



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA)
Departamento de Comunicação

Concurso Público Docente

ÁREAS: Direção de Arte e Criação Publicitária.

TITULAÇÃO/REQUISITOS: Graduação em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Radialismo) ou em Letras, ou em Artes ou em Design e Doutorado em Comunicação ou em Estudos da Linguagem ou em Educação ou em Artes Visuais ou em Design.

PERFIL DOCENTE: Atuação com ênfase na Graduação (Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda), preferencialmente nas disciplinas de Criação Publicitária; Direção de Arte; Linguagem Publicitária; Produção Audiovisual; dentre outras. O docente deverá estar habilitado, também, a contribuir com a Pesquisa Científica em nível de Pós-Graduação, no desenvolvimento de ações e projetos de extensão que tenham articulação com o Projeto Integrador em Publicidade e Propaganda (TCC).

PROGRAMA DO CONCURSO

Estudo dos métodos de solução criativa de problemas. O comportamento criativo e o processo publicitário. Técnicas de criatividade em propaganda.
Conceitos criativos e direção de arte. A linguagem visual e a direção de arte. Design e estética na criação publicitária. Conceitos estéticos dos anúncios. Tendências da propaganda brasileira e mundial na área de criação.

RELAÇÃO DE TEMAS PARA PROVA DIDÁTICA

1. Processos cognitivos componentes da criatividade.
2. Princípios da Gestalt aplicados à Direção de arte.
3. Direção de arte em mídia impressa e eletrônica.
4. Direção de arte em mídia digital e meios contemporâneos.
5. Criação publicitária para os meios impressos e eletrônicos.
6. Criação para os meios contemporâneos: características e particularidades.
7. Criação aplicada ao conceito de transmídia storytelling.
8. Do planejamento à criação: percurso da construção conceitual de uma marca.

Bibliografia:

ARNHEIM, Rudolf. Arte e Percepção Visual: uma psicologia da visão criadora. São Paulo: Pioneira, 2000.

AUMONT, Jacques. A Imagem. 2ª ed. Campinas: Papirus, 1995.

AZEVEDO, Wilton. O que é Design. São Paulo: Brasiliense, 1999.

BARRETO, Roberta Mena. Criatividade em propaganda. São Paulo: Summus, 1982.

BARTHES, Roland. O Óbvio e o Obtuso. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1990.

BERTOMEU, João Vicente Cegato. Criação na propaganda impressa. 3a. edição. São Paulo: Thomson Learning, 2006.

BIGAL, Solange. O que é Criação Publicitária (ou O Estético na Publicidade). 2a. edição. São Paulo: Nobel, 1999.

CESAR, Newton. Direção de Arte em Propaganda. São Paulo: Futura, 2000.

DONDIS, D. A. Sintaxe da Linguagem Visual. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DURAND, Jacques. Retórica e Imagem Publicitária. In: METZ, Christian et al. A Análise da Imagem. São Paulo: Papirus. 1996.

DUAILIBI, Roberto & SIMONSEN Jr, Harry. Criatividade e Marketing. São Paulo: McGraw-Hill, 2000.

FALLEIROS, Dário Pimentel. O mundo gráfico da informática. São Paulo: Futura, 2003.

GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma. 6a. edição. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

GORDON, Bob; GORDON, Maggie. Guia Completo do Design Gráfico Digital. Lisboa: Livros e Livros, 2003.

GUIMARÃES, Luciano. A Cor como Informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: UNESP, 2001.

HURLBURT, Allen. Layout: O Design da Página Impressa. São Paulo: Nobel, 1989.

JOLY, Martine. Introdução à Análise da Imagem. Campinas: Papirus, 1996.

MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual. Lisboa: Edições 70, 1997.

OSTROWER, Fayga. Criatividade e processos de criação. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

PETIT, Francesc. Marca e Meus Personagens. São Paulo, Futura, 2004.

PREDEBON, José. Criatividade: abrindo o lado inovador da mente. São Paulo: Atlas, 1998.

RIBEIRO, Milton. Planejamento Visual Gráfico. 7ª ed. Revi. E Atual. Brasília: Linha Gráfica, 1998.

STRUNK, Gilberto. Identidade visual, a direção do olhar. Rio de Janeiro: Europa, 1995.

STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores. 2ª ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Rio Books, 2003.

VESTERGAARD, Toben e SCHRODER, Kim. A linguagem da propaganda. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo da publicidade: uma proposta. São Paulo: Loyola, 1999.