



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

| Plano de Ensino | | | |
|---|--|------------------|-------------------------------------|
| Universidade Federal do Espírito Santo | Campus Goiabeiras | | |
| Curso: Jornalismo | | | |
| Departamento Responsável: Comunicação Social | | | |
| Data de Aprovação (Art. nº91): | | | |
| Docente Responsável: Juliana Hollerbach de Aguilar | | | |
| Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/3387104347579735 | | | |
| Disciplina: Teorias e práticas de linguagem visual: planejamento gráfico para meios impressos e digitais | | | Código: COS04843 |
| Pré-requisito: | Nenhum | | Carga Horária Semestral: 60h |
| Créditos: | Distribuição da Carga Horária Semestral | | |
| | Teórica | Exercício | Laboratório |
| | 40 | 20 | 0 |
| EMENTA | | | |
| <p>A visualidade e a visibilidade como condição da comunicação contemporânea. A importância da imagem e da 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.</p> | | | |
| OBJETIVOS | | | |
| <p>Avaliar estratégias e processos da linguagem visual como atividade social. Refletir sobre a emergência de um "alfabetismo visual". Compreender a linguagem visual inserida no contexto das transformações dos modos de ser e ver no contemporâneo. Trabalhar a leitura das imagens e distinguir as funções éticas e estéticas da imagem. Introduzir, na lógica das imagens técnicas e de sua reprodutibilidade, o imperativo da informação. Identificar as demandas de mercado e as tendências de consumo. Identificar as etapas de produção de peças gráficas para o jornalismo. Identificar e manejar/dominar os elementos básicos da comunicação visual, analisando escolhas, emprego e efeitos dos mesmos a partir de estudos de caso. Avaliar diferentes composições visuais para diferentes plataformas comunicacionais. Produzir uma composição visual.</p> | | | |

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Unidade 1. Introdução à comunicação visual

- 1.1 Modos de visualidade e visibilidade
- 1.2 A ideia do “comum” e a linguagem visual
- 1.3 Imagens mentais e imagens técnicas: função, contexto e simbologia
- 1.4 Produção, reprodução e consumo de imagens: noções de transição
- 1.5 Questões estéticas e valorização da informação em mensagens visuais
- 1.6 Elaboração de layouts

Unidade 2. Análises de modelos gráficos

- 3.1 Ambientes digitais: interação e usabilidade
- 3.2 Mídias sociais: novas linguagens e estratégias
- 3.3 Processos gráficos em jornalismo

Unidade 3. Produção de composições visuais

- 4.1 Design de notícias: da diagramação à produção de discurso jornalístico
- 4.2 Coleta de dados e planejamento
- 4.3 Execução de composição visual (projeto gráfico)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BANN, D. **Novo manual de produção gráfica**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012.
- COLLARO, A. C. **Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.
- DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- 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.
- NIELSEN, J.; BUDI, R. **Usabilidade móvel**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- PREECE, J.; ROGERS, Y.; SHARP, H. **Design de interação: além da interação homem-computador**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- TEIXEIRA, T. **Infografia e jornalismo: conceitos, análises e perspectivas**. Salvador: Editora da UFBA, 2010.
- WILLIAMS, R. **Design para quem não é designer, noções básicas de planejamento visual**. São Paulo: Callis, 2009.

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.
- 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.
- 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; visita virtual.

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

LINK DE ACESSO AO CLASSROOM: <https://classroom.google.com/c/NDE5NDIzMjc5MDIx?cjc=t2gudrs>

LINK DE ACESSO AO MEET PARA AULAS SÍNCRONAS: <https://meet.google.com/sif-pkim-ueh>

CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Trabalhos

Parque gráfico: 2 pontos

Jornal: 2 pontos

Anúncio All Type / Músicas Para ver: 1 ponto

Capa de Livro: 2 pontos

Identidade Redes Sociais: 1 ponto

Design de Notícias / Infográfico: 2 pontos

Total: 10 pontos

Após o fechamento das notas, os alunos que não alcançarem média 5,0 terão oportunidade de enviar os trabalhos novamente.

CRONOGRAMA

CRONOGRAMA

Aula 1) 8/11 Apresentação do curso: ementa, objetivos, programa e critérios de avaliação. Planejamento gráfico, História e processos de impressão

Aula 2) 22/11 Produção Gráfica e Processos de impressão - Jornada da notícia
Trabalho: Parque gráfico e prazos de produção

Aula 3) 29/11 Apresentação do trabalho Parque gráfico de um jornal e prazos de produção
Debate: o tempo, a impressão, o trabalho jornalístico e a distribuição da informação.

Aula 4) 06/12 Imagens mentais e imagens técnicas: função, contexto e simbologia; Produção, reprodução e consumo de imagens.
GRID Apresentação de Case Folha de São Paulo
Trabalho: Jornal de 8 páginas - boneca e projeto gráfico

Aula 5) 13/12 Impresso x Digital
Identidade Visual / Brand Book
Aplicação de Identidade Visual e suas implicações na notícia / estilos gráficos e estilos de discurso
Desenvolvimento do trabalho: Jornal de 8 páginas - boneca e projeto gráfico

Recesso - **Entrega do trabalho Jornal – até 23/01**

Aula 6) 24/01 Signos gráficos. Execução de composição visual (projeto gráfico – aplicando identidade visual)
Mostra de trabalhos - Jornal

Aula 7) Digital / comunicação em rede / moda / memes – exploração de linguagens e padrões gráficos, Imagens mentais e imagens técnicas: função, contexto e simbologia; Produção, reprodução e consumo de imagens: noções de transição. Questões estéticas e valorização da informação em mensagens visuais
Case “ Não durma Sem Saber “ ; Jornais Japoneses / Jornal internacional; Gazeta

Aula 8) 24/01 Modos de visualidade e visibilidade; A ideia do “comum” e a linguagem visual.
Os Signos. Comunicando com cores e suas implicações Gráficas
Trabalho Anúncio All Type / Músicas Para ver

Aula 9) 31/01 Apresentação Trabalho Anúncio All Type / Músicas Para ver

Aula 10) 07/02 Produção e uso de imagens. Vetor, imagem e resolução
Tipos de ilustração, fotografia e representações gráficas
Trabalho: Capa de Livro

Aula 11) 14/02 Apresentação do trabalho Capa de Livro

Aula 12) 21/02 Mídias sociais: novas linguagens e estratégias de comunicação.
O que o cérebro entende / interação. Historytelling. Copyright.
Produção de notícias para redes sociais, imagens em movimento, fotojornalismo.
Trabalho: Identidade nas redes sociais

Aula 13) 07/03 Design de notícias: da diagramação à produção de discurso jornalístico/ Infografia

Aula 14) 14/03 Infografia - desenvolvimento do trabalho

Aula 15) 21/03 Apresentação de trabalho Design de Notícias / Infografia

Professor: Juliana Hollerbach de Aguiar

E-mail: profju.design@gmail.com