



Universidade Federal do Ceará
Unidade: Instituto de Cultura e Arte
Curso: Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Identificação			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Comunicação Social – Publicidade e Propaganda			
1.3. Disciplina: Fundamentos da Comunicação Visual	1.4. Código: ICA1378	1.5. Caráter e regime de oferta: Obrigatória e Semestral	1.6. Carga Horária: 64 h/a (4 créditos)
1.7. Pré-requisito: –			
1.8. Co-requisito: –			
1.9. Equivalências: –			
1.10. Professores: Joaquim Francisco Cordeiro Neto			
2. Justificativa			
Com o avanço, democratização e integração das ferramentas e interfaces de comunicação, vivemos em um ambiente em que as ideias e conceitos de comunicação visual e gráfica são compreendida e utilizadas em nosso cotidiano como recursos de diálogo e expressão. Por isso, desde o início de sua formação, a descoberta dos conceitos, ferramentas e técnicas de comunicação visual surge como recurso indispensável ao exercício da publicidade em suas mais distintas atividades.			
3. Ementa			
O papel da comunicação visual na comunicação social e publicidade de produtos midiáticos impressos e digitais. Elementos da mensagem visual na comunicação gráfica. Computação gráfica aplicada à prática da comunicação visual. Desenho vetorial. Definição de formatos e suportes em design gráfico. Composição cromática em ambientes digitais. Tipografia: conceitos essenciais, classificação e recursos de computação gráfica para editoração. Técnicas para edição e manipulação da imagem.			
4. Objetivos – Geral e Específicos			
I – GERAL Apresentar as noções básicas sobre a linguagem visual e sua aplicação no âmbito da Comunicação Visual.			
II – ESPECÍFICOS Proporcionar aos estudantes oportunidades de aprendizado que envolvam a descoberta dos elementos, princípios, ferramentas e técnicas fundamentais de comunicação visual envolvidas no exercício da atividade publicitária.			
5. Bibliografia			
5.1. Bibliografia Básica			
BERGSTROM, Bo. Fundamentos da Comunicação Visual – São Paulo: Edições Rosari, 2009.			
GOLOMBISKY, Kim & HAGEN, Rebecca. Espaço em branco não é seu inimigo: guia de comunicação visual para iniciantes em design gráfico, Web e multimídia – Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.			
LUPTON, Ellen & PHILLIPS, Jennifer Cole. Novos Fundamentos do design – São Paulo: Cosac Naify, 2008.			

SAMARA, Timothy. Elementos do Design: Guia de estilo gráfico – Porto Alegre: Bookman, 2010.

SEDDON, Tony. Imagens: Um fluxo de trabalho digital para Designers Gráficos– Porto Alegre: Bookman, 2009.

5.2. Bibliografia Complementar

ALVES, William Pereira. Adobe Illustrator CS6 - Descobrimo e Conquistando - São Paulo: Editora Érica, 2012.

FIDALGO, João Carlos de Carvalho. Adobe Photoshop CS6 em Português - Imagens Profissionais e Técnicas para Finalização e Impressão – São Paulo: Editora Érica, 2012.

FIDALGO, João Carlos de Carvalho. Diagramação com Indesign CS6 – São Paulo: Editora Érica, 2012.

GAVIN, Ambrose & HARRIS, Paul. Design Básico Imagem – Porto Alegre: Bookman, 2009.

LUPTON, Ellen. Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes – São Paulo: Cosac Naify, 2006.

LIDWELL, William & HOLDEN, Kritina & BULER, Jill. Princípios universais do design – Porto Alegre: Bookman, 2010.