



**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> Publicidade e Propaganda			
<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> Produção Gráfica			<b>Código:</b> COS04857
<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>Tipologia. Medidas gráficas. Técnicas de composição e de impressão e suas implicações. Estética aplicada ao material gráfico. Aspectos gerais da forma e da composição. Elementos da forma e da composição. Características do anúncio gráfico. O layout. A arte final. Cor: teoria, classificação, combinação e aplicação. Layout para rótulos, anúncios, cartazes, painéis e promoção de vendas.</p>			
<b>OBJETIVOS</b>			
<p>Compreender a atuação dos departamentos de criação e produção publicitárias; Entender a importância e a função da tipologia na criação e produção publicitárias; Conhecer as técnicas de composição; os elementos básicos da comunicação visual, dentre eles, a importância da cor, e os fundamentos do layout; Conhecer os processos de finalização de peças publicitárias; Compreender os elementos e processos de pré-impressão, impressão e pós-impressão gráficos, que fundamentam a escolha dos mais adequados para cada caso. Entender a sistemática de coleta de preços para a elaboração de orçamentos.</p>			
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>			
<p>Conteúdo Programático Unidade I – Aproximações entre os departamentos de criação, produção publicitárias e os fornecedores do campo da comunicação</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- A parceria entre os setores de criação e produção publicitárias</li><li>- A produção publicitária e os fornecedores (gráficas, fotógrafos, entre outros)</li></ul>			

## Unidade II - Layout

O pré-planejamento do layout e as decisões de produção

Princípios básicos para elaboração do layout – composição, forma, cor, tipologia, entre outros

## Unidade III – Produção gráfica

Evolução histórica das artes gráficas e noções fundamentais

Cor

Formatos, dobras, cortes especiais e aproveitamento de papel

Tipo de papel e gramatura

Processos de acabamento: verniz e outros

Imagens, tratamentos e adequação ao meio de comunicação a ser usado

Processos de finalização

Processos de impressão

Orçamento e análise de custo

Unidade IV – Laboratório de análise, criação e produção publicitárias

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BANN, D. **Novo manual de produção gráfica**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012.

BENJAMIN, W. **A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: L&PM, 2018.

COLLARO, A. C. **Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

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.

VILLAS-BOAS, A.; PEÓN, M. L. **Sistemas de identidade visual**. São Paulo: 2AB, 2013

## 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.

GUIMARÃES, L. **A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume, 2004

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.

TEIXEIRA, T. **Infografia e jornalismo: conceitos, análises e perspectivas**. Salvador: Editora da UFBA, 2010.

## METODOLOGIA

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

**Material:** borracha ou batata, estilete, tinta de carimbo ou tinta guache, radiografia ou capa de pasta, estilete, bucha, tinta para tecido ou guache ou spray, revistas, embalagens, jornais, folha de papel, lápis, régua, canetinha ou lápis de cor.

## CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

75% de frequência;

Trabalhos em sala: 4 pontos  
Relatório de visita técnica: 2 pontos  
Trabalho final: 4 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

### **Aula 1)**

1. Apresentação do curso: ementa, objetivos, programa e critérios de avaliação.  
Unidade 1) Planejamento gráfico, História e processos de impressão  
Atividade: glossário  
Material para próxima aula: batata ou borracha, estilete, papel, tinta

### **Aula 2)**

Matriz de impressão  
Composição Visual para Design de superfície

### **Aula 3)**

Vetor x Imagem  
Resolução  
Trabalho: rapport e tesselação

### **Aula 4)**

Visita à gráficas

### **Aula 5)**

Processos de impressão

### **Aula 6)**

Briefing e desenvolvimento  
Início do processo - Trabalho prático: cartão de visitas

### **Aula 7)**

Rótulo  
Ficha técnica, roteiro para orçamento  
Análise de custos  
Fechamento de arquivo.

### **Aula 8)**

Trabalho prático: cartão de visitas  
Fechamento de arquivo  
Especificações de material e acabamentos

### **Aula 9)**

Apresentação do trabalho: Cartão de visitas

### **Aula 10)**

Identidade Visual / Brand Book  
Direção de arte  
Criação de anúncio: Itaú

### **Aula 11)**

Case Jornal Folha de São Paulo  
Diagramação, Grid / Boneca  
Trabalho: Elaboração de jornal de 8 páginas – versão

### **Aula 12)**

Desenvolvimento do trabalho Jornal

**Aula 13)**

Design de notícias: da diagramação à produção de discurso

Trabalho: Adaptação de anúncio para Outdoor, Back Light (ponto de ônibus), Revista impressa, Jornal impresso e digital, Instagram – Post e Stories

**Aula 14)**

Desenvolvimento do trabalho design de notícias

**Aula 15)**

Apresentação dos trabalhos: Jornal e design de notícias.

**Professor: Juliana Hollerbach de Aguiar**

**Email: [profju.design@gmail.com](mailto:profju.design@gmail.com) /**

**[juliana.aguiar@ufes.br](mailto:juliana.aguiar@ufes.br)**