



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): 07 de outubro de 2024.			
Docente Responsável: Amanda Lais Pereira Noletto			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/8162246400397240			
Disciplina: Produção Gráfica		Código: COS 04857	
Pré-requisito:	COS04946	Carga Horária Semestral: 60h	
Créditos	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
Ementa: 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.			
Objetivos Específicos: Compreender a atuação dos departamentos de criação e produção publicitárias; Entender a importância e a função da tipografia 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.			
Objetivo principal:			

Compreender o processo de produção gráfica a fim de desenvolver competência técnica e criticidade em relação aos princípios da criação visual nas suas diversas linguagens.

Conteúdo Programático:

Unidade I - Técnicas de composição e de impressão e suas implicações

- Planejamento e produção gráfica
- Processos de composição
- Os tipos de impressão

Unidade II - Aspectos gerais e elementos da forma e da composição

- Evolução das artes gráficas
- Cor: teoria, classificação, combinação e aplicação
- Noções de forma, composição e finalização de produções gráficas

Unidade III - Layout

- Princípios básicos para a elaboração do layout (Forma, cor, tipologia, composição, etc.).
- Planejamento do layout e o processo de criação de peças
- Criação e produção publicitárias: rótulos, anúncios, cartazes, painéis e promoção de vendas.

Metodologia:

Aulas expositivas dialogadas (com utilização de recursos audiovisuais) possibilitando aos estudantes a participação nas discussões; Dinâmicas envolvendo leitura, sistematização e problematizações a partir de textos/produtos audiovisuais/casos e autores(as) convidados(as) (presencialmente e/ou por meio de videoconferência); leitura/debate dos textos indicados nas Referências Bibliográficas da disciplina e verificação da aprendizagem por meio das avaliações propostas na disciplina.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

- 1ª avaliação - Trabalho escrito: análise de um produto/criação gráfica (Unidade I);
- 2ª avaliação - Seminários em grupo: apresentação de Estudos de Caso;
- 3ª avaliação - Trabalho prático: produção gráfica (Layout para rótulos, anúncios, cartazes, painéis e promoção de vendas).

Bibliografia básica:

BAER, Lorenzo. **Produção gráfica**. São Paulo: SENAC, 2002.
CARRAMILLO NETO, Mário. **Produção gráfica II**. São Paulo: Global, 1997.
COLLARO, Antonio C. **Projeto gráfico, teoria e prática de diagramação**. São Paulo: Summus, 1996.
OLIVEIRA, Marina. **Produção gráfica para designers**. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

Bibliografia complementar:

ALBUQUERQUE, Cibele Oliveira de. **Produção gráfica: princípios fundamentais**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 04 out. 2024.

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

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. São Paulo: Futura, 2002.

CARRAMILLO NETO, Mário. **Contato imediato com produção gráfica**. São Paulo: Global, 1987.

_____. **Produção gráfica II: papel tinta, impressão e acabamento**. São Paulo: Global, 1997.

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

CRAIG, James. **Produção gráfica**. São Paulo: Mosaico, 1987.

FERNANDES, Amaury. **Fundamentos de produção gráfica: para quem não é produtor gráfico**. Rio de Janeiro: Rubio, 2003.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação publicitária: sedução pela palavra**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

FONSECA, Joaquim. da. **Comunicação visual glossário**. Porto Alegre: UFRGS, 1990.

_____. **Tipografia & design gráfico**. Porto Alegre: Bookman, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577804177/>. Acesso em: 04 out. 2024.

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

JUNIIOR, Licínio de A. **Retórica do design gráfico**. São Paulo: Editora Blucher, 2010. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788521217022/>. Acesso em: 04 out. 2024.

PEREZ, Clotilde. **Signos da marca: expressividade e sensorialidade**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

REIS, Luciana B.; CERIGATTO, Mariana P.; GOMES, Rafael P.; et al. **Produção gráfica**. Porto Alegre: SAGAH, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788533500525/>. Acesso em: 04 out. 2024.

RIBEIRO, Alexsandro. **Conceitos fundamentais de planejamento e produção gráfica**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2020. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 04 out. 2024.

SILVEIRA, N. **Introdução às artes gráficas**. Porto Alegre: Sulina, 1985.

VILLAS-BOAS, André. **Produção gráfica para designers**. Rio de Janeiro: 2AB, 2008.

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

WOLF, Peter J. **Design gráfico**. São Paulo: Editora Blucher, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788521215738/>. Acesso em: 04 out. 2024.

Cronograma:

21/10 – Início de 2024/2

Aula 1:

24/10

Apresentação da disciplina: ementa, objetivos, programa e critérios/processo de avaliação da aprendizagem.

Aula 2:

31/10

Unidade I - Técnicas de composição e de impressão e suas implicações
Planejamento e produção gráfica

Aula 3:

07/11

Unidade I - Técnicas de composição e de impressão e suas implicações
Processos de composição

Aula 4:

14/11

Unidade I - Técnicas de composição e de impressão e suas implicações
Tipos de impressão

Aula 5:

21/11

Unidade II - Aspectos gerais e elementos da forma e da composição
Evolução das artes gráficas

Aula 6:

28/11

Unidade II - Aspectos gerais e elementos da forma e da composição
Evolução das artes gráficas

Aula 7:

05/12

Unidade II - Aspectos gerais e elementos da forma e da composição
Cor: teoria, classificação, combinação e aplicação

Aula 8:

12/12

Unidade II - Aspectos gerais e elementos da forma e da composição
Noções de forma, composição e finalização de produções gráficas

Aula 9:

19/12

Unidade II - Aspectos gerais e elementos da forma e da composição
Noções de forma, composição e finalização de produções gráficas

Recesso**23/12 a 21/01 - Recesso / Férias docentes****Aula 10:**

23/01

2ª avaliação (Seminários em grupo)**Aula 11:**

30/01

2ª avaliação (Seminários em grupo)**Aula 12:**

06/02

Unidade III – Layout

Princípios básicos para a elaboração do layout (Forma, cor, tipologia, composição, etc.)

Planejamento do layout e o processo de criação de peças

Aula 13:

13/02

Unidade III – Layout

Criação e produção publicitárias: rótulos, anúncios, cartazes, painéis e promoção de vendas

Aula 14:

20/02

Unidade III – Layout

Criação e produção publicitárias: rótulos, anúncios, cartazes, painéis e promoção de vendas

Exercícios práticos

Aula 15:

27/02

3ª avaliação (Trabalho prático)

Feriado

05/03 - Carnaval

17 a 21/03 - Semana de TCCs da Publicidade (2024/2)

Participação obrigatória

25/03 - Término de 2024/2