



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

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo	Campus Goiabeiras		
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA E JORNALISMO			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91):			
Docente Responsável: JULIANA HOLLERBACH DE AGUILAR			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: MESTRE / http://lattes.cnpq.br/3387104347579735			
Disciplina: COMUNICAÇÃO VISUAL			Código: COS 04946
Pré-requisito:		Carga Horária Semestral: 60	
Créditos: 3	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	30	30	0
EMENTA			
<p>A visualidade e a visibilidade como condição da comunicação contemporânea. A importância da imagem e a 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>			
OBJETIVOS			
<p>Geral:</p> <ul style="list-style-type: none">• Conhecer os elementos básicos da comunicação visual. <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Entender como se dá a percepção de imagens pela visão humana;• Conhecer os níveis da mensagem visual e os fundamentos do signo visual;• Conhecer e utilizar algumas técnicas de comunicação visual• Desenvolver capacidade crítica da linguagem visual			

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I. A VISÃO HUMANA E A PERCEPÇÃO DA IMAGEM

• A luz • A visão – como percebemos os objetos; as expressões faciais e corporais • A psicanálise e a Gestalt

UNIDADE II. OS ELEMENTOS BÁSICOS DA COMUNICAÇÃO VISUAL

• Por que entender as imagens • O ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala, o movimento.

UNIDADE III. COMPOSIÇÃO

• O equilíbrio • Regras de enquadramento • A simplicidade • A dinâmica do contraste • Contraste de cores, formas e escalas • Contraste tonal – luz e sombra • Leitura de imagens

UNIDADE V. A IMAGEM E OS SIGNOS

• Tipos de signos • O símbolo Identidade • Ergonomia Visual

UNIDADE VIII. TÉCNICAS VISUAIS

• Criatividade • O design • Tipografia • Infográfico

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BUCCI, EUGÊNIO, DUARTE OLIVEIRA VENANCIO, RAFAEL O Valor de Gozo: um conceito para a crítica da indústria do imaginário. Matrizes [en linea]. 2014, 8 (1), 141-158 [fecha de Consulta 25 de Septiembre de 2020]. ISSN: 1982-2073. Disponível em:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143031143009DONDIS>, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

GOMES FILHO, João. Gestalt do Objeto: Sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras editora, 2000.

GOMES FILHO, J. Ergonomia do objeto: sistema técnico de leitura ergonômica. 2 edição, São Paulo: Escrituras Editora, 2010.

JOLY, Martine. Introdução à análise da imagem. São Paulo: Papirus, 1996.

KANNO, Mario. Infografe. São Paulo: Infolide, 2013.

PEDROSA, Israel. Da cor à cor inexistente. Rio de Janeiro: Leo Christiano Editorial, 2002.

SAMARA, Timothy. Elementos do design: Guia de estilo gráfico. Porto Alegre: Bookman, 2010.

WILLIAMS. Robin. Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual. São Paulo: Callis, 1995.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALBERS, Josef. Interação da cor. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Cor. Porto Alegre: Bockman, 2009.

ARNHEIM, Rudolph. Arte e Percepção Visual: Uma Psicologia da Visão Criadora. São Paulo: Pioneira, 1980.

BARROS, Lilian Ried Miller. A Cor no Processo Criativo - Um Estudo Sobre a Bauhaus e a Teoria de Goethe. São Paulo: Senac, 2006.

CRUZ, José Maria Dias da. A cor e o cinza. Rio de Janeiro: Taba, 2001.

FRASER, Tom; BRANKS, Adam. O guia completo da cor. São Paulo: Senac, 2007.

GUIMARÃES, Luciano. As Cores na mídia. São Paulo: Annablume. 2003.

GUIMARÃES, Luciano. A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2001.

HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 2002.

KOPP, Rudinei. Design Gráfico cambiante. 2. ed. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2004.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. Novos fundamentos do Design. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

PEDROSA, Israel. O universo da cor. Rio de Janeiro: Senac, 2008.

TONDREAU Beth. Grid: 100 fundamentos de layout. 1ª edição São Paulo: Editora Blucher, 2009.

METODOLOGIA

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

CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Exercícios em sala – 4 pontos

Trabalhos – 6 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 – Apresentação da disciplina, objetivos e atividades. Apresentação do corpo docente e discente. Imagem e Percepção.

Aula 2 – Teoria da Cor e suas aplicações na publicidade e propaganda – exercício nº 1 (1 ponto):
Análise da composição visual de peças publicitárias

Aula 3 – Leis da Gestalt

Aula 4 – Elementos básicos da comunicação visual

Aula 5 – Composição e enquadramento

Aula 6 – Sensibilidade visual e termos de descrição visual

Aula 7 – Contraste, a luz e a sombra

Aula 8 – Mostra de Trabalhos – exercício nº 2 (2 pontos)

Aula 9 – Ergonomia Visual, Códigos Visuais Design e Tipografia – Exercício nº2 (1 ponto) Definições

Aula 10 – Tipografia – Exercício nº3 (1 ponto): Músicas para ver e sentir

Aula 11 – As imagens e os signos

Aula 12 – Identidade – Exercício nº 4 (1 ponto): Identificação de elementos que conferem identidade

Aula 13 – Metodologia de criação – Trabalho nº 2 (2 pontos): Elaboração de Marca

Aula 14 – Infográfico – Trabalho nº3 (2 pontos): Infográfico

Aula 15 – Apresentação do trabalho final

Professor: Juliana Hollerbach de Aguilar

**Email: profju.design@gmail.com
juliana.aguilar@ufes.br**
