



FACULDADE CENECISTA DE BENTO GONÇALVES

Curso:	Publicidade e Propaganda	Período:	2017/01
Disciplina:	Processo Criativo	Carga Horária:	80h/aula
Ementa:	Definição de Criatividade e Processo de Criação. Teorias e Princípios da criatividade: Perspectiva Histórico-Científica. Concepções do Processo Criativo. Métodos, Ferramentas e Técnicas de Geração de Ideias. Criação publicitária e Especificidades da Prática. Teorias sobre Persuasão, Retórica Clássica, Retórica Contemporânea e Criação do Discurso Persuasivo. Estrutura, Organização e Elaboração do Trabalho Criativo Publicitário. Perspectiva Histórica e Contemporânea da Criatividade na Publicidade.		
Professor:	MSc. Aline Corso	Contato:	alineaulas@gmail.com
Material didático eletrônico:	http://alinecorso.com.br/?p=766		
Perfil do Egresso do Curso	<p>O curso de Publicidade e Propaganda tem como meta formar profissionais com formação humanística e específica da área para atuarem no mercado de trabalho. Procura-se dar uma forma voltada não só abrangente que não caracterize em demasia o generalista puro, nem especialista neutro. O aluno expressará o equilíbrio, prevalecendo-se das ideias de articulação, relação e combinação que redundam na possibilidade de elaboração de quadros interpretativos universais, contextualizados face às características do contexto onde atua. Só assim, acredita-se que o aluno possa efetivamente construir juízos, tomar decisões e propor soluções pertinente à realidade em que se encontra inserido. Assim, o publicitário precisa estar habilitado a desenvolver uma leitura abrangente do mundo em que vive.</p> <p>Para o egresso do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, busca-se que o perfil se caracterize:</p> <p>a) pelo conhecimento e domínio de técnicas de instrumentos voltados para o diagnóstico, proposição e execução de soluções éticas de comunicação para o mercado, visando à consecução eficaz de objetivos e metas mercadológicos para empresas, anunciantes e instituições;</p> <p>b) pelo desempenho de funções típicas do seu segmento ocupacional, em suas interfaces e interações com atividades correlatas ao campo da comunicação, e também com outras áreas sociais, culturais e econômicas com as quais as atividades de publicidade e propaganda possam interagir sinergicamente;</p>		

	<p>c) pela capacidade de diagnosticar problemas e oportunidades e propor, estrategicamente, soluções específicas e adequadas às situações e à realidade do mercado no qual o cliente se insere;</p> <p>d) pelo planejamento, criação, produção, difusão e gestão de comunicação publicitária;</p> <p>e) pelo trabalho como agente de comunicação em empresas, instituições, agências de propaganda, promoção, merchandising, assessorias ou consultorias de comunicação ou na indústria midiática;</p> <p>f) pela capacidade de planejar e realizar pesquisa durante sua formação na graduação, com vistas à continuidade de seus estudos na área da Comunicação Social, como instrumento gerador de conhecimento e crítica da realidade, enquanto agente potencial de mudança;</p> <p>g) pelo exercício de todas as demais atividades que, no estado então vigente da profissão, sejam reconhecidas pelo compromisso ético, pelo bom senso, pelas entidades representativas ou pela legislação vigente, como características do profissional de Publicidade e Propaganda.</p>
<p>Contribuição do Componente Curricular</p>	<p>Os temas Criatividade e Processo de criação são questões centrais na definição de publicidade. Também por isso são temas altamente mitificados, causa de encanto e desilusão durante o curso. Esta disciplina busca elucidar e tornar mais concreta a apropriação destes temas por parte dos alunos, assim como também incitar a reflexão acerca dos estereótipos que os cercam. Desta forma, trata-se de uma disciplina teórica e também instrumentalizadora, que mune os alunos de ferramentas que o auxiliarão não só na elaboração de produtos publicitários, como também de qualquer resolução de problema de forma criativa, todas essas questões presentes no perfil do egresso do curso.</p>
<p>OBJETIVOS</p>	
<p>Gerais:</p>	<p>Específicos:</p>
<p>Desmitificar o tema criatividade e geração de ideias, apresentando ao aluno as principais concepções acerca do processo criativo, aproximando-o desta forma de questão tão essencial a publicidade. Também, instrumentalizar o aluno com recursos concretos que o auxiliem no seu processo particular de criação.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisar as principais concepções acerca dos temas Criatividade e Processo de Criação; 2. Demonstrar que o conhecimento já organizado acerca do tema criatividade pode auxiliar na prática da criação publicitária; 3. Apresentar e praticar

			<p>recursos de geração de ideias;</p> <p>4. Analisar, interpretar, criticar, desconstruir e reconstruir peças publicitárias.</p> <p>5. Provocar os alunos a descobrirem seus próprios processos de criação;</p> <p>6. Conhecer as especificidades da prática da Criação publicitária: estrutura e produtos;</p> <p>7. Conhecer e caracterizar publicidade criativa;</p> <p>8. Elaborar publicidade e produtos de linguagem persuasiva criativos.</p> <p>9. Elaborar publicidade e produtos de linguagem persuasiva criativos.</p>
Metodologia:	Aulas expositivas dialogadas, com exposição dos conteúdos baseados em conceitos científicos e técnicos, contando com a participação ativa dos estudantes, com utilização de recursos como: data show, filmes, livros, etc. Trabalhos de pesquisa teóricos e práticos. Atividades práticas. Atividades orientadas.		
Recursos:	1) Laboratório de Informática; 2) Data Show.		
Critérios de Avaliação:	Os alunos serão avaliados em uma diversidade de projetos práticos e o empenho na execução de exercício de apresentação de seminários.		
Semanas	Temáticas a serem trabalhadas	Qtde. Horas Aula	Data
1ª	<p>Apresentação da professora, dos alunos, da disciplina e das formas de avaliação. Reflexão sobre o conceito de criatividade. Divisão dos grupos para os seminários da disciplina.</p> <p>Desenvolver uma reflexão com base na questão:</p> <ul style="list-style-type: none"> A publicidade e a propaganda quase sempre estão associadas à criatividade. Para que serve a criatividade? Para quem você deve transmitir o seu recado? Qual o recado que você precisa transmitir? Quais resultados se deve esperar de uma peça de propaganda e publicidade? 	4	20/02/17
2ª	Atividade discente para complementar carga horária 1	4	04/03/17

3ª	Ativando as percepções: criatividade no texto, imagem e som. Métodos, ferramentas e técnicas de geração de ideias.	4	06/03/17
4ª	Os fatores inibidores da criatividade.	4	13/03/17
5ª	* Publicidade ou arte? * SEMINÁRIO 1	4	20/03/17
6ª	Realização de exercício em grupo (criatividade em prática): desafio da caixa misteriosa	4	27/03/17
7ª	Continuação da aula anterior e apresentação dos trabalhos.	4	03/04/17
8ª	* Mensagem subliminar e criatividade publicitária * SEMINÁRIO 2	4	10/04/17
9ª	Visualização seguida de debate do documentário Comercial (2010) sobre criatividade publicitária. https://youtu.be/xvSavAmx1ul	4	17/04/17
10ª	* O plágio e as coincidências na propaganda * SEMINÁRIO 3	4	24/04/17
11ª	Atividade discente para complementar carga horária 2	4	29/04/17
12ª	Perspectiva Histórica e Contemporânea da Criatividade na Publicidade. Análise de campanhas publicitárias. AVALIAÇÃO	4	08/05/17
13ª	Economia criativa.	4	15/05/17
14ª	* Formatos alternativos de publicidade * SEMINÁRIO 4	4	22/05/17
15ª	Grandes publicitários.	4	29/05/17
16ª	O portfolio do publicitário. Pra que serve e como organizar.	4	05/06/17
17ª	Desenvolvimento dos trabalhos finais.	4	12/06/17
18ª	Desenvolvimento dos trabalhos finais.	4	19/06/17
19ª	Apresentação dos trabalhos finais (artigo e portfolio). AVALIAÇÃO	4	26/06/17
20ª	Entrega das notas e reunião final.	4	03/07/17
Horas aulas		80	-
		EXAME	10/07/2017

Atividade discente para complementar carga horária

- 1) Ler e resenhar o artigo Criatividade em publicidade: teorias e reflexões (DEPEXE, 2008).
- 2) Pesquisa sobre Teorias de Persuasão, Retórica Clássica, Retórica Contemporânea e Criação do Discurso Persuasivo.

INDICAÇÃO BIBLIOGRÁFICA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade em Propaganda**. Summus editorial, 1982.

FERNANDES, Amaury Cardoso. **Criatividade: um guia prático**. São Paulo: Futura, 1998.

OECH, Roger Von. **Um toc na cuca**. São Paulo: Cultura, 1995. 153 p.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. 16 ° ed. Petrópolis: Vozes, 1987

PREDEBON, Jose. **Criatividade**. São Paulo: Atlas, 1997

RIBEIRO, Júlio. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e nunca ninguém teve paciência para explicar**. São Paulo: Editora Atlas, 1985.

SANTANA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. 7. São Paulo: Pioneira, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALENCAR, Eunice Soriano de. **A gerência da criatividade**. São Paulo: Makron Books, 1996.

CLAXTON, Guy. **Creative-se: um guia prático para turbinar o seu potencial criativo**. São Paulo: Editora Gente, 2005.

DEPEXE, Sandra. **Criatividade em publicidade: teorias e reflexões**. Revista Travessias (UNIOESTE). v. 3. p. 1-14, 2008. *Online*.

GOMES, Neusa Demartini. **Publicidade: comunicação persuasiva**. Porto Alegre: Sulina, 2008

MOHALLEM, Eugênio. **Manual do Estagiário**. *Online*.

PREDEBON, José. **Criatividade: abrindo o lado inovador da mente: um caminho para o exercício prático dessa potencialidade, esquecida ou reprimida quando deixamos de ser crianças**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SAMPAIO, Rafael. **Marcas de A a Z: como construir e manter marcas de sucesso**. 3 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio Criativo na Publicidade**. São Paulo: Loyola, 2003.

OBSERVAÇÕES:

- O cronograma de aulas poderá sofrer alterações ao longo do semestre, de acordo com as necessidades que surgirem.
- O material de apoio deve ser impresso (disponibilização de arquivo digital) para melhor acompanhamento e lido antes da aula.
- Os alunos deverão trazer materiais diversos: papel, cola, tesoura, durex, canetinhas, cartolina, etc.
- Toda produção de textos e imagens acadêmicos são considerados científicos. Quando os professores solicitam produções autorais dos alunos, querem ler, ver, ouvir as ideias originais, a síntese das aprendizagens realizadas em aula, as impressões sobre determinado tema, relatórios de processos, pesquisas, atividades. O aluno pode pesquisar e incluir texto (e/ou imagem) de outros autores, mas deve citar a fonte de referência e consulta de qualquer material, indiferente da quantidade de frases, sentenças e conceitos utilizados. Para saber como citar texto de outros autores e quais as regras para essas utilizações, existe vasta bibliografia na biblioteca sobre fundamentos da pesquisa científica, técnicas de pesquisa, manuais de normas (na internet o aluno pode consultar as Normas da ABNT). Caso o professor perceba a ocorrência de plágio ou cópia sem citação, poderá anular a avaliação, ocasionando a perda total da nota correspondente.

- As presenças serão computadas antes e ao final de cada aula, sendo que o seu horário deverá ser rigorosamente seguido. Havendo atraso por parte do aluno em 15 minutos do previsto será computada falta, tanto para o início, quanto para o término da aula.
- Os trabalhos entregues fora do prazo estabelecido terão um decréscimo na nota de 20% e poderão ser entregues até a semana seguinte.
- Ao entrar em sala de aula, o aluno estará em um ambiente de trabalho coordenado por um profissional que se dedicou anteriormente a preparar este espaço para sua capacitação, então, é importante que haja a colaboração de todos para que se possam cumprir os objetivos aqui definidos.
- Ademais, o aluno é igualmente responsável pelo seu crescimento no desenrolar da disciplina. Assim, é importante que este sugira mudanças e revisões caso algo lhe pareça inadequado; que questione o professor quando tiver dúvidas; anote o que lhe parecer importante; e, esteja sempre atento aos prazos estabelecidos.

Avaliações Grau A:

- 1) Prova individual: 10,0

Avaliações Grau B:

- 1) Trabalho prático em duplas: 5,0
- 2) Trabalho prático individual: 5,0

DESCRIÇÃO DAS AVALIAÇÕES:

Avaliações Grau A

- 1) Prova individual

Avaliações Grau B

- 1) Trabalho prático em duplas: os alunos desenvolverão um artigo científico contemplando um dos assuntos trabalhados em aula e apresentarão para a turma.
- 2) Portfólio.