



**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> 09/10/2023			
<b>Docente Responsável:</b> Yasmin Ribeiro Gatto Cardoso			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="https://lattes.cnpq.br/9667432414520706">https://lattes.cnpq.br/9667432414520706</a>			
<b>Disciplina:</b> Produção Gráfica			<b>Código:</b> COS 04857
<b>Pré-requisito:</b>	Não possui		<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>
	20	20	20
<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> <ul style="list-style-type: none"><li>● Compreender a atuação dos departamentos de criação e produção publicitárias;</li><li>● Entender a importância e a função da tipologia na criação e produção publicitárias;</li><li>● Conhecer as técnicas de composição; os elementos básicos da comunicação visual, dentre eles, a importância da cor, e os fundamentos do layout;</li><li>● Conhecer os processos de finalização de peças publicitárias;</li><li>● Compreender os elementos e processos de pré-impressão, impressão e pós-impressão gráficos, que fundamentam a escolha dos mais adequados para cada caso.</li></ul>			

**Conteúdo****Programático:**

História, conceitos básicos e definições.

Processos de  
impressão. Formatos  
de papel.

Cores.

Pré-impressão.

Softwares de produção  
gráfica. Tipografia.

Design de página.

Imagens.

Acabamentos  
gráficos.

Embalagens.

Identidade visual .

Publicidade.

Produção gráfica para mídias digitais.

**Metodologia:**

Aulas expositivas/dialogadas em laboratório de informática com a utilização de recursos audiovisuais; 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:**

Seminário em grupo - vale 10 pontos;

Atividades práticas - 6 pontos;

Participação, frequência, leitura prévia dos textos, perguntas para convidados - 4 pontos;

**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 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.; PEOJ N, 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.

CARDOSO, R. Uma introdução a história do design. São Paulo: Blucher, 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.

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

## **Cronograma:**

### **Aula 1 - 19/09/2023**

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

Texto base: Produção gráfica - as transformações do impresso em paralelo às novas mídias. Leitura em sala.

### **Aula 2 - 26/09/2023**

Imagem e o imaginário: construindo visualidades no meio publicitário

Estudos de caso: A publicidade da Coca-Cola "Happiness Factory" e o imaginário do sistema produtivo na sociedade de consumo - <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/108>

Segunda parte da aula - discussão em sala de aula:

O imaginário da diferença: identidade e etnocentrismo na publicidade sobre o Brasil

<https://www.redalyc.org/pdf/4955/495553928009.pdf>

### **Aula 3 - 03/10/2023**

Imagem e semiótica: Estudos de caso.

Texto-base: Memória e perspectivas da semiótica no Brasil (SANTAELLA, 2016) Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/68862>

Análise da imagem na imprensa: um percurso em busca da discursividade na fotografia. (FERREIRA, 2007) Disponível em: <https://books.scielo.org/id/387/pdf/mattos-9788523208943-06.pdf>

Textos complementares: pandemia de Covid-19 e o jornalismo de moda: análise semiótica das capas da revista Vogue (ZOGBI, 2021) Páginas 51 a 87. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Raissa%20Zogbi.pdf>

A morte estampada nas capas de jornais: uma análise semiótica do Massacre de Realengo (GAMA e MANCINI, 2017). Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/relin/article/view/10669>

### **Aula 4 - 10/10/2023**

Infografia - um pouco de história.

Texto base: Infografia e Jornalismo: conceitos, análises e perspectivas.

Segunda parte da aula - Convidada Lara Aiolfi : “Desenvolvimento de uma fonte variável display de simulação caligráfica”.

**Aula 5 - 17/10/2023**

Estética aplicada - O papel da estética na comunicação.

Convidado: Professor Rafael Bellan.

**Aula 6 - 24/10/2023**

A imagem no contexto contemporâneo - uma análise de representação. Texto base: Cultura e representação Stuart Hall.

**Sorteio de temas do seminário e formação de grupos.**

**Aula 7 - 31/10/2023**

Convidado - Igor Emílio Oliveira. Falar sobre representação do negro na publicidade.

**Aula 8 - 07/11/23**

Preparação para seminários - tempo para reunião.

Temas: 1.Elementos básicos da comunicação visual; 2. O layout para rótulos, anúncios, cartazes e painéis; 3. Cor: teoria, classificação, combinação e aplicação; 4. Identidade visual - processo de construção; 5. Produção gráfica para mídias digitais.

**Aula 8 - 14/11/2023**

Apresentação de seminários.

**Aula 9 - 21/11/2023**

Exercícios práticos

**Aula 10 - 28/11/2023**

Visita a gráfica (a confirmar).

**Aula 11 - 05/12/23:**

Exercícios práticos

**Aula 12 - 12/12/23:**

Exercícios práticos + devolutiva das notas dos seminários.

**Aula 13 - 19/12/23:**

**Prova final para quem não obtiver nota.**