

Curso: 2º CICLO; 120 ECTS MESTRADO EM PUBLICIDADE Curso Nº: 6412 Nº de Registo:	Unidade Curricular: DIRECÇÃO DE CRIAÇÃO Código:
---	--

Ano: 1º	Créditos ECTS: 6	Tipo: Teorico-Prática	Tempo de Trabalho (Horas)	
Semestre: 1º			Total: 160	Contacto: 120

Área Científica: Ciências da Comunicação Código: CC	Regente: Doutor Luis Salomão Ribas Gomez, Prof. Auxiliar
--	---

Competências a Adquirir:

- Explorar e desenvolver conceitos experimentais utilizando até o limite a tecnologia e os meios de produção;
- Produzir abordagens originais e inovadoras;
- Analisar e examinar sob um modo de olhar crítico em termos de Comunicação Visual / Cultura Visual todos os níveis e todas as plataformas de comunicação possíveis;
- Questionar as diferentes formas de publicidade contemporânea;
- Dominar todos os modos de representação visual, do minimalismo ao simbolismo da informação;
- Manipular / experimentar os diferentes meios mediáticos e tecnológicos para apoiar e fortalecer conceitos na Direcção de Criação;
- Explorar / desenvolver a capacidade de comunicar através de diversos tipos de plataformas de comunicação para obter maiores resultados em termos de manipulação e de interactividade para atingir os diferentes tipos de público e consumidor;
- Desenvolver através de uma atitude crítica e experimental em relação à prática contemporânea apoiando-se num conjunto de ferramentas de percepção e de poderes descritivos para ultrapassar as formas tradicionais de representação.

Descrição do Programa:

Introdução a Psychoanalise e Psychosemiotica (S.Freud/J.Lacan): conceitos que vão assistir a uma percepção mais profunda dos modos de manipulação / justaposição-montagem / minimalismo e uma abordagem de comunicação (mais visual do que escrita: copy-writing), (Re)-Branding, Case Studies focadas em i.e.: Wieden & Kennedy: Nike Global Branding System/Strategies, Rem Koolhaas: The Harvard Design School Guide to Shopping, Rem Koolhaas / Prada Brand Development, Droog Design / KesselsKramer: Do Create, Honda, Apple, British Airways vs. United Airlines, Levis vs. Diesel, Mastercard vs. Visa, Oliviero Toscani / Benetton: Shock-Value / Colors: Tibor Kalman, Smirnov vs. Absolute; Influencias de artistas como: Bill Viola, Barbara Kruger, Andy Warhol - Factory / Calvin Klein, Jenny Holzer entre outros.

Execução de um exercício projectual para levar os alunos da fase inicial do brainstorming até a produção de uma proposta final que resuma todo o processo conceptual percorrido.

Metodologia:

Ensino tutorial, análise em grupo, metodologia expositiva com apoios audiovisuais. Estudos de caso (*case studies* / portfolios) para ilustrar e enquadrar o pensamento critico no contexto profissional sempre acompanhado de uma análise / aplicação do software necessário. Elaborar um projecto publicitário (briefing da D&AD) para aplicar os novos conhecimentos adquiridos, sempre focado no desenvolvimento de comunicação conceptual - experimental e inovadora.

Avaliação:

Classificação: de 0 (zero) a 20 (vinte) valores.

Condições para aprovação: Avaliação segundo as normas regulamentares das UC's de Estúdio, continua com o máximo de 3 e o mínimo de 2 apresentações de trabalhos (individuais ou em grupo) regularmente distribuídas pelo semestre. Será levado em consideração para a classificação final: a) Elaboração de uma peça publicitária com aplicação dos novos conhecimentos adquiridos durante das aulas (i.e. case studies, bibliografia etc.), sempre focado no desenvolvimento da comunicação conceptual / experimental e inovadora. A análise crítica deverá demonstrar por parte do aluno os conhecimentos adquiridos sobre os temas abordados na unidade curricular e sobre a bibliografia recomendada; b) assiduidade e participação qualitativa nas aulas; c) expressão e comunicação correcta, objectiva e logicamente estruturada.

Bibliografia:

- 1/ Berger, John. *Ways of Seeing*, London, Penguin, 1990
- 2/ Klein, Naomi. *No Logo*, London, Picador, 2002
- 3/ Barthes, Roland. *The Death of the Author*, (em Image-Music-Text), Hill and Wang, 1978
- 4/ Manovich, Lev. *The Language of New Media*, Massachusetts, MIT Press, 2002
- 5/ Vaske, Hermann. *Standing on the Shoulders of Giants, Conversations with the Masters of Advertising*, Berlin, Gestalten Verlag, 2001