

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<sup>ra</sup>. 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