



## Plano de Ensino

**Universidade Federal do Espírito Santo**

**Campus de Goiabeiras**

**Curso:** Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda

**Departamento Responsável:** Departamento de Comunicação Social

**Data de Aprovação (Art. nº 91):** 02/03/2026

**DOCENTE PRINCIPAL :** MARIANA DIAS MIRANDA

Matrícula: 3522620

**Qualificação / link para o Currículo Lattes:** <https://lattes.cnpq.br/9474203777587437>

**Disciplina:** PRODUÇÃO GRÁFICA

**Código:** COS04857

**Período:** 2026 / 1

**Turma:** 1

**Carga Horária Semestral:** 60

### Distribuição da Carga Horária Semestral

| Créditos: 3 | Teórica | Exercício | Laboratório | Extensão |
|-------------|---------|-----------|-------------|----------|
|             | 30      | 0         | 30          |          |

### Ementa:

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 lay out. A arte final. Cor: teoria, classificação, combinação e aplicação. Lay out para rótulos, anúncios, cartazes, painéis e promoção de vendas.

### Objetivos Específicos:

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.

### Conteúdo Programático:

Unidade 1 - Técnicas de composição e de impressão e suas implicações

Planejamento e produção gráfica

Os princípios da comunicação visual: concepção e composição.

Os tipos de impressão.

Unidade II

Evolução das artes gráficas

Convergências e divergências entre processos físicos e digitais.

Cor: teoria, classificação, combinação e aplicação.

Noções de forma, composição e finalização de produções gráficas.

Unidade III

Princípios básicos para elaboração do layout (Forma, cor, tipologia, composição, etc)

Planejamento do layout e o processo de criação de peças

Interpretando e traduzindo o briefing para peças gráficas.

Criação e produção publicitárias: rótulos, anúncios, cartazes, painéis e promoção de vendas.

### Metodologia:

Aulas expositivas dialogadas, com uso de recursos audiovisuais, articulando a apresentação dos conteúdos teóricos à participação dos estudantes em discussões e reflexões sobre os temas abordados. Serão propostas atividades práticas orientadas, voltadas ao exercício das técnicas de criação gráfica e à aplicação dos princípios de composição, tipografia, cor e planejamento de layout. Essas atividades visam o desenvolvimento da análise crítica de peças gráficas, estudos de caso e desenvolvimento criativo/conceitual por meio da elaboração de materiais publicitários, permitindo a articulação entre fundamentos teóricos e prática criativa.

Como recursos serão necessários: computador com acesso à internet, data show, quadro e pincel. Em algumas aulas, será necessário o uso das estruturas laboratoriais da UFES e equipamentos como computador com software de edição gráfica.

### **Critérios / Processo de avaliação da Aprendizagem :**

1ª Avaliação - Prova escrita individual: análise dos elementos visuais e estratégias de comunicação presentes em peças gráficas. (20 pontos)

2ª Avaliação - Seminário em grupo: apresentação de estudos de caso. (30 pontos)

3ª Avaliação - Trabalho prático em grupo: layout para rótulos, anúncios, cartazes, painéis e promoção de vendas). (60 pontos)

### **Bibliografia básica:**

BAER, Lorenzo. Produção gráfica. São Paulo: SENAC, 2002.

CARRAMILLO NETO, Mário. Produção gráfica II. São Paulo: Global, 1997.

COLLARO, Antonio C. Projeto gráfico, teoria e prática de diagramação. São Paulo: Summus, 1996.

OLIVEIRA, Marina. Produção gráfica para designers. Rio de Janeiro: 2AB, 2001

### **Bibliografia complementar:**

CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda. São Paulo: Futura, 2002.

COLLARO, Antonio C. Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

CRAIG, J. Produção gráfica. São Paulo: Mosaico, 1987.

FIGUEIREDO, Celso. Redação publicitária: sedução pela palavra. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

FONSECA, J. da. Comunicação visual glossário. Porto Alegre: UFRGS, 1990.

PEREZ, Clotilde. Signos da marca: expressividade e sensorialidade. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SILVEIRA, N. Introdução às artes gráficas. Porto Alegre: Sulina, 1985.

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

WILLIAMS. Robin. Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual. São Paulo: Callis, 1995

### **Cronograma:**

| <b>Aula</b> | <b>Data</b> | <b>Descrição</b>   | <b>Exercícios</b>   | <b>Observações</b> |
|-------------|-------------|--|---|--------------------|
| 01          | 16/03/2026  | Plano do curso, critérios de avaliação e o papel do produtor gráfico na agência de publicidade           |   |                    |
| 02          | 23/03/2026  | - Os princípios da comunicação visual: planejamento e a produção gráfica.                                |   |                    |
| 03          | 30/03/2026  | Conceitos básicos de composição, tipologias e zonas de visualização.                                     |   |                    |
| 04          | 06/04/2026  | Diferentes tipos e mecanismos de impressão.  |   |                    |
| 05          | 20/04/2026  | 1ª Avaliação: Prova escrita individual.  | Análise dos elementos visuais e estratégias de comunicação presentes em peças gráficas. (20 pontos) |                    |
| 06          | 27/04/2026  | A evolução das artes gráficas: Convergências e divergências entre processos físicos e digitais.          |   |                    |
| 07          | 04/05/2026  | Teoria das cores: classificação, combinação, aplicação e seu controle nos diferentes tipos de impressão. |   |                    |
| 08          | 11/05/2026  | Noções de forma, composição e finalização de produções gráficas.   |   |                    |
| 09          | 18/05/2026  | Seminário em grupo: apresentação de estudos de caso a partir de elementos gráficos.                      |   |                    |
| 10          | 25/05/2026  | Metodologia de trabalho em planejamento gráfico: exercícios de tradução do briefing para a peça gráfica. |   |                    |
| 11          | 01/06/2026  | Planejamento do layout e o   |   |                    |

| <b>Aula</b> | <b>Data</b> | <b>Descrição</b>   | <b>Exercícios</b> | <b>Observações</b> |
|-------------|-------------|--|-------------------|--------------------|
|             |             | processo de criação de peças.  |                   |                    |
| 12          | 08/06/2026  | Planejamento do layout e o processo de criação de peças                                      |                   |                    |
| 13          | 15/06/2026  | Criação e produção publicitárias: rótulos, anúncios, cartazes, painéis e promoção de vendas. |                   |                    |
| 14          | 22/06/2026  | O controle de qualidade em produção gráfica: acompanhamento de finalização de peças.         |                   |                    |
| 15          | 29/06/2026  | Entrega e apresentação do trabalho final (3ª avaliação). Encerramento da disciplina.         |                   |                    |
| 16          | 06/07/2026  | Prova final.   |                   |                    |

**Observação:**

Os estudantes que obtiverem aproveitamento inferior a 70% da nota final (7,0) deverão realizar uma prova final escrita, baseada nos conteúdos e na bibliografia indicados na disciplina.