Unidade Curricular	Design de Comunicação Visual			Área Científica	Artes Visuais								
Licenciatura em	Educação Ambiental			Escola	Escola Superior de Educação de Bragança								
Ano Letivo	2021/2022	Ano Curricular	3	Nível	1-3	Créditos ECTS	6.0						
Tipo	Semestral	Semestre	1	Código	9082-620-3101-00-21								
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T -	TP 54	PL -	TC -	S -	E -	OT 18	O -			

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutórica; 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. Obter conhecimentos teóricos e de prática projectual.
2. Conceber e desenvolve a capacidade de organização dos elementos gráficos que estruturam a comunicação visual.
3. Promover a aquisição de conhecimentos e oportunidades de investigação que tenham por intenção a especulação e a experimentação.
4. Realçar o aspecto conceptual e criativo na resolução de problemas, sem esquecer os factores de ordem formal, técnica e normativa.
5. Dominar o uso de uma linguagem e nomenclatura específicas de todo o processo do design de comunicação.
6. Desenvolver um sentido estético assente na maturação de conceitos e na capacidade de emitir juízos críticos/autocríticos e estéticos fundamentados sobre todos os temas e projectos de design.
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. A organização do campo visual. 3. Tipografia e sistemas de identidade visual. 4. Grafismo Editorial e Composição gráfica. 5. Grafismo Publicitário: Cartaz, convite e flyer. 6. O design e os meios digitais de comunicação.

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 - Métodos projectuais.
2. A organização do campo visual.
   - Relação conceito/imagem/texto.
   - Análise semiótica.
   - Análise da imagem publicitária.
   - Princípios organizativos do espaço bidimensional e a perceção do espaço.
   - Composição, estrutura e construção.
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. Composição gráfica e sistemas de paginação.
   - 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.
6. O design e os meios digitais de comunicação.
   - A Internet; o CD-ROM. Considerações gerais sobre a sua importância e características principais.
   - As suas potencialidades e restrições. O Design Multimédia/Hipermédia e o Design de Interfaces.

Bibliografia recomendada

1. ARNHEIM, R. (1988). Arte e Percepção Visual. Livª. Pioneira. S. Paulo;
2. CHAVES, N. (1994). La Imagen Corporativa. Teoria e Metodologia de la Identificación Institucional. Ed. G. Gili. Barcelona;
3. HOLLIS, R. (1994). Graphic Design. A Concise History. Thames & Hudson. Londres;
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 Teórico-Práticos individuais. 3. Acompanhamento e crítica sobre o desenvolvimento dos trabalhos. 4. Análise e discussão publica dos trabalhos teórico-práticos apresentados.

Este documento só tem validade académica depois de autenticado, em todas as suas folhas, com o selo a óleo da Instituição.

Alternativas de avaliação

1. AVALIAÇÂO 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	António José Santos Meireles	Paulo Miguel Mafra Gonçalves	Carlos Manuel Costa Teixeira
02-12-2021	06-12-2021	09-12-2021	09-12-2021

Este documento só tem validade académica depois de autenticado, em todas as suas folhas, com o selo a óleo da Instituição.