



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**  
**PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS**  
**DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO**

**PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR**

**TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)**

☒  
☐  
☐

Disciplina  
Atividade complementar  
Monografia

☐  
☐  
☐

Prática de Ensino  
Módulo  
Trabalho de Graduação

**STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)**

☐

OBRIGATÓRIO

☐

ELETIVO

☒

OPTATIVO

**DADOS DO COMPONENTE**

Código	Nome	Carga Horária Semanal		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
DD053	Design e Sociedade I Design de Cartazes e Posters	30	30	3	60	3º

Pré-requisitos		Co-Requisitos		Requisitos C.H.	
----------------	--	---------------	--	-----------------	--

**EMENTA**

Os cartazes e posters são artefatos tradicionais do design gráfico. Sua importância é registrada nos melhores livros de design e grandes nomes do design já tiveram seus cartazes como artefatos que marcaram muitos movimentos sociais, artísticos e culturais, tanto pela estética vigente na época, quanto pela tecnologia empregada para a produção dos mesmos. Este Grupo de Estudo observa brevemente a história do cartaz e se propõe a entender as várias funções que o cartaz cumpre como artefato de comunicação de massa. Pretende aplicar uma metodologia que controle as variáveis que envolvem o processo criativo de cartazes e posters.

**OBJETIVO (S) DO COMPONENTE**

Compartilhar com os alunos os conhecimentos e procedimentos metodológicos para a criação de cartazes, posters e anúncios publicitários.

1. Criação e produção gráfica de 1 cartaz por aluno.
2. Criação e produção gráfica de 1 poster por aluno.
3. Criação e produção gráfica de 1 anúncio publicitário por aluno.

**METODOLOGIA**

A metodologia de ensino compreende a proposição de aulas teóricas e práticas, que serão distribuídas de forma equânime em cada uma das aulas (2 horas de aula teórica e 2 horas de aula prática). A parte teórica será constituída de conteúdos que serão propostos pelo professor de acordo com o Conteúdo Programático definido para o Grupo de Estudo. A parte prática corresponde ao acompanhamento dos exercícios desenvolvidos pelos alunos, nas fases de conceituação do projeto, desenvolvimento, finalização e produção gráfica. Os exercícios serão desenvolvidos em dupla, onde um dos alunos será o cliente (usuário) e o outro será o designer que desenvolverá o projeto. As duplas não serão fixas e se alterarão em cada um dos exercícios. Serão desenvolvidos 3 exercícios por aluno (1 cartaz | 1 poster | 1 anúncio).

**AVALIAÇÃO**

A avaliação do Grupo de Estudo será realizada a partir da análise dos projetos gráficos de cartazes, posters e anúncios desenvolvidos pelos alunos, observando a criatividade dos projetos, aplicação dos fundamentos teóricos (diagramação, linguagem gráfica verbal, pictórica e esquemática, cor e textura), aplicação da metodologia para o desenvolvimento de projetos gráficos e produção gráfica (formatos, papéis, impressão e acabamento). Também serão observadas na avaliação, a assiduidade e pontualidade dos alunos e o cumprimento mínimo da carga horária do Grupo de Estudo.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Aula	Conteúdo
Aula 1 10.03	Apresentação da Ementa, dos Objetivos, do Conteúdo, da Metodologia e do Conteúdo Programático do Grupo de Estudo. Linha do tempo dos cartazes e posters.
Aula 2	Breve história do cartaz e do pôster com ênfase nos designers criadores dos projetos gráficos.

20.03	Tipos de cartazes e suas principais funções.
<b>Aula 3</b> 27.03	Metodologia para a criação de cartazes e posters I Fundamentos básicos para a criação de cartazes. Formação das duplas “designer I usuário” I Aplicação do briefing com o usuário (cartaz).
<b>Aula 4</b> 03.04	Tipos de posters e suas principais funções. Encontro das duplas “designer I usuário” I Acompanhamento do projeto gráfico (cartaz).
<b>Aula 5</b> 10.04	Fundamentos básicos para a criação de posters. Formação das duplas “designer I usuário” I Aplicação do briefing com o usuário (pôster).
<b>Aula 6</b> 17.04	<b>Apresentação e Entrega do exercício 1 I Cartaz</b>
<b>Aula 7</b> 08.05	Breve história do anúncio publicitário e de propaganda. Encontro das duplas “designer I usuário” I Acompanhamento do projeto gráfico (pôster).
<b>Aula 8</b> 15.05	Metodologia para a criação de anúncios publicitários. Fundamentos básicos para a criação de anúncios publicitários.
<b>Aula 9</b> 22.05	Fundamentos básicos para a criação de anúncios publicitários. Formação das duplas “designer I usuário” I Aplicação do briefing com o usuário (anúncio).
<b>Aula 10</b> 20.05	<b>Apresentação e Entrega do exercício 2 I Poster</b>
<b>Aula 11</b> 05.06	Tipos de anúncios publicitários e suas principais funções. Publicidade e Propaganda. Psicologia da publicidade.
<b>Aula 12</b> 12.06	Mecanismo de ação da publicidade. Encontro das duplas “designer I usuário” I Acompanhamento do projeto gráfico (anúncio).
<b>Aula 13</b> 19.06	Retórica Visual e Publicidade. Figuras Retóricas I A matriz de Jacques Durand.
<b>Aula 14</b> 26.06	<b>Apresentação e Entrega do exercício 3 I Anúncio Publicitário</b>
<b>Aula 15</b> 03.07	Avaliação final do grupo de estudo.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Ambrose, G. e Harris, P. Fundamentos do design criativo. Porto Alegre. Editora Bookman. 2003.  
 Arnheim, R.. Arte e percepção visual. Livraria Pioneira Editora. São Paulo. 1996.  
 Donis, A. Dondis. Sintaxe da linguagem visual. Editora Martins Fontes. São Paulo. 1991.  
 Frutiger, A. Signos, símbolos, marcas y señales. Editorial Gustavo Gilli S. A. Barcelona. 1985.  
 Fuentes, R. A prática do design gráfico I Uma metodologia criativa. Editora Rosari Ltda. São Paulo. 2006.  
 Gomes Filho, J.. Gestalt do objeto - Sistema de leitura visual da forma. Escrituras Editora. São Paulo. 2003.  
 Heller, S. Linguagens do design: compreendendo o design gráfico. Editora Rosari. São Paulo. 2009.  
 Hurlburt, A.. Layout - O design da página impressa. Editora Nobel. São Paulo. 2002.  
 Kopp, R.. Design gráfico cambiante. Editora da Universidade de Santa Cruz do Sul. Santa Cruz do Sul. 2002.  
 Lupton, E. e Phillips, J. C. Novos Fundamentos do Design. Editora Cosac Naify. São Paulo. 2008.  
 Moles, A. O Cartaz. Editora Perspectiva. São Paulo. 1987.  
 Pedrosa, I. O universo da cor. Editora SENAC. Riode Janeiro. 2006.  
 Sant’anna, A. Propaganda. Teoria, técnica e prática. Editora Pioneira. São Paulo. 2001.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA