



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 02 de março de 2026			
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:			
▪ Realizar leitura e manipulação dos códigos visuais a partir da compreensão dos elementos e técnicas de comunicação visual e dos efeitos por eles produzidos, sobretudo, no campo da publicidade.			
Específicos:			
▪ 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 a construção visual de peças publicitárias, bem como experimentações, considerando também o uso de inteligência artificial.			

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
- Imagem e o liso digital
- Imagem e inteligência artificial

Metodologia:

Aulas expositivas/dialogadas; leituras orientadas; estudos de casos; discussões dirigidas; exercícios práticos (com a proposta de dar início a um portfólio); visita técnica (a exposições), atividades individuais e em grupos que permitam a compreensão dos conceitos apresentados e experimentação no campo da publicidade.

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. Atividades de elaboração de mapa mental, de leitura de imagens e de criação publicitária, com iniciação à elaboração de portfólio, acompanhadas de apresentação oral (6 pontos)
2. Prova individual (4 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: 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.

Bibliografias sugeridas:

HAN, Byung-Chul. **A salvação do belo**. Petrópolis/RJ. Vozes, 2023.
PETIT, Francesc. **Marca e meus personagens**. São Paulo: Futura, 2003.
SERPA, Marcello. **Vendo**: Imagens. São Paulo: Afluente, 2025.
WIEDEMANN, Julius. **Vendo**. Marcello Serpa por Julius Wiedemann. São Paulo: Afluente, 2025.

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
15	Apresentação de peças publicitárias
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