



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): 07/10/2024		
Docente Responsável: Livia Silva de Souza		
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/9579821848792166		
Disciplina: Teorias e Práticas da Linguagem Visual: Design para Mídia Digital		Código: COS04873
Pré-requisito:	Nenhum	Carga Horária Semestral: 60h
Créditos:	Distribuição de carga horária:	
	Teórica	Prática
	40h	20h

EMENTA
Cultura da imagem. Visualidades publicitárias. A publicidade e contemporaneidade. Novas usabilidades da imagem no contexto da sociedade de consumo. Teoria do Design: design thinking. A construção das imagens contemporâneas. Interatividade e crossmídia. Fluxos de trabalho na agência de publicidade. A construção de planejamentos visuais para meios digitais. Pesquisa de mercado para mídia digital.

OBJETIVOS
Analisar o ambiente midiático de produção e circulação de imagens publicitárias; Investigar a cultura contemporânea e a centralidade da imagem nos ambientes virtuais; Compreender a atuação dos departamentos de criação e produção publicitárias;

Conhecer as técnicas de composição do design; os elementos básicos da comunicação visual.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Unidade 1. Comunicação visual: mídia, forma e visualidades

- 1.1 Imagem e o imaginário: construindo visualidades no meio publicitário
- 1.2 Modos de visualidade e visibilidade: a partilha sensível do comum
- 1.3 Contemporaneidade e a cultura da imagem

Unidade 2. Comunicação visual: construindo um projeto visual e de mídia para meios digitais

- 2.1 Design Thinking e concepção de projetos para mídias digitais
- 2.2 Identidade visual e projetos gráficos em produtos publicitários
- 2.3 Design responsivo e layout flexível
- 2.4 Design de experiência do usuário e design de interface do usuário (UX e UI)
- 2.5 Boas práticas em acessibilidade

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.

CIDADE, L. de O.; CIDADE, R. de O.; FRANCO, G. B.; SANTOS, L. B.; OLIVEIRA, V. H. de J.; COSTA, G. de M.; JORGE, E. M. de F. Protótipo de aplicativo móvel: proposta para apoio ao turismo acessível no Pelourinho em Salvador (BA) no contexto da pessoa idosa. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, [S. l.], v. 10, n. 4, p. e1064, 2024.

GOMES FILHO, J. Gestalt do objeto: Sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras, 2013.

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.

MARTINS, Tiago; ANTUNES, Renata. O Design Thinking como empatia, experimentação e colaboração na comunicação. *Comunicação & Inovação*, v.19, n.41, 2018.

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.

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

METODOLOGIA

Aulas expositivas/dialogadas; 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

Trabalho prático: entrega e apresentação 1 (3,0)

Trabalho prático: entrega e apresentação final (7,0)

CRONOGRAMA

Aula 1 | 25/10: Apresentação da disciplina: ementa, objetivos, programa e critérios de avaliação. Publicidade e visualidades.

Para a próxima aula: leitura do texto: A publicidade da Coca-Cola “Happiness Factory” e o imaginário do sistema produtivo na sociedade de consumo

Aula 2 | 01/11: Imagem e o imaginário: a sociedade do consumo. Estudos de caso:

A publicidade da Coca-Cola “Happiness Factory” e o imaginário do sistema produtivo na sociedade de consumo

Para a próxima aula: leitura do texto: O imaginário da dor e o entretenimento nas imagens da fanpage do analgésico Dorflex.

http://designnaleitura.net.br/8sipmc/files/gt4_095_18175.pdf

Aula 3 | 08/11: Contemporaneidade e a cultura da imagem. Discussão do texto: O imaginário da dor e o entretenimento nas imagens da fanpage do analgésico Dorflex.

Para a próxima aula: leitura do texto: O Design Thinking como empatia, experimentação e colaboração na comunicação.

https://www.seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/5493

Aula 4 | 22/11: Design Thinking e Comunicação. Discussão do texto: O Design Thinking como empatia, experimentação e colaboração na comunicação.

Para a próxima aula: leitura do texto: Protótipo de aplicativo móvel: proposta para apoio ao turismo acessível no Pelourinho em Salvador no contexto da pessoa idosa.

<https://ojs.scientificmanagementjournal.com/ojs/index.php/smj/article/view/1064>

Aula 5 | 29/11: Design thinking e acessibilidade. Discussão do texto: Protótipo de aplicativo móvel: proposta para apoio ao turismo acessível no Pelourinho em Salvador no contexto da pessoa idosa.

Aula 6 | 06/12: Design de experiência do usuário e design de interface do usuário (UX e UI). Estudo de caso.

Aula 7 | 13/12: Atividade prática: briefing com equipe da Secom / Ufes. Definição das duplas ou trios. Orientação inicial para os trabalhos: etapas empatia e definição.

Aula 08 | 20/12: Orientação e produção dos trabalhos práticos. Etapas: ideação e prototipagem.

Aula 09 | 24/01: Avaliação: Trabalhos práticos – entrega 1 (3,0) e apresentação.

Aula 10 | 31/01: Elaboração dos trabalhos finais: etapas empatia e definição.

Aula 11 | 07/02: Elaboração dos trabalhos finais: etapas ideação e prototipagem.

Aula 12 | 14/02: Elaboração dos trabalhos finais: etapa testes.

Aula 13 | 21/02: Entrega e apresentação dos trabalhos finais. (7,0)

Aula 14 | 28/02: Entrega e apresentação dos trabalhos finais. (7,0)

Aula 15 | 07/03: Prova final.

Aula 16 | 04/03: Semana dos TCCs de Publicidade.