



**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> 25/08/2022			
<b>Docente Responsável:</b> Leonardo Andrada de Mello			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/9578620391801568">http://lattes.cnpq.br/9578620391801568</a>			
<b>Disciplina:</b> COMUNICAÇÃO VISUAL			<b>Código:</b> COS 04946
<b>Pré-requisito:</b>	Não possui		<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos:</b> 3	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	30	30	0
<b>Ementa:</b> 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.			
<b>Objetivos Específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Entender como se dá a percepção de imagens pela visão humana;</li><li>• Conhecer os níveis da mensagem visual e os fundamentos do signo visual;</li><li>• Conhecer e utilizar algumas técnicas de comunicação visual;</li><li>• Desenvolver capacidade crítica da linguagem visual.</li></ul>			
<b>Objetivo principal:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer os elementos básicos da comunicação visual.</li></ul>			

<b>Conteúdo Programático:</b>
-------------------------------

## **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 IV. A IMAGEM E OS SIGNOS**

- Tipos de signos
- O símbolo Identidade
- Ergonomia Visual

## **UNIDADE V. TÉCNICAS VISUAIS**

- Criatividade
- O design
- Tipografia
- Infográfico

### **Metodologia:**

Aulas expositivas/dialogadas em laboratório de informática com a utilização de recursos audiovisuais; 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 – 3 pontos

Participação nas discussões de sala – 2 pontos

Trabalhos – 5 pontos

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

#### **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=143031143009>

DONDIS, 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: Pi-oneira, 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.

#### **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 (1 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 (1 pontos): Elaboração de Marca

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

**Aula 15** – Apresentação do trabalho final