



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO**  
**CENTRO DE ARTES**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>	Campus Goiabeiras		
<b>Curso:</b> Jornalismo			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b>			
<b>Docente Responsável:</b> Juliana Hollerbach de Aguiar			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/3387104347579735">http://lattes.cnpq.br/3387104347579735</a>			
<b>Disciplina:</b> Teorias e práticas de linguagem visual: planejamento gráfico para meios impressos e digitais			<b>Código:</b> COS04843
<b>Pré-requisito:</b>	Nenhum		<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos:</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	20	20	20
<b>EMENTA</b>			
<p>A visualidade e a visibilidade como condição da comunicação contemporânea. A importância da imagem e da criação de cenários imagéticos passíveis de serem comunicados. Compreensão dos elementos da comunicação visual voltados para a imagem de instituições e eventos. Breve histórico da evolução dos meios de expressão visual. Visão e percepção de espaço, tempo, movimento e ritmo. Elementos básicos da comunicação visual: ponto, linha, forma... Estrutura, tipologia e características das imagens fixas e em movimento. O abstrato, o figurativo e o simbólico na imagem. A mensagem visual no processo da comunicação: a estratégia do autor e do leitor. Funções sociais e artísticas da imagem. Exercícios teóricos e práticos de percepção e operação dos códigos visuais.</p>			
<b>OBJETIVOS</b>			
<p>Avaliar estratégias e processos da linguagem visual como atividade social. Refletir sobre a emergência de um “alfabetismo visual”. Compreender a linguagem visual inserida no contexto das transformações dos modos de ser e ver no contemporâneo. Trabalhar a leitura das imagens e distinguir as funções éticas e estéticas da imagem. Introduzir, na lógica das imagens técnicas e de sua reprodutibilidade, o imperativo da informação. Identificar as demandas de mercado e as tendências de consumo. Identificar as etapas de produção de peças gráficas para o jornalismo. Identificar e manejar/dominar os elementos básicos da comunicação visual, analisando escolhas, emprego e efeitos dos mesmos a partir de estudos de caso. Avaliar diferentes composições visuais para diferentes plataformas comunicacionais. Produzir uma composição visual.</p>			
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>			

## **Unidade 1. Comunicação visual e o planejamento gráfico**

- 1.1 Modos de visualidade e visibilidade
- 1.2 A ideia do “comum” e a linguagem visual
- 1.3 Imagens mentais e imagens técnicas: função, contexto e simbologia
- 1.4 Produção, reprodução e consumo de imagens: noções de transição
- 1.5 Questões estéticas e valorização da informação em mensagens visuais
- 1.6 Elaboração de layouts

## **Unidade 2. Análises de modelos gráficos**

- 3.1 Ambientes digitais: interação e usabilidade
- 3.2 Mídias sociais: novas linguagens e estratégias
- 3.3 Processos gráficos em jornalismo

## **Unidade 3. Produção de composições visuais**

- 4.1 Design de notícias: da diagramação à produção de discurso jornalístico
- 4.2 Coleta de dados e planejamento
- 4.3 Execução de composição visual (projeto gráfico)

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- BANN, D. **Novo manual de produção gráfica**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012.
- COLLARO, A. C. **Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.
- DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- FERNANDES, A. **Fundamentos de produção gráfica para quem não é produtor**. Rio de Janeiro: Rubio, 2003.
- FERRARI, P. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2014.
- GUIMARÃES, L. **A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume, 2004.
- KOPP, R. **Design gráfico cambiante**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.
- LAPOLLI, M. **Infografia na era da cultura visual**. Florianópolis: Pandion, 2016.
- MORAES, A. **Design de notícias: acessibilidade do cotidiano**. São Paulo: Blucher, 2015.
- NIELSEN, J.; BUDIUI, R. **Usabilidade móvel**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- PREECE, J.; ROGERS, Y.; SHARP, H. **Design de interação: além da interação homem-computador**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- TEIXEIRA, T. **Infografia e jornalismo: conceitos, análises e perspectivas**. Salvador: Editora da UFBA, 2010.
- WILLIAMS, R. **Design para quem não é designer, noções básicas de planejamento visual**. São Paulo: Callis, 2009.

## **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- ARNHEIM, R. **Arte e percepção visual: Uma psicologia da visão criadora**. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
- BAITELLO JUNIOR. **A era da iconofagia: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura**. São Paulo: Paulus, 2014.
- BENJAMIN, W. **A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: L&PM, 2018.
- CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blücher, 2000.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- GOMES FILHO, J. **Gestalt do objeto: Sistema de leitura visual da forma**. São Paulo: Escrituras, 2013.
- LUPTON, E. **Intuição ação criação: Graphic Design Thinking**. São Paulo: Gustavo Gili, 2012.
- LUPTON, E.; PHILLIPS, J. C. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- SAMARA, T. **Elementos do design: guia de estilo gráfico**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- TELLES, A. **A revolução das mídias sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas**. 2 ed. São Paulo: M. Books, 2011.
- VILLAS-BOAS, A.; PEÓN, M. L. **Sistemas de identidade visual**. São Paulo: 2AB, 2013

## **METODOLOGIA**

Aulas expositivas/dialogadas; estudos de casos; discussões dirigidas; exercícios práticos; atividades individuais e em grupos que permitam a aplicação dos conceitos apresentados; visitas à gráficas.

## CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

### Trabalhos

Relatório Visita parque gráfico: 2 pontos  
Projeto gráfico e diagramação de Jornal: 2 pontos  
Anúncio All Type para Jornal: 1 ponto  
Capa de livro: 2 pontos  
Identidade Redes Sociais: 1 ponto  
Design de Notícias / Infográfico: 2 pontos  
**Total: 10 pontos**

No final do período, os estudantes que tiverem a frequência mínima e não alcançarem a média igual ou superior a 7 farão trabalho de recuperação.

## CRONOGRAMA

### CRONOGRAMA

**Aula 1)** Apresentação do curso: ementa, objetivos, programa e critérios de avaliação. Planejamento gráfico, História e processos de impressão

**Aula 2)** Produção Gráfica e Processos de impressão - Jornada da notícia  
Visita: Parque gráfico e prazos de produção

**Aula 3)** Relatório da visita e Debate: o tempo, a impressão, o trabalho jornalístico e a distribuição da informação.

**Aula 4)** Imagens mentais e imagens técnicas: função, contexto e simbologia; Produção, reprodução e consumo de imagens.

GRID Apresentação de Case Folha de São Paulo  
Trabalho: Jornal de 8 páginas - boneca e projeto gráfico

**Aula 5)** Impresso x Digital

Identidade Visual / Brand Book

Aplicação de Identidade Visual e suas implicações na notícia  
/ estilos gráficos e estilos de discurso

Desenvolvimento do trabalho: Jornal de 8 páginas - boneca e projeto gráfico

**Aula 6)** Signos gráficos. Execução de composição visual (projeto gráfico – aplicando identidade visual)  
Mostra de trabalhos - Jornal

**Aula 7)** Apresentação do trabalho Jornal

**Aula 8)** Modos de visualidade e visibilidade; A ideia do “comum” e a linguagem visual.

Os Signos. Comunicando com cores e suas implicações Gráficas

Trabalho Anúncio All Type para jornal

**Aula 9)** Digital / comunicação em rede / moda / memes – exploração de linguagens e padrões gráficos, Imagens mentais e imagens técnicas: função, contexto e simbologia; Produção, reprodução e consumo de imagens: noções de transição. Questões estéticas e valorização da informação em mensagens visuais  
Case “ Não durma Sem Saber “ ; Jornais Japoneses / Jornal internacional; Gazeta

**Aula 10)** Produção e uso de imagens. Vetor, imagem e resolução

Tipos de ilustração, fotografia e representações gráficas

Trabalho: Capa de Livro

**Aula 11)** Apresentação do trabalho Capa de Livro

**Aula 12)** Mídias sociais: novas linguagens e estratégias de comunicação.  
O que o cérebro entende / interação. Historytelling. Copyright.  
Produção de notícias para redes sociais, imagens em movimento, fotojornalismo.  
Trabalho: Identidade nas redes sociais

**Aula 13)** Design de notícias: da diagramação à produção de discurso jornalístico/ Infografia – desenvolvimento do trabalho

**Aula 14)** Infografia - desenvolvimento do trabalho

**Aula 15)** Apresentação de trabalho Design de Notícias / Infografia

**Professor: Juliana Hollerbach de Aguiar**

**E-mail: [profju.design@gmail.com](mailto:profju.design@gmail.com)**