



**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>			
<b>Docente Responsável</b> Juliana Hollerbach de Aguiar			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/3387104347579735">http://lattes.cnpq.br/3387104347579735</a>			
<b>Disciplina:</b> Produção Gráfica			<b>Código:</b> COS04857
<b>Pré-requisito:</b>	Nenhum		<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos:</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	40	20	0
<b>EMENTA</b>			
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.			
<b>OBJETIVOS</b>			
Compreender a atuação dos departamentos de criação e produção publicitárias; Entender a importância e a função da tipologia 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.			
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>			
Conteúdo Programático Unidade I – Aproximações entre os departamentos de criação, produção publicitárias e os fornecedores do campo da comunicação - A parceria entre os setores de criação e produção publicitárias - A produção publicitária e os fornecedores (gráficas, fotógrafos, entre outros)			

## Unidade II - Layout

O pré-planejamento do layout e as decisões de produção

Princípios básicos para elaboração do layout – composição, forma, cor, tipologia, entre outros

## Unidade III – Produção gráfica

Evolução histórica das artes gráficas e noções fundamentais

Cor

Formatos, dobras, cortes especiais e aproveitamento de papel

Tipo de papel e gramatura

Processos de acabamento: verniz e outros

Imagens, tratamentos e adequação ao meio de comunicação a ser usado

Processos de finalização

Processos de impressão

Orçamento e análise de custo

Unidade IV – Laboratório de análise, criação e produção publicitárias

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARENS, WILLIAM F., DAVID H. SCHAEFER, AND MICHAEL F. WEIGOLD. **Propaganda**: Série A. Bookman Editora, 2013.

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.

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

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

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.

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.

TEIXEIRA, T. **Infografia e jornalismo: conceitos, análises e perspectivas**. Salvador: Editora da UFBA, 2010.

## METODOLOGIA

Aulas expositivas/dialogadas; estudos de casos; discussões dirigidas; exercícios práticos; atividades individuais e em grupos que permitam a aplicação dos conceitos apresentados; visita virtual.

**Materiais:** borracha ou batata, estilete, tinta de carimbo ou tinta guache, radiografia ou capa de pasta, estilete, bucha, tinta para tecido ou guache ou spray, revistas, embalagens, jornais, folha de papel, lápis, régua, canetinha ou lápis de cor.

Início das aulas: 3 de novembro, aulas síncronas às quartas-feiras de 8 às 10h

**LINK DE ACESSO AO CLASSROOM:**

<https://classroom.google.com/c/NDE5NDI0NDIwNDU2?cjc=ddl3ilw>

**LINK DE ACESSO AO MEET PARA AULAS SÍNCRONAS:**

<https://meet.google.com/nwr-ofri-hhd>

**CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM**

Trabalho 1: Apresentação do parque gráfico de Vitória (1 ponto) – Grupo de até 4 alunos

Trabalho 2: Rapport (1 ponto)

Trabalho 3: Cartão de Visitas (2 pontos)

Trabalho 4: Criação de Anúncio (1 ponto) – Em dupla

Trabalho 5: Elaboração de Jornal (1 ponto) – Em dupla

Trabalho 6: Adaptação de anúncios (1 pontos)

Trabalho 7: Campanha e gestão de custos (3 pontos) – Grupo de até 4 alunos

Recuperação: após o fechamento de notas, os alunos que não alcançarem média 5 terão oportunidade de reenviarem os trabalhos para alcançar a pontuação.

**CRONOGRAMA****Aula 1) 03/11**

1. Apresentação do curso: ementa, objetivos, programa e critérios de avaliação.

Material para próxima aula: batata ou borracha, estilete, papel, tinta

**Aula 2) 10/11**

Unidade 1) Planejamento gráfico, História e processos de impressão

Atividade assíncrona: glossário

Matriz

Elaborar matriz

Divisão de grupos para trabalho: Apresentação do parque gráfico de Vitória, particularidades do processo de impressão e orçamento.

**Aula 3) 17/11**

Vetor x Imagem

Composição visual

Resolução

Processos de impressão

Design de superfície

Trabalho: Rapport

**Aula 4) 24/11**

Apresentação de trabalho: Apresentação de gráficas em Vitória, particularidades do processo de impressão e fechamento de arquivo, orçamento.

**Aula 5) 01/12**

Direção de arte

Metodologia de criação

Layout: Tipografia, cores, formatos

Ficha técnica, roteiro para orçamento

Rótulo

**Aula 6) 08/12**

Início do processo - Trabalho prático: cartão de visitas

Briefing e desenvolvimento

Metodologia de criação

**Aula 7) 15/12**

Trabalho prático: cartão de visitas

Fechamento de arquivo

Especificações de material e acabamentos

Orçamento

**RECESSO**

**Aula 8)** 26/01

Apresentação: Cartão de Visitas

**Aula 9)** 02/02

Identidade Visual / Brand Book

Criação de anúncio: Itaú

**Aula 10)** 09/02

Case Jornal Folha de São Paulo

Diagramação, Grid / Boneca

Trabalho: Elaboração de jornal de 8 páginas – versão

**Aula 11)** 16/02

Design de notícias: da diagramação à produção de discurso

Trabalho: Adaptação de anúncio para Outdoor, Back Light (ponto de ônibus), Jornal impresso e digital, Instagram – Post e Stories

**Aula 12)** 23/02

Direção de arte / ARTE FINALISTA

Design de notícias: da diagramação à produção de discurso

Desenvolvimento do trabalho

**Aula 13)** 09/03

Comunicação Integrada

Campanha

Peças Gráficas

Orçamento e gerenciamento de custos

Orientação Trabalho Final

**Aula 14)** 16/03

Produção para fotografia, vídeo e rádio

Atendimentos / tira dúvidas do trabalho

**Aula 15)** 23/03

Apresentação do trabalho final

**Professor: Juliana Hollerbach de Aguiar**

**Email: [profju.design@gmail.com](mailto:profju.design@gmail.com) /**

**[juliana.aguiar@ufes.br](mailto:juliana.aguiar@ufes.br)**