mais elegantes e, sobretudo, adequados às exigências acadêmicas.

METODOLOGIA

Aulas expositivas. Apresentação de textos por meio de Seminários. Realização de seminários e debates a partir de material bibliográfico e/ou audiovisual.

RECURSOS

Sala com lousa, datashow e/ou TV.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Questões sociolinguísticas do português.
- Língua e linguagem.
- Práticas sociais de leitura e escrita
- Os gêneros da linguagem
- Língua padrão e norma culta.
- O desenvolvimento da escrita.
- O texto acadêmico: técnicas, modalidades, características.
- Orientação redacional

² T = Teórico P = Prático

AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

- Trabalhos
- Seminários
- Participação do aluno nas atividades propostas

REFERÊNCIA

Básica (mínimo 03):

CLAYER, Ronald. **Escrever sem doer**: Oficinas de redação. 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas. **Manual de estilo acadêmico**: monografias, dissertações e teses. 2.ed. Salvador: Edufba, 2003.

FARACO, Carlos; TEZZA, Cristóvão. **Prática de texto**: para estudantes universitários. 11 ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

Complementar:

CAGLIARI, Luiz Carlos. **Alfabetização e lingüística**. São Paulo, Scipione, 2001.

CHACON, L. **Ritmos da escrita**: uma organização do heterogêneo da linguagem. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

CHALHUB, Samira. **Funções da linguagem**. São Paulo: Ática, 1999

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro**: do leitor ao navegador. São Paulo: Unesp, 1999.

DINIZ, J. Péricles. **O jornal na escola**: Estratégias de uso para a formação de novos leitores e a construção de cidadania. Salvador: Eduneb, 2012.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2005.

PECORA, A. **Problemas de redação**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

SÁ, Raul. **Orientação redacional**: estudos de estilística da língua portuguesa. Salvador: Ufba, 1980.

SEARLE, J.R. **Expressão e significado**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

SILVA, M.J.P. **Comunicação tem remédio**. São Paulo: Gente, 1996.

SOARES, Magda Becker. **Letramento, um tema em três gêneros**. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

REGISTROS DE APROVAÇÃO

Aprovado em reunião do Colegiado

Conselho de Centro

Local:

Data:

Data:

Coordenação do Colegiado do Curso

Docente



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA GRADUAÇÃO
COORDENADORIA DE ENSINO E INTEGRAÇÃO ACADÊMICA
NÚCLEO DE GESTÃO ACADÊMICA DE CURSOS E CURRÍCULOS

PLANO DE CURSO DE COMPONENTE CURRICULAR

CENTRO

Centro de Artes, Humanidades e Letras (CAHL)

CURSO

Publicidade e Propaganda

DOCENTE: Renata Pitombo Cidreira

Em exercício na UFRB desde: 09/2006

TITULAÇÃO: Doutora

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO	CARGA HORÁRIA ³			ANO/SEMESTRE
		T	P	TOTAL	
CAH 292	Teorias da Comunicação	85h		85h	2018.1

EMENTA

O que é teoria. Comunicação mediatizada. Estudo das origens e das correntes iniciais da comunicação. Contribuições interdisciplinares para a constituição das teorias da comunicação. As correntes e os autores mais significativos. Desdobramentos atuais das correntes fundamentais.

OBJETIVOS

Estimular o debate sobre o que é comunicação e promover a discussão sobre a importância do processo comunicativo para a vida humana. Proporcionar ao aluno o primeiro contato com as diversas correntes teóricas da comunicação.

METODOLOGIA

Aulas expositivas;
Leituras e discussões de textos;
Apresentação de Seminários;
Exibição de filmes;
Exercícios práticos realizados em sala;
Recursos: Retroprojektor, lousa, datashow e vídeo.

RECURSOS

- Datashow
- Lousa

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

³ T = Teórico P = Prático

Introdução

O que é comunicação?

Modulo I – Um questionamento sobre as Teorias da Comunicação

O ato comunicativo – Marcondes Filho

A interdisciplinaridade da comunicação - Martino

Comunicação e cultura - Cidreira

Modulo II – Concepção Sociológica da Comunicação

Escola de Frankfurt ou A Teoria Crítica - Wolf

A Teoria Culturológica - Wolf

Estudos Culturais - Wolf

Modulo III – Concepção Pragmática da Comunicação

Mídia e Consumo – Baudrillard

Mídia e Reprodutibilidade - Benjamin

A Aldeia Global - McLuhan

AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

Avaliação Individual (Prova) – Peso 10,0

Avaliação em grupo (Seminários) – Peso 10,0

Avaliação em grupo (Exercícios em sala) – Peso 10,0

REFERÊNCIA

Básica (mínimo 03):

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução de Arthur Marao. São Paulo: Edições 70, 1981.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In LIMA, Luiz Costa. **Teorias da Cultura de Massa**. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, Ltda, 1964.

Complementar:

BOUGNOUX, Daniel. **Introdução às ciências da comunicação**. Bauru, SP: EDUSC, 1999.

CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da comunicação visual**. Tradução de Alba Olmi. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

CIDREIRA, Renata Pitombo. Comunicação e cultura In GODINHO, Luís Flávio, SANTOS, Fábio Josué (Org.). **Recôncavo da Bahia: educação, cultura e sociedade**. Amargosa, Bahia: Editora CIAN, 2007.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. 6. ed. -. São Paulo: Perspectiva, 2001.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autentica, 2001.

FILHO, Ciro Marcondes. **Até que ponto, de fato, nos comunicamos**. São Paulo: Paulus, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MARTINO, Luis Mauro Sa. **Comunicação: troca cultural?**. São Paulo: Paulus, 2005.

MARTINO, Luiz, BERGER, Charles e CRAIG, Robert (Org.). **Teorias da Comunicação: Muitas ou Poucas?** Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo /**. 3. ed. -. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

PERNIOLA, Mario. **Contra a comunicação**. Tradução de Luisa Raboline. São Leopoldo-Rio Grande do Sul: Editora Unisinos, 2006.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 3. Ed. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

REGISTROS DE APROVAÇÃO

Aprovado em reunião do Colegiado

Conselho de Centro

Local:

Data:

Data:

Coordenação do Colegiado do Curso

Docente



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO
COORDENAÇÃO DE ENSINO E INTEGRAÇÃO ACADÊMICA
NÚCLEO DE GESTÃO DIDÁTICO PEDAGÓGICO

PROGRAMA DE COMPONENTES CURRICULARES

CENTRO

CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS

COLEGIADO

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO

GCAH 791

TÍTULO

Fundamentos da Expressão e Comunicação Artísticas

CARGA HORÁRIA

T	P	E	TOTAL
34	51		85

NOME DO DOCENTE

Juliano Mascarenhas

ANO/SEMESTRE

2018.1

EMENTA

Contribuições das artes para as narrativas visuais em comunicação. Enlaces entre a expressão e comunicação artística e importância da imagem para o jornalismo impresso e digital. A fotografia, a charge e infografia enquanto expressões artísticas e seus respectivos papéis na comunicação.

OBJETIVOS

- Compreender e identificar as variadas contribuições das artes para as narrativas visuais em comunicação;
- Analisar, de forma crítica e consciente, os múltiplos usos da imagem pelo jornalismo impresso e digital reconhecendo sua importância;
- Elaborar produtos aplicando os aspectos teóricos estudados;
- Exercitar o trabalho individual, em dupla e em grupo, apresentado e debatendo os resultados.

METODOLOGIA

- Aulas expositivas, debates e produção de textos.
- Análise de imagens referenciais da história da arte e da comunicação e debates sobre as mesmas.
- Exercícios e estudos dirigidos.
- Exibição de documentário.
- Realização de seminários.
- Execução de produtos laboratoriais.
-

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Apresentação do docente, dos discentes. Apresentação da ementa do componente curricular e da proposta de avaliação de modo processual comentando a importância da mesma para a formação dos estudantes.

Arte e comunicação. Linguagem. Signo. Código. A língua. As linguagens artísticas Abstração. Construção. Expressão.

2. O pictograma. Atividade - Execução de pictograma (individual).
3. A beleza e a feiura. Atividades - Leitura e síntese de textos.
4. A arte grega através dos séculos e a influência de seus referenciais na comunicação. Apresentação de vídeo. Atividade - Debate - O que é belo?
5. Níveis de recepção e envio de mensagens visuais. Leitura e síntese de texto.
6. O homem e as máquinas. Leitura de texto. Atividade - Elaboração de *power point* e apresentação.
7. Elementos básicos da comunicação visual. Atividade – Execução de produto laboratorial – cartão de visitas (individual)
8. Avaliação escrita individual. - Exibição de documentário.

UNIDADE II

9. Imagem, ética e comunicação. Atividade - produção de mensagens (individual)
10. A composição. Atividade (início) - produção de fotografias voltadas para produto laboratorial (em dupla).
11. Atividade (conclusão e apresentação) – Produto laboratorial com fotografias.
12. O folder. – Execução de produto laboratorial (em equipe)
13. Seminários – Linguagens visuais na comunicação.
14. Infografia. Conceito. História. Estilos infográficos na comunicação. Atividade (início) – Produção de infográficos (equipe)
15. Atividade (conclusão e apresentação) – Produção de infográficos (equipe)
16. O mundo virtual e as linguagens artísticas. Atividade – Atividade: análise e debate sobre obra de arte contemporânea (equipe)
17. Apresentação dos trabalhos desenvolvidos durante o semestre.

AVALIAÇÃO

A avaliação deverá ser processual, contemplando aspectos teóricos e práticos.
(As aulas propostas para as atividades poderão ser alteradas para outros dias, caso haja necessidade).

PRIMEIRA NOTA: 10. Composição da nota:

1. Síntese de textos (Aula 3). Cartão de visitas (Aula 7). Atividades individuais. Valor de cada: 2,5.
2. Prova escrita individual (Aula 8) - Valor: 5.

SEGUNDA NOTA: 10. Composição da nota:

3. Apresentação de seminário e entrega de folder (Aula 13). Atividades em equipe. Valor: 7,0 (5,0 seminário. 2,0 folder)
4. Apresentação de infográficos (Aula 15). Atividade em equipe. Valor: 3,0

BIBLIOGRAFIA

JANSON, H. W. e JANSON, Anthony F. **Iniciação à história da arte**. 2ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da cultura de massa**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

Complementar:

DONDIS, A. Donis. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes: 2003.

ECO, Umberto (Org.). **História da feiúra**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

_____. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GOMBRICH, E. H. **A história da arte**. 16. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

LEVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 2005.

RIBEIRO, Susana Almeida. Infografia de imprensa. História e análise ibérica comparada. Lisboa: Edições Minerva Coimbra, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. O homem e as máquinas. In: DOMINGUES, Diana (Org.). **A arte no século XXI A humanização das tecnologias**. São Paulo: UNESP, 1997.

TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e jornalismo**. Salvador: Edufba, 2010.

<http://www.itaucultural.org.br>

<http://www.mowa.org/>

<http://www.louvre.fr/>

<http://www.informationisbeautiful.net/>

<http://super.abril.com.br/>

<http://www.parismatch.com/>

<http://www.memoriaviva.com.br/>

<http://www.ziraldo.com.br/>

Aprovado em Reunião do Conselho de Centro: ____/____/____.

Direção do Centro

Coordenação do Colegiado



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA GRADUAÇÃO
COORDENADORIA DE ENSINO E INTEGRAÇÃO ACADÊMICA
NÚCLEO DE GESTÃO ACADÊMICA DE CURSOS E CURRÍCULOS

PLANO DE CURSO DE COMPONENTE CURRICULAR

CENTRO

CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS

CURSO

BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

DOCENTE: Thais Joi Martins

Em exercício na UFRB desde: novembro\2015

TITULAÇÃO: Doutora

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO	CARGA HORÁRIA ⁴			ANO/SEMESTRE
		T	P	TOTAL	
GCAH789	INTRODUÇÃO À TEORIA SOCIAL	85		85	2018.1

EMENTA

As diversas correntes teóricas e interpretativas para análise da sociedade, por meio de construções teórico conceituais interdisciplinares, incluindo sociologia, antropologia, ciência política e os pressupostos filosóficos.

OBJETIVOS

A disciplina abordará a construção social das diferenças a partir dos padrões de normalidade e desvio social. Assim, iniciará com uma discussão sobre a temática da dominação trazendo à Luz o subtema da dominação masculina. Dentro da mesma temática da dominação buscaremos abordar também a temática acerca das relações raciais no Brasil.

Na sequência, o curso nos permitirá refletir sobre a criação histórica dos “anormais” (a prostituta, o homossexual, o criminoso e o louco) e a forma como as ciências humanas se relacionaram com práticas sociais normalizadoras, ou seja, voltadas para o controle social. Neste mesmo intuito, analisaremos a formação da sociologia e de outros saberes como a criminologia, a sexologia e a eugenia. O objetivo da disciplina é apresentar um panorama claro e consistente dos estudos sobre normalidade, desvio e diferença de forma a fornecer meios para que o/a estudante possa lidar com as questões contemporâneas da relação com o “Outro” e o respeito à diversidade. É importante mencionar que esta disciplina terá inspiração teórica na disciplina sociologia das Diferenças abordada pelo especialista no tema Richard Milkolci.

METODOLOGIA

Pretendemos trabalhar com aulas expositivas, com a leitura de textos e das obras mais relevantes para tratarmos da temática a ser discutida e com material audiovisual como vídeos, filmes, power point, prezi (presentation software).

RECURSOS

Usaremos como recursos uma televisão para conteúdo audiovisual, lousa, pincel, power point, e prezi para apresentação de slides.

⁴ T = Teórico P = Prático

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- A dominação simbólica e o poder simbólico
- A dominação masculina e a dominação racial
- Desvio e normalidade: Família Burguesa e Normalização\ A Construção Social dos Anormais
- Tipos de desvio: criminologia, sexologia, eugenia: história das relações entre saberes e práticas normalizadoras
- A diferença como desconstrutora do desvio social
- As abordagens contemporâneas da diferença: A teoria Queer

AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

Faremos 4 tipos de avaliações: Trabalharemos com 3 módulos e serão realizadas uma avaliação correspondente para cada módulo que constará da análise de 3 filmes. Essas avaliações incorrerão na discussão do filme por parte dos grupos e posteriormente da entrega final de relatórios que constarão da análise do filme bem como do vínculo deste com a teoria passada em sala de aula. Cada qual valerá (10,0 pontos).

Por último, recorreremos a uma avaliação final escrita (valor 10,0 pontos)

REFERÊNCIA

Bibliografia:

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 20.ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

BORDIEU, P. **O poder simbólico**. 2.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

Bibliografia Complementar:

ANDERSON, P. **As origens da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. 3.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CORCUFF, P. **As Novas Sociologias: construções da realidade social**. Bauru: EDUSC, 2001.

DURKHEIM, E. **As Regras do Método Sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

GIDDENS, A.; TURNER, J. **Teoria social hoje**. São Paulo: Editora Unesp, 1999.

Borges, Dain: "Inchado, feio, preguiçoso, inerte": A Degeneração no Pensamento Social Brasileiro 1880-1940

Tradução de Richard Miskolci. In: Miskolci, Richard. (Org.) Dossiê Normalidade e Desvio Social. São Paulo: mimeo, 2004.

Miskolci, Richard. Normalidade, Desvio, Diferença. In: Miskolci, Richard. (Org.) Dossiê Normalidade e Desvio Social. São Paulo: mimeo, 2004.

Foucault, Michel. *História da Sexualidade II*. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1985.

_____. *Os Anormais*. São Paulo, Martins Fontes, 2001.

_____. *Vigiar e Punir*. Tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis, Vozes, 1998.

REGISTROS DE APROVAÇÃO

Aprovado em reunião do Colegiado

Conselho de Centro

Local:

Data:

Data:

Coordenação do Colegiado do Curso

Docente



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA GRADUAÇÃO
COORDENADORIA DE ENSINO E INTEGRAÇÃO ACADÊMICA
NÚCLEO DE GESTÃO ACADÊMICA DE CURSOS E CURRÍCULOS

PLANO DE CURSO DE COMPONENTE CURRICULAR

CENTRO

CAHL - Centro de Artes, Humanidades e Letras

CURSO

Publicidade e Propaganda

DOCENTE: Daniela Ribeiro e Milene Migliano

Em exercício na UFRB desde: 2016.2 e 2017.1

TITULAÇÃO: Mestre e Doutora

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO	CARGA HORÁRIA ⁵			ANO/SEMESTRE
		T	P	TOTAL	
GCHA308	Comunicação, Ética e Legislação	85		85h	2018.1

EMENTA

Ética profissional. Leis que regem a atividade publicitária. Regulamentação e autoregulamentação da publicidade. Mercado de trabalho e responsabilidade social. Estudo da defesa do consumidor. A propaganda ideológica e os conceitos de verdade.

OBJETIVOS

Discutir o conceito de ética, apresentar a regulamentação e legislação a respeito dos códigos aplicáveis à publicidade e desenvolver a capacidade de formulação de pensamento crítico nos estudantes

METODOLOGIA

Aulas expositivas e dialogadas, intercaladas por análises de anúncios, trazidos pela professora e pelos alunos. Leitura e discussão de textos e estudos de casos. Análise de campanhas publicitárias a partir dos conceitos e conteúdos trabalhados.

RECURSOS

Sala com quadro para escrita, computador ligado à televisão, isto é, com possibilidade de projeção de imagens e sonorização.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Ética – conceito geral – e na Publicidade e Propaganda
- Gerenciamento de crises- interferência dos aspectos éticos
- Função social do publicitário - entidade de classes
- Código de Ética dos profissionais de Publicidade e Propaganda
- Diretrizes éticas nas categorias de anúncios
- Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária
- Publicidade abusiva e enganosa

⁵ T = Teórico P = Prático

- Publicidade para crianças: especificidades
- Publicidade de bebidas alcóolicas, cigarros e medicamentos
- A linguagem na criação publicitária e os princípios normativos.

AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

Espera-se que os estudantes matriculados leiam com atenção os textos propostos pelas professoras e discutam amplamente os temas em sala de aula.

Realização de Avaliação Individual e demais avaliações processuais, compostas de produção de ensaios e apresentações em grupo.

Também realizaremos uma auto-avaliação ao final da disciplina, conjuntamente.

REFERÊNCIA

Bibliografia Básica:

BARROS, Clovis. Ética na comunicação. São Paulo: Moderna, 1995.

CORNU, Daniel. Ética da informação. São Paulo: Edusc, 1998.

SA, A. L. Ética profissional. São Paulo: Atlas, 2001.

Bibliografia Complementar:

BORDIEU, Pierre. Sobre a Televisão. Rio, Jorge Zahar Editor, 1997.

COSNTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERAL DO BRASIL. 21 ed. São Paulo: Editora Saraiva.

GRAMSCI, Antonio. Os intelectuais e a organização da cultura. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

MAAR, Wolfgang. Léo. O que é política. São Paulo: Brasiliense (Coleção Primeiros Passos), 1985.

VALLS, Álvaro. O que é ética. São Paulo: Brasiliense, 1989.

Manual do código de ética em Publicidade e Propaganda - <http://appbrasil.org.br/app-brasil/servicos-e-manuais/codigo-de-etica-dos-profissionais-de-propaganda/>

REGISTROS DE APROVAÇÃO

Aprovado em reunião do Colegiado

Conselho de Centro

Local:

Data:

Data:

Coordenação do Colegiado do Curso

Docente



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO
COORDENAÇÃO DE ENSINO E INTEGRAÇÃO ACADÊMICA
NÚCLEO DIDÁTICO PEDAGÓGICO

PROGRAMA DE
COMPONENTES
CURRICULARES

CENTRO

CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS - CAHL

COLEGIADO

Publicidade e Propaganda

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO

GCAH825

TÍTULO

Editoração e Processos Gráficos

CARGA HORÁRIA

T	P	E	TOTAL
34	51		85

NOME DO COORDENADOR / ASSINATURA

PROFESSOR: Juliano Mascarenhas

ANO

2018.1

EMENTA

Abordagem contemporânea das novas tecnologias de comunicação. A digitalização como a base técnica das novas mídias derivadas da convergência da telefonia, da transmissão de dados, da radiodifusão e das redes de computador. Os processos de comunicação no contexto das modificações tecnológicas e culturais proporcionadas pelas redes da sociedade contemporânea; os novos formatos de rádio e televisão. A Cultura da interface. A tipografia. Medidas gráficas, famílias, estilos e fontes. Sistemas de composição e técnicas de impressão. Percepção visual: leis da Gestalt. Elementos visuais. Teoria das cores. Layout. Edição de textos e imagens. Correntes estéticas. O espaço em branco e das cores. Formatos de impressos para publicidade.

OBJETIVOS

- Identificar e empregar os variados recursos apresentados em edição de textos e imagens.
- Elaborar produtos aplicando os aspectos teóricos apresentados;
- Aplicar estudos realizados em trabalhos de caráter interdisciplinar;
- Desenvolver produtos laboratoriais de modo individual, em dupla e em grupo.

METODOLOGIA

- Aulas expositivas.
- Exercícios e estudos dirigidos.
- Desenvolvimento de produtos laboratoriais.
- Análise e discussão de trabalhos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Percepção visual: leis da Gestalt. Elementos visuais.
- Teoria das cores. O espaço em branco e das cores.
- A tipografia. Medidas gráficas, famílias, estilos e fontes.
- Sistemas de composição e técnicas de impressão.
- Layout: edição de textos e imagens.
- Abordagem contemporânea das novas tecnologias de comunicação.
- Elaboração de planos.
- Planejamento, elaboração de projeto, apresentação e acompanhamento de campanha publicitária.
- Desenvolvimento de produtos laboratoriais.

AValiação

- Elaboração de projetos.
- Desenvolvimento de produtos laboratoriais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LEÃO, Lucia. **Cibercultura**. São Paulo: Nojosa, 2003.
COLARO, Antonio. **Projeto Gráfico: Teoria e técnica da diagramação**. São Paulo. Summuns, 2010.
STEVEN, JOHNSON. **Cultura da interface**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**. Callis, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AUMONT, Jaques. **A imagem**. São Paulo: Papyrus, 1993.
CHINEN, Nobu. **Design gráfico. Curso completo**. São Paulo: Scala, 2011.
Indeterminado. **O essencial do Design Gráfico**. São Paulo: SENAC, 2013.
MESQUITA, Francisco. **Comunicação Visual, Design na Publicidade**. São Paulo: Media XX, 2015.
GOBE, Marc. **BrandJam: O design emocional na humanização das marcas**. São Paulo: Rocco, 2010.

Aprovado em Reunião, dia ____/____/____.

Diretor do Centro

Coordenador do Colegiado



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA GRADUAÇÃO
COORDENADORIA DE ENSINO E INTEGRAÇÃO ACADÊMICA
NÚCLEO DE GESTÃO ACADÊMICA DE CURSOS E CURRÍCULOS

PLANO DE CURSO DE COMPONENTE CURRICULAR

CENTRO

CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS

CURSO

BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

DOCENTE: JUCIARA MARIA NOGUEIRA BARBOSA

Em exercício na UFRB desde: 9/2011

TITULAÇÃO: DOUTORA

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO	CARGA HORÁRIA ⁶			ANO/SEMESTRE
		T	P	TOTAL	
GCAH823	OFICINA DE FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA	34	51	85	2018.1

EMENTA

História da fotografia. A fotografia na publicidade. Técnicas e equipamentos. A câmera profissional e seus acessórios (objetivas, flash, fotômetro, filtros, entre outros). Ângulos e enquadramentos. Teoria e prática na composição da imagem fotográfica, com análise de resultados.

OBJETIVOS

- Introduzir o estudo da fotografia facultando a pesquisa e apresentação de aspectos históricos e teóricos, destacando profissionais renomados;
- Propiciar o domínio de aspectos teóricos e práticos para a composição de imagens;
- Promover o conhecimento do uso da câmera fotográfica e seus acessórios visando desenvolver habilidades capazes de assegurar a obtenção de imagens de qualidade técnica e estética;
- Contribuir para o melhor desempenho profissional a partir da aquisição de conhecimentos tanto no que tange a criação como a produção e realização, destacando as possibilidades do emprego da fotografia em peças publicitárias através de iniciativas de cunho interdisciplinar,
- Propiciar subsídios para realização e análise das fotografias produzidas, capacitando para uma avaliação tanto a nível técnico como estético.

METODOLOGIA

Aulas teóricas expositivas;

Aulas práticas englobando uso e manuseio dos equipamentos e acessórios em atividades externas, em estúdio e no laboratório de informática;

Seminários;

Planejamento e execução de fotos de produtos (para panfleto); alimentos (para banner e mobiliário urbano); hotéis (para folder); vestuário (para anúncio impresso – revista); retratos (variados usos).

Projeto interdisciplinar - Elaboração de peças publicitárias contendo fotografias: outdoor; anúncio impresso (página de jornal); criação para Instagram e Giff.

⁶ T = Teórico P = Prático

RECURSOS

Câmeras fotográficas e objetivas diversas; equipamentos do estúdio; TV, lousa, computadores (com internet).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Apresentação da professora, dos estudantes. Leitura da ementa e detalhamento do plano de curso. Definição de equipes para seminários. Apresentação de propostas interdisciplinares e dos modos de avaliação. A fotografia publicitária. Noções preliminares de composição fotográfica. Enquadramento. Os planos e ângulos. Atividade 1 - realização de fotos considerando os planos. Pesquisa e registro de 10 diferentes usos de fotografia em anúncios.
2. Evento.
3. Aspectos históricos, teóricos e práticos para a composição de imagens fotográficas. Apresentação das pesquisas, análise e discussão levando em conta regras de composição. Atividade 2: elaboração de vídeo empregando regras de composição (com 20 fotos).
4. Luz. Tipos de objetivas e seus usos. Abertura. Diafragma. Profundidade de campo. Foco. Velocidade. Atividade 3: realização de fotos priorizando velocidade.
5. Tipos de objetivas e seus usos. Abertura. Diafragma. Profundidade de campo. Foco. Velocidade. Atividade 4: realização de fotos priorizando foco.
6. O estúdio. Atividade 5: realização de fotos de produtos (para panfleto – trabalho interdisciplinar);
7. Seminários (1 e 2). Fotografando pessoas – considerações. Aspectos históricos. Renomados fotógrafos. Técnicas. Atividade: planejamento e produção para fotos.
8. Aula de campo. Atividade 6 - realização de fotografias (para anúncio impresso em revista e/ou cartaz - trabalho interdisciplinar – Temas propostos: moda; campanha política; clínica médica; escola).
9. Como fotografar alimentos e bebidas. Atividade: planejamento e produção para fotos de alimentos.
10. Atividade 7: realização de fotografias de alimentos e bebidas em estúdio (anúncios para banner e mobiliário urbano – trabalho interdisciplinar – Sugestões: restaurante, fabrico de licor, lanchonete, padaria).
11. Seminários (3 e 4). O emprego de fotos em folder – Atividade 8: planejamento e produção de folder com fotos (trabalho interdisciplinar – Sugestões: hospital, filarmônica, lar dos idosos, fundação).
12. Seminários (5 e 6). Apresentação e análise dos trabalhos produzidos, debates sobre o emprego dos conhecimentos teóricos e práticos e dos resultados obtidos, críticas e sugestões. Projeto interdisciplinar – Formação de equipes. Definição dos temas. Debates. Início do planejamento.
13. Elaboração de peças publicitárias contendo fotografias: outdoor; anúncio impresso (página de jornal); criação para Instagram e Giff (início)
14. Elaboração de peças publicitárias contendo fotografias: outdoor; anúncio impresso (página de jornal); criação para Instagram e Giff (continuação).
15. Elaboração de peças publicitárias contendo fotografias: outdoor; anúncio impresso (página de jornal); criação para Instagram e Giff (conclusão). Produção de memorial sobre o trabalho.
16. Seminário para apresentação dos trabalhos e análise dos resultados.
17. Avaliação do semestre pela professora e estudantes. Apresentação de notas.

AValiação DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

A avaliação será processual, contemplando aspectos teóricos e práticos:

- Execução de fotografias voltadas para peças publicitárias;
- Elaboração de textos.
- Seminários.
- Produção de trabalhos interdisciplinares.

- Autoavaliação.
 - Avaliação do processo de ensino: contribuições, críticas e sugestões.
- (As aulas propostas para as atividades poderão ser alteradas para outros dias, caso haja necessidade).

REFERÊNCIA

Básica:

BUSSELLE, Michel. **Tudo sobre fotografia**. 8ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

RAMALHO, José Antonio e PALACIN, VITCHÉ. **Escola de fotografia**. São Paulo: Futura: 2004.

TRIGO, Thales. **Equipamento fotográfico**. Teoria e prática. São Paulo: SENAC, 2005.

Complementar:

AUMONT, Jacques. **A imagem**. 12.ed. Campinas: Papirus, 2007.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro. Nova Fronteira, 1984.

BENJAMIN, Walter. **A pequena história da fotografia**. In: Obras escolhidas: arte e política, magia e técnica. São Paulo: Brasiliense, 1987.

EVANS, Harold. **Testemunha ocular**. São Paulo: Abril, 1983.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: Editora Hucitec, 1985.

HEDGECOE, John. **O novo manual de fotografia**. 4.ed. São Paulo: SENAC, 2005.

JENKINSON, Mark. **Curso de fotografia de retrato**. São Paulo: Europa, 2012.

KANDINSKY, Wassily. **Ponto, linha, plano**. São Paulo: Martins Fontes, 1970.

MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

PRÄKEL, David. **Composição**. 2.ed. São Paulo: Bokman, 2013.

RORIZ, Aydano. **52 lições de fotografia digital**. São Paulo: Europa, 2013.

SAMAIN, Etienne (org). **O Fotográfico**. São Paulo: Senac/Hucitec, 2005.

REGISTROS DE APROVAÇÃO

Aprovado em reunião do Colegiado

Conselho de Centro

Local:

Data:

Data:

Coordenação do Colegiado do Curso

Docente



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
PRÓ-REITORIA GRADUAÇÃO
COORDENADORIA DE ENSINO E INTEGRAÇÃO ACADÊMICA
NÚCLEO DE GESTÃO ACADÊMICA DE CURSOS E CURRÍCULOS

PLANO DE CURSO DE COMPONENTE CURRICULAR

CENTRO

CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS

CURSO

BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

DOCENTE: Claudia Regina Trindade Teodoro
TITULAÇÃO: Mestre

Em exercício na UFRB desde: Janeiro/ 2017

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	TÍTULO	CARGA HORÁRIA ⁷			ANO/SEMESTRE
		T	P	TOTAL	
GCAH828	Oficina de Produção Audiovisual I	85		85	2018.1

EMENTA

Elementos básicos da comunicação sonora. O áudio e suas características imagísticas. Os recursos da voz, sons, músicas. As especificidades dos elementos da linguagem auditiva na publicidade e propaganda. A história e regulação do rádio. Produção.

OBJETIVOS

Conhecer a história e entender a evolução do meio rádio e suas relações com a publicidade. Apresentar as possibilidades expressivas sonoras. Desenvolver nos alunos a noção de criação de roteiro para publicidade no meio radiofônico, bem como visão crítica sobre os diversos segmentos de mercado a serem trabalhados. Proporcionar um primeiro contato com os meios de produção técnica em áudio

METODOLOGIA

Aulas expositivas e dialogadas, exibição de conteúdos audiovisuais
Mostra e análise de comerciais veiculados na mídia.
Atividades práticas de desenvolvimento de roteiros para rádio e acompanhamento de produção, gravação e edição dos mesmos.
Práticas de criação individuais, em dupla e coletiva.

RECURSOS

Data show, quadro branco, laboratório de áudio.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- O som, suas possibilidades expressivas e sensibilização auditiva.
- Breve história do rádio.
- Rádio e meios digitais.
 - Rádio e Oralidade;
 - Gêneros e formatos radiofônicos;
 - A peça radiofônica: elementos, roteiro e redação para rádio;
- Técnica de roteiro para comerciais de rádio (spot e jingle) e utilização adequada do meio
- O rádio e a segmentação do público
- A linguagem para a propaganda em rádio
- A penetração e abrangência do rádio
- A relação do ouvinte com o veículo
- A agilidade e amplitude de criação e produção para a propaganda em rádio

AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

- 1) Participação em sala de aula e evolução durante o curso.
- 2) Criação de textos publicitários em oficinas criativas em sala de aula.
- 3) Prova de aproveitamento.
 - A Criatividade dos alunos no desenvolvimento dos textos será avaliada observando os critérios de: originalidade (o que a ideia tem de novo e inusitado), pertinência (se a ideia está coerente com o briefing, público, verba) e articulação (domínio da gramática, estilo, argumentação).

REFERÊNCIA

- Básica:
- FERRARETO, Luiz Artur. Rádio: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre, Sagra Luzzatto, 2000.
- MCLEISH, Robert. Produção de Rádio. Um Guia Abrangente de Produção Radiofônica. São Paulo, Summus, 2001.
- NEUBERGER, Rachel. O rádio na era da convergência das mídias. Cruz das Almas: EDUFRB, 2012.
- Complementar:
- AITCHISON, Jim. A propaganda de rádio do século 21; Tradução de Lucília Marques Pereira da Silva. São Paulo: Bossa Nova, 2009.
- BARBOSA FILHO, André. Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.
- CARRASCOZA, João A. A evolução do texto publicitário. São Paulo: Futura, 1999.
- CASTELO BRANCO, R.; MARTENSEN, R. L.; REIS, F. (org.): História da propaganda no Brasil. São Paulo: Quatro, 1990.
- CÉSAR, Cyro. Como falar no rádio: prática de locução AM e FM. São Paulo: Summus, 2009.
- HAUSSMAN, Carl. MESSERE, Fritz. O'DONNELL, Lewis. BENOIT, Philip. Rádio: produção, programação e performance. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- McLEISH, Robert. Trad.: Mauro Silva. Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.
- MAGNONI, Antonio Francisco; CARVALHO, Juliano M. de. (org.). O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Ed. Senac, 2010

REGISTROS DE APROVAÇÃO

Aprovado em reunião do Colegiado

Conselho de Centro

Local:

Data:

Data:

Coordenação do Colegiado do Curso

Docente