

Unidade Curricular	Design de Comunicação	Área Científica	Áudio-Visuais e Produção dos Media
CTeSP em	Produção nas Artes do Espetáculo	Escola	Escola Superior de Educação de Bragança
Ano Letivo	2020/2021	Ano Curricular	2
Tipo	Semestral	Semestre	1
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - TP 72 PL 54 TC - S - E - OT - O -
Nível	0-2	Créditos ECTS	6.0
Código	4055-555-2101-00-20		

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Jacinta Helena Alves Lourenço Casimiro da Costa

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Dominar a noção de design e a sua natureza, associando aspecto históricos, sociais, culturais e económicos.
2. Aplicar conhecimentos teóricos e de prática projectual.
3. Dominar o uso de uma linguagem e nomenclatura específicas de todo o processo do design de comunicação.
4. Conceber e desenvolver a capacidade de organização e composição dos elementos gráficos que estruturam a comunicação visual, no espaço.
5. Valorizar e aplica o aspecto conceptual e criativo na resolução de problemas de comunicação visual, sem esquecer os factores de ordem formal, técnica e normativa.
6. Desenvolver um sentido funcional e estético assente na maturação de conceitos e na capacidade crítica e autocrítica em fundamentados sobre temas e projectos de design de comunicação.
7. Implementar a utilização de ferramentas e materiais adequados, nomeadamente os recursos tecnológicos mais actuais.
8. Confrontar e relaciona o design de comunicação com outras disciplinas e áreas do conhecimento.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Nenhum pré-requisito necessário.

Conteúdo da unidade curricular

1. Considerações prévias sobre Design.
2. Texto, imagem e organização do campo visual.
3. Tipografia e sistemas de identidade visual.
4. Grafismo Editorial.
5. Grafismo Publicitário.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Considerações prévias sobre Design.
 - A noção de Design.
 - Definição e classificação.
 - História do Design de Comunicação.
 - A metodologia do Design e Métodos projectuais.
2. Texto, imagem e organização do campo visual.
 - A Relação conceito/imagem/texto.
 - Análise da imagem publicitária.
 - Princípios organizativos do espaço bidimensional.
 - Composição, estrutura e construção.
 - Análise semiótica.
3. Tipografia e sistemas de identidade visual.
 - Tipos e sua caracterização tipológica. Origem e a anatomia do tipo. Sua classificação.
 - A tipografia como reflexo e como mensagem.
 - Noções básicas sobre o conceito de identidade visual e sua importância ao longo dos tempos.
 - Elementos básicos de um programa de Identidade.
 - Sistemas de Identidade Visual: normalização e implementação dos seus signos gráficos.
 - Manual de Identidade Visual.
4. Grafismo Editorial.
 - Métodos de paginação: a utilização de formas gráficas sistematizadas e não sistematizadas.
 - Sistemas de grelhas e composição gráfica intuitiva.
 - Estudo comportável do texto. O texto como valor expressivo e plástico.
 - Tipografia neutra e tipografia expressiva.
 - A imprensa diária, o livro, a brochura, o folheto e o anúncio.
 - Materiais, suportes, técnicas e normas. Abordagem a programas informáticos de paginação.
5. Grafismo Publicitário.
 - Caracterização. Abordagem ao processo histórico. Evolução técnica, estilística e sociológica.
 - Especificidade do cartaz cultural, sócio-político e comercial.
 - O processo comunicativo e a linguagem formal.
 - Convivência entre os dois sistemas de signos: icónico e literário.
 - Modos de relação cartaz-espectador. Técnicas de impressão.
 - Importância social do cartaz. A comunicação com o espaço e o ambiente urbano.

Bibliografia recomendada

1. ARNHEIM, R. (1988) Arte e Percepção Visual, Liv^{ra}. Pioneira, S. Paulo;
2. CHAVES, N. (1994) La Imagen Corporativa. Teoria e Metodología de la Identificación Institucional, Ed. G. Gili, Barcelona;
3. HOLLIS, R. (1994) Graphic Design. A Concise History, Thames & Hudson, London;
4. MUNARI, B. (1993) Design e Comunicação Visual, Ed. 70, Lisboa;
5. RUDER, E. (1992) Manual de Diseño Tipográfico, Ed. G. Gili, Barcelona.

Métodos de ensino e de aprendizagem

1. Exposição de conteúdos teóricos.
2. Lançamento de Propostas de trabalhos práticos individuais e/ou de grupo.
3. Acompanhamento, orientação e crítica sobre o desenvolvimento dos trabalhos.
4. Análise e discussão pública dos trabalhos práticos apresentados.

Alternativas de avaliação

1. AVALIAÇÃO CONTÍNUA - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Projetos - 65%
 - Apresentações - 20%
 - Temas de Desenvolvimento - 15%
2. AVALIAÇÃO DE EXAME - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
 - Trabalhos Práticos - 40%
 - Projetos - 60% (nº 4 art. 7º do Regulamento de Frequência e Avaliação - Classificação obtida na Avaliação Contínua)

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Jacinta Helena Alves Lourenço Casimiro da Costa	Jacinta Helena Alves Lourenço Casimiro da Costa	João Lopes Marques Gomes	António Francisco Ribeiro Alves
12-10-2020	12-10-2020	12-10-2020	12-10-2020