



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

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>		<b>Campus Goiabeiras</b>	
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b> Aprovado em 17 de julho de 2023			
<b>Docente Responsável:</b> Flávia Mayer dos Santos Souza			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/7612159350183081">http://lattes.cnpq.br/7612159350183081</a>			
<b>Disciplina:</b> COMUNICAÇÃO VISUAL			<b>Código:</b> COS 04946
<b>Pré-requisito:</b>	Não há	<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h	
<b>Créditos: 3</b>	<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:</b> <b>Geral:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ 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.</li></ul> <b>Específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Entender como se dá a percepção de imagens pela visão humana;</li><li>▪ Conhecer os elementos básicos e as técnicas da comunicação visual, bem como suas aplicações na criação publicitária;</li><li>▪ Conhecer os níveis da mensagem visual e os fundamentos do signo visual;</li><li>▪ Entender as intenções do uso da imagem através da história;</li><li>▪ Promover o desenvolvimento de estudos sobre técnicas de construção visual de peças publicitárias.</li></ul>			

## **Conteúdo Programático**

### **UNIDADE I. A VISÃO HUMANA E A PERCEPÇÃO DA IMAGEM**

- A luz, a visão e os princípios da 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, o sistema de identidade visual, a direção de arte em publicidade, o design

### **UNIDADE III. COMPOSIÇÃO, ENQUADRAMENTO E TÉCNICAS VISUAIS NA PUBLICIDADE E NO DESIGN**

- Equilíbrio
- Regras de enquadramento
- Hierarquia
- Camadas
- Simplicidade
- Contraste
- Instabilidade
- Complexidade, dentre outras técnicas visuais

### **UNIDADE IV. OS NÍVEIS DA MENSAGEM VISUAL**

- O representacional, o abstrato, o simbólico

### **UNIDADE V. A IMAGEM ATRAVÉS DA HISTÓRIA**

- A imagem conta histórias

### **UNIDADE VI. A IMAGEM NA PUBLICIDADE E NO DESIGN**

- Contexto, funções e desafios
- Criação publicitária e imagens

#### **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, conforme detalhado a seguir:

1. Seminário (2 pontos)
2. Atividades de criação publicitária: leitura de imagens publicitárias; elaboração de campanhas, peças publicitárias e memorial descritivo com apresentação em sala (5 pontos)
3. Prova individual (3 pontos)

Os exercícios de criação publicitária propostos irão privilegiar festivais e prêmios da área de publicidade, como Festival do Clube de Criação, Colibri, Ecos Mostra e Expocom.

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: Papyrus, 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.

#### **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
03 a 07	UNIDADE II. OS ELEMENTOS BÁSICOS DA COMUNICAÇÃO VISUAL
08	Prova
09 a 11	UNIDADE III. COMPOSIÇÃO, ENQUADRAMENTO E TÉCNICAS VISUAIS NA PUBLICIDADE E NO DESIGN
13 e 14	UNIDADE IV. OS NÍVEIS DA MENSAGEM VISUAL UNIDADE V. A IMAGEM ATRAVÉS DA HISTÓRIA Apresentação de peças publicitárias criadas a partir dos conceitos básicos da comunicação visual
15	Apresentação de peças publicitárias criadas a partir dos conceitos básicos da comunicação visual
Obs.: A UNIDADE VI. A IMAGEM NA PUBLICIDADE permeia as discussões das demais unidades	

**Professora: Flávia Mayer dos Santos Souza – flavia.m.souza@ufes.br**