



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			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): Aprovado em 24 de julho de 2017			
Docente Responsável: Flávia Mayer dos Santos Souza			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/7612159350183081			
Disciplina: COMUNICAÇÃO VISUAL			Código: COS 04946
Pré-requisito:	Não há	Carga Horária Semestral: 60h	
Créditos: 3	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	30	30	0
Ementa: 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.			
Objetivos: Geral: <ul style="list-style-type: none">▪ Realizar leitura e manipulação dos códigos visuais a partir da compreensão dos elementos e técnicas de comunicação visual e os efeitos por eles produzidos, sobretudo, no campo da publicidade. Específicos: <ul style="list-style-type: none">▪ Entender como se dá a percepção de imagens pela visão humana;▪ Conhecer os elementos básicos e as técnicas da comunicação visual, bem como suas aplicações na criação publicitária;▪ Conhecer os níveis da mensagem visual e os fundamentos do signo visual;▪ Entender as intenções do uso da imagem através da história;▪ Promover o desenvolvimento de estudos sobre técnicas de construção visual de peças publicitárias.			

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
- Gestalt

UNIDADE II. OS ELEMENTOS BÁSICOS DA COMUNICAÇÃO VISUAL E OS USOS NA PUBLICIDADE

- Por que entender as imagens?
- A noção de estranhamento
- O ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala e o movimento e suas aplicações na publicidade
- Os elementos básicos e o sistema de identidade visual

UNIDADE III. COMPOSIÇÃO E ENQUADRAMENTO NA PUBLICIDADE

- O equilíbrio
- Regras de enquadramento
- A simplicidade

UNIDADE IV. OS NÍVEIS DA MENSAGEM VISUAL

- O representacional, o abstrato, o simbólico

UNIDADE V. A IMAGEM ATRAVÉS DA HISTÓRIA

- O aparecimento das imagens
- A representação do corpo humano
- A persuasão pela imagem
- A imagem conta histórias

UNIDADE VI. O CONTRASTE NA PUBLICIDADE

- Enquadramento, composição e equilíbrio

UNIDADE VII. TÉCNICAS VISUAIS NA PUBLICIDADE

- Equilíbrio, instabilidade, simplicidade, complexidade, dentre outras

UNIDADE VIII. A IMAGEM NA PUBLICIDADE

- Contexto, funções e desafios

Metodologia:

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

Recursos: lousa, data show, computador, DVD, textos didáticos, materiais impressos (revistas especializadas, anúncios, folders e outros exemplos de peças publicitárias).

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

A avaliação ocorrerá no decorrer do processo de aprendizagem. A partir dos quatro eixos abaixo detalhados, será calculada a média.

1. Seminário: 10,0
2. Análise de peças publicitárias: 10,0 (reunirá as atividades de estudo/leitura de publicidades que ocorrerão no decorrer da disciplina)
3. Produção de portfólio: 10,0 (reunirá as atividades de criação que ocorrerão no decorrer da

disciplina, incluindo proposições para festivais de publicidade)
4. Prova individual: 10,0

No final do período, os alunos que tiverem a frequência mínima e não alcançarem média 7.0 farão uma prova final teórica abrangendo todo o conteúdo da disciplina.

Bibliografia básica:

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: E. Blücher, 1990.
GOMES FILHO, João. **Gestalt do Objeto**: Sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras editora, 2000.
JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. São Paulo: Papirus, 1996.
LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jeniffer Cole. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
WILLIAMS. Robin. **Design para quem não é designer**: noções básicas de planejamento visual. São Paulo: Callis, 1995.

Bibliografia Complementar:

GAIARSA, José Ângelo. **O olhar**. São Paulo: Editora Gente, 2000.
GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação**: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2004.
HURLBURT, Allen. **Layout**: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 2006.
LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**: guia para designers, escritores, editores e estudantes. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

MATERIAL AUDIOVISUAL

Ensaio sobre a cegueira – Dir. Fernando Meirelles – Brasil, 2008, 120 min.

Janela da Alma – Dir. João Jardim e Walter Carvalho – Brasil, 2001, 73 min.

CRONOGRAMA

Aula	CONTEÚDO/ATIVIDADES
01 a 02	Apresentação dos objetivos da disciplina, da relação da disciplina com a matriz curricular, do plano de disciplina e início do debate sobre a temática da comunicação visual. UNIDADE I. A VISÃO HUMANA E A PERCEPÇÃO DA IMAGEM Filme Janela da Alma Exercício de leitura
03 a 07	UNIDADE II. OS ELEMENTOS BÁSICOS DA COMUNICAÇÃO VISUAL Seminário sobre os elementos básicos da comunicação visual Filme Ensaio sobre a Cegueira Visita à museu Exercício de leitura e de criação/portfólio
08	Prova
09 a 10	UNIDADE III. COMPOSIÇÃO E ENQUADRAMENTO UNIDADE IV. OS NÍVEIS DA MENSAGEM VISUAL UNIDADE V. A IMAGEM ATRAVÉS DA HISTÓRIA Exercício de leitura e de criação/portfólio
11 a 14	UNIDADE VI. O CONTRASTE UNIDADE VII. TÉCNICAS VISUAIS Exercício de leitura e de criação/portfólio
15	Apresentação de peças publicitárias criadas a partir dos conceitos básicos da comunicação visual
Obs.: A UNIDADE VIII. A IMAGEM NA PUBLICIDADE permeia as discussões das demais unidades	

Professora: Flávia Mayer dos Santos Souza – flavia.mayer@uol.com.br