



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: Design Gráfico Aplicado à Publicidade	1.4. Código: ICA1379	1.5. Caráter e regime de oferta: Obrigatória e Semestral	1.6. Carga Horária: 64 h/a (4 créditos)
1.7. Pré-requisito: ICA1378			
1.8. Co-requisito: –			
1.9. Equivalências: ICA2026			
1.10. Professores: Joaquim Francisco Cordeiro Neto			
2. Justificativa			
<p>O publicitário é personagem protagonista na formulação e uso dos elementos e da linguagem visual para o desenvolvimento de artefatos de natureza tangível e intangível capazes de promover relações entre indivíduos e organizações sociais. Portanto, o conhecimento da história, das teorias e das técnicas que envolvem o universo da comunicação visual e do design gráfico é fundamental para a escolha consciente, exercício criativo e análise crítica de recursos visuais comuns às mensagens e ao discurso publicitário.</p>			
3. Ementa			
<p>História e Evolução do Design Gráfico. Princípios da comunicação visual. Teorias da percepção e da forma. Técnicas de análise, seleção e aplicação de elementos visuais na criação de composições gráficas. Teorias da Cor. Uso de grids e diagramas na organização de mensagens visuais. Linguagem visual na confecção de objetos promocionais e sistemas de identidade visual. Princípios de interação e movimento aplicados à publicidade em plataformas digitais.</p>			
4. Objetivos – Geral e Específicos			
I – GERAL			
Abordagem e experimentação teórico-prática do Design Gráfico aplicado à prática publicitária.			
II – ESPECÍFICOS			
Apresentar a evolução da comunicação visual ao longo dos séculos, os dilemas e diálogos entre a arte, o design e a publicidade, introduzindo os princípios básicos do processo criativo em comunicação visual associados às teorias e técnicas de design gráfico na concepção e uso de artefatos publicitários aplicados a sistemas de identidade visual, elementos promocionais e interfaces digitais.			
5. Bibliografia			
5.1. Bibliografia Básica			
GAVIN, Ambrose & HARRIS, Paul. Fundamentos de Design Criativo – 2. Ed. – Porto Alegre: bookman, 2012.			
GOMES FILHO, João. Gestalt do Objeto: Sistema de Leitura Visual da Forma – 6. Ed. - São Paulo: Editora Escrituras, 2004.			

MEGGS, Philip B. História do Design Gráfico – São Paulo: Cosac Naify, 2009.

SKOLOS, Nancy & WEDELL, Thomas. O processo do Design Gráfico: Do problema à solução, vinte estudos de caso – São Paulo: Rosari. 2011.

WHEELER, Alina. Design de Identidade da Marca. 3a. Ed. – Porto Alegre: Bookman, 2012.

5.2. Bibliografia Complementar

AIREY, DAVID. Design de Logotipos que todos amam: um guia para criar identidades visuais – Rio de Janeiro: Alta Books, 2010.

BARROS, Lilian Ried Miller. A cor no processo criativo: um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe.

CARDOSO, Rafael. Uma Introdução à História do Design – 3a. Edição. São Paulo: Blucher, 2008.

DONDIS, Donis A. Sintaxe da Linguagem Visual – 2a. Ed. - São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ELAN, kimberly. Geometria do Design – São Paulo: Cosac Naify, 2010.