|  |
| --- |
|  ***Estrutura Curricular (EC)*** |
| Formulário nº 13 – ***Especificação da Disciplina/Atividade***  |
| **Conteúdo de estudos** |
| produção audiovisual |
| Nome da Disciplina/Atividade | Código | **Criação** ( ) |
| Introdução às Técnicas de Som e Imagem | GCO 00366 | Alteração: nome  ( ) CH: 60h  |
| Departamento/Coordenação de Execução: GCO |
| Carga Horária total: 60 Teórica: 30 Prática: 30 Estágio: X |
| Disciplina/Atividade: Obrigatória ( X ) Optativa ( ) AC ( ) |
| **Objetivos da Disciplina/Atividade:** |
| Possibilitar ao aluno a iniciação teórica e prática na linguagem audiovisual; elaboração de roteiros, decupagem de produção e de enquadramentos e realização de trabalhos experimentais em rádio e tv. |
| **Descrição da Ementa:** |
| Introdução à confecção de roteiros. Noções de tempo, expressão narração e enquadramento. Comunicação audiovisual e suas técnicas semióticas. Uso da narração e de mixagem. |
| **Bibliografia Básica:** |
| AUMONT, Jacques. *A Imagem*. Campinas: Papirus, 1995.CARRASCOZA, João A. **A evolução do texto publicitário**, SP, Futura, 1999COMPARATO, Doc; Braga, Regina. **Roteiro, arte e técnica** ..., Nórdica, 1993GOMBRICH, Ernest H. **Arte e Ilusão**, Martins Fontes, 2007Roberts-Breslin, Jan. *Produção de imagem e som.* Rio de Janeiro : Elsevier, 2009Sampaio, Rafael. *Propaganda de A a Z : como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso*. 3ª Ed. Rio de Janeiro:Elsevier, 2003.SANT’ANNA, Armando.  **Propaganda: teoria, técnica e prá**tica, Cengage Learning, 2010 |
| **Bibliografia Complementar:** |
| BARRETO, Tiago. *Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo: 2004. CARVALHO, Jorge Correia. *Cinema e Tecnologia. Pós-Produção e a Transformação da Imagem*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 2007.Carvalho, Nelly de. *Publicidade: a linguagem da sedução*. São Paulo: Ática, 1996.Dancyger, Ken. *Técnicas de edição para cinema e vídeo*. Rio de Janeiro : Elsevier, 2003.KELLISON, Cathrine. *Produção e Direção para TV e Vídeo. Uma abordagem prática*. Rio de Janeiro: Campus, 2007.LIN, Larry & LAPIDES, Alan. *O Comercial de Televisão – Planejamento e Produção*. São Paulo: Bossa Nova, 2006.MOLES, Abraham A. **O cartaz**. SP: Perspectiva, 1974MUSBURGER, Robert B. *Roteiro para Mídia Eletrônica*. Rio de Janeiro: Campus, 2008. |

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_CoordenadorData \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Chefe de Depto/CoordenadorData \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_ |