

## **PLANO DE ENSINO**

### **TÓPICOS ESPECIAIS 5037 – Cinema e Publicidade 2021/02 – ENSINO REMOTO**

**Carga horária semestral total:** 72 horas-aula

**Disciplina Optativa**

**Pré-Requisito:** Não há.

**Horário:** sextas-feiras das 14h00min. às 16h00min.

**Professora:** Virgínia Jorge

**Contato virtual:** Os atendimentos serão feitos pela plataforma RNP. Os agendamentos serão feitos através do contato de Whatsapp: (48) 99193-7776

**Horários de atendimento:** Quartas de tarde: 14h às 18h e Quinta de manhã: 08h às 12h.

**Endereço virtual onde serão ministradas as aulas:** <https://conferenciaweb.rnp.br/spaces/sala-de-aula-topicos-especiais-5037-cinema-e-publicidade-20212>

#### **EMENTA DA DISCIPLINA:**

O audiovisual na publicidade. Funções e deveres da equipe audiovisual na publicidade e suas relações com: agência, produtora e cliente. O roteiro audiovisual para publicidade. O audiovisual publicitário e as múltiplas mídias (TV e Internet).

#### **OBJETIVOS:**

- Revisar os fundamentos da linguagem cinematográfica;
- Revisar as funções dos sujeitos dentro da equipe audiovisual;
- Identificar funções e deveres da equipe audiovisual na publicidade e suas relações com: agência, produtora e cliente;
- Identificar as especificidades dos meios: TV e Internet para o audiovisual publicitário;
- Identificar as especificidades de um roteiro audiovisual publicitário de TV e Internet;
- Ser capaz de escrever roteiros de audiovisual publicitário para Internet;
- Ser capaz de realizar peças publicitárias para Internet.

#### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:**

1. Fundamentos da linguagem cinematográfica (planos e enquadramentos; movimento de câmera; tipos e funções da montagem);
2. As funções de cada um dentro da equipe audiovisual;
3. Funções e deveres da equipe audiovisual na publicidade e suas relações com: agência, produtora e cliente;
4. As especificidades dos meios: TV e Internet para o audiovisual publicitário;
5. Criação de peças publicitárias para Internet: as possibilidades de criação e realização com equipe reduzida;
6. Escrita de roteiros de audiovisual publicitário para Internet;
7. Realização de peças publicitárias para Internet.

### **METODOLOGIA/CARGA HORÁRIA:**

**Aulas síncronas:** aulas online via Plataforma RNP. As aulas serão ministradas, em tempo real, pela professora por meio de teleconferência com a participação de toda a turma.

Carga horária síncrona: Serão 10 encontros de 2 horas com 20 minutos de intervalo. Considerando a hora aula de 50 minutos teremos 100 minutos por encontro totalizando 1000 minutos ou 20 horas aula. A carga horária síncrona configura, então 27,77 % da carga horária total.

**Aulas assíncronas:** as aulas assíncronas constituem-se em conteúdos e/ou atividades que os(as) alunos(as) podem acessar a qualquer tempo: conteúdo audiovisual (produzido ou não pela professora), textos e atividades serão disponibilizados no Moodle e comporão o programa de aulas.

Carga horária assíncrona: São 52 horas/aula de atividades: exercícios, leituras e fruição de material audiovisual entre outras. Disponibilizei 6 dias letivos para o desenvolvimento destas atividades que seriam nossos “dias de aula”. Contudo, os alunos poderão realizar as atividades nos momentos que melhor convenham a eles.

**Prática de criação, escrita e realização:** durante o decorrer da disciplina os(as) alunos(as) escreverão, sob a supervisão da professora, roteiros audiovisuais, realizarão os conteúdos audiovisuais decorrentes desses roteiros e gerenciarão um canal teste de uma marca fictícia em rede social.

### **CRONOGRAMA com detalhamento aula a aula:**

Semestre letivo de 2021/02 (16 semanas) segundo calendário da UFSC:  
Início: 25/10/2021 Receso: 19/12/2021 à 31/01/2022 Término: 26/03/2022

AULA	DIA	S/AS	CONTEÚDO
1	29/10	Sinc.	Exposição sobre como será o semestre, do que tratarão as nossas aulas, como será o processo avaliativo.

2	05/11	Assinc.	<p>Atividade:</p> <p>Estudar os seguintes arquivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PPT: planos e enquadramentos;</li> <li>• PPT: movimento de câmera;</li> <li>• PPT: Elementos da montagem ficcional cinematográfica;</li> <li>• PPT: Membros da equipe audiovisual.</li> </ul>
3	12/11	Sinc.	<p>Conteúdo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisão de fundamentos da linguagem cinematográfica</li> <li>• As funções de cada um dentro da equipe audiovisual;</li> <li>• Funções e deveres da equipe audiovisual na publicidade e suas relações com: agência, produtora e cliente;</li> <li>• A internet e o realizador solitário.</li> </ul>
4	19/11	Sinc.	<p>Conteúdo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• As especificidades da criação publicitária (a linguagem retórica)</li> <li>• TV e internet, diferenças</li> <li>• A escolha do produto e criação do canal experimental no instagram</li> </ul>
5	26/11	Assinc.	<p>Atividade:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PPT: modelos de roteiro publicitario</li> </ul>
6	03/12	Sinc.	<p>Conteúdo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• O roteiro publicitário audiovisual</li> <li>• Roteiros de vídeos super curtos</li> </ul>
7	10/12	Assinc.	<p>Atividade:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escrita de roteiros</li> </ul>
8	17/12	Sinc.	<p>Conteúdo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisão dos os roteiros</li> <li>• Técnicas de filmagem e montagem</li> </ul>
9	04/02	Asinc.	Filmagens / montagem
10	11/02	Sinc	<p>Conteúdo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisão do conteúdo do canal</li> <li>• Vídeos</li> </ul>

11	18/02	Assinc	Filmagens / montagem
12	25/02	Sinc	Conteúdo: <ul style="list-style-type: none"><li>• Supervisão do conteúdo do canal</li><li>• Vídeos</li></ul>
13	04/03	Assinc.	Filmagens / montagem
14	11/03	Sinc.	Conteúdo: <ul style="list-style-type: none"><li>• Supervisão do conteúdo do canal</li></ul> Vídeos
15	18/03	Sinc.	Apresentação.
16	25/03	Sinc.	Fechamento do semestre e notas.

## **AVALIAÇÃO:**

### **AVALIAÇÃO 1.**

Resultado final do gerenciamento do canal com todas as postagens e vídeos do semestre.

Data limite de entrega: 18/03/2022

Valor: 10 pontos.

Obs.: a metodologia de avaliação será discutida com os alunos e alunas no primeiro dia de aula e poderá ser alterada.

### **Bibliografia básica:**

CELIA, Elisa Rocha. **A Presença Do Filme Publicitário Nas Redes Sociais: Estudo De Caso Da Campanha “Cada Momento Conta” Do Banco Itaú.** Dissertação mestrado. UFRGS. 2017.

GAGE, Leighton David. **O Filme Publicitário.** São Paulo: Atlas, 1991.

OLIVA, R.; MARTINS, T. G. **Formatos da publicidade em trânsito: Uma análise da apropriação de linguagens nos cenários contemporâneos.** Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR, Umuarama, v. 21, n. 2, p. 297-310, jul./dez. 2020.

### **Bibliografia complementar:**

VIEIRA, Josenia Antunes e YARED, Maria Lílian de Medeiros. **Análise dos recursos semióticos em filme publicitário.** contra corrente n. 12, 2018.

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO CURSO DE GRADUAÇÃO EM CINEMA CAMPUS UNIVERSITÁRIO REITOR JOÃO DAVID FERREIRA LIMA – TRINDADE. CEP: 88.040-900 - FLORIANÓPOLIS - SC TELEFONE: (048) 3721-6543 – E-MAIL: cinema@cce.ufsc.br

RIBARIC, Marcelo Eduardo. **Para Compreender a Produção de Sentido na Publicidade Audiovisual**. Revista *Communicare*. Volume 19 – Edição 2 – 2º Semestre de 2019.