



Programa de Disciplina de Graduação

Dados da Disciplina

Departament DEPTO. CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**Código:** COM3003**Carga Horária**

60

Créditos 4**Nome:** SEMIÓTICA DA COMUNICAÇÃO N

Objetivos

Conhecer a história da ciência dos signos; Identificar o manejo dos signos para a produção de efeitos de sentido determinados; Promover a análise crítica dos produtos midiáticos; Capacitar a produção de textos verbais e não verbais resultantes das práticas da comunicação social.

Conteúdo Programático

UNIDADE 1 - FUDAMENTOS

- 1.1 - O signo em Saussure.
- 1.2 - O signo em Peirce.

UNIDADE 2 - SIGNIFICAÇÃO E PRODUÇÃO DE SENTIDOS

- 2.1 - Estudos das Teorias da Enunciação.
- 2.2 - Estudos em Análise de Discursos.
- 2.3 - Estudos em Análise de imagem.

UNIDADE 3 - SEMIÓTICA, COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

- 3.1 - Semiótica da Cultura.
- 3.2 - Linguagem, representação e relações de poder.
- 3.3 - Os signos e as mídias.

UNIDADE 4 - ANÁLISE DE TEXTOS MIDIÁTICOS

- 4.1 - A perspectiva semiótica em estudos de comunicação.
- 4.2 - Práticas de análise em semiótica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FIORIN, José Luiz. Elementos de Análise do Discurso. Série: Repensando a Língua Portuguesa. São Paulo: Ed. Contexto - Universidade de São Paulo, 1989.
MAINGUENEAU, Dominique. Novas tendências em análise do discurso. Campinas: Pontes/EDUSC, 1989.
PERUZZOLO, Adair C. A estratégia dos signos. Santa Maria: FACOS, 2002.
SAUSSURE, Ferdinand. Curso de lingüística general. São Paulo: Cultrix.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARTHES, R. O óbvio e o obtuso. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das Mídias. São Paulo, Contexto, 2006.
FAIRCLOUGH, N. Discurso e mudança social. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.
FAUSTO NETO, Antonio (Org.); FERREIRA, G. M. (Org.); SAMPAIO, Adriano de Oliveira. (Org.). Mídia, Discurso e Sentido. 1. ed. Salvador: EDUFBA, 2012. v.1. 263p.
FOUCAULT, M. A ordem do discurso. São Paulo: Loyola, 2008.
KOCH, Ingedore. A inter-ação pela linguagem. São Paulo: Contexto, 1995.
KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. Reading Images: the grammar of visual design. 2ªed. London. New York: Routledge, 2006.
MACHADO, Irene. Semiótica como teoria da comunicação. In: WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio. Tensões e objetos da pesquisa em comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2002.
MACHADO, Irene. Um projeto semiótico para o estudo da cultura. In: Escola de semiótica. A experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura. Cotia: Ateliê Editorial, 2003.
PEIRCE, Charles Sanders. Ícone, Índice e Símbolo. In.: PEIRCE, Charles Sanders. Semiótica. São Paulo: Perspectiva, 1999.
SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense, 1983.



Programa de disciplina de graduação

Dados da Disciplina

Departamento: DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
Código: COM3106 **Carga Horária** 60 **Créditos:** 3
Nome: FUNDAMENTOS DA FOTOGRAFIA

Objetivos

Compreender o equipamento fotográfico e suas funções, interrelações e variáveis através da história, da arte e da técnica na fotografia. Desenvolver o olhar fotográfico. Experimentar a fotografia digital. Desenvolver o domínio técnico da fotografia e da iluminação em fotografia. Refletir sobre as práticas e as teorias da fotografia como linguagem. Aprimorar a produção de sentido por meio da linguagem fotográfica

Conteúdo Programático

PROGRAMA

UNIDADE 1 - HISTÓRIA DA FOTOGRAFIA

- 1.1 - Aplicações, objetivos e perspectivas da fotografia na história.
- 1.2 - Arte e técnica fotográfica.
- 1.3 - Fotógrafos e gêneros fotográficos.
- 1.4 - Fotografia em preto e branco e colorida.

UNIDADE 2 - ELEMENTOS DA MÁQUINA FOTOGRÁFICA

- 2.1 - Tipos e Partes.
- 2.2 - Visor, focagem, vantagens e limitações de funcionamento.
- 2.3 - Utilização de objetivas, motores, flashes e outros elementos.

UNIDADE 3 - EXPOSIÇÃO EM FOTOGRAFIA

- 3.1 - Fatores que determinam a exposição.
- 3.2 - Dispositivos e cálculo de exposição.
- 3.3 - Emprego do fotômetro.

UNIDADE 4 – ILUMINAÇÃO EM FOTOGRAFIA

- 4.1 - Iluminação natural, artificial e mista.
- 4.2 - Fontes de luz artificial e natural.
- 4.3 - Temperatura de cor.
- 4.4 - Filtros e lentes especiais.
- 4.5 - Subexposição, superexposição.

UNIDADE 5 – COMPOSIÇÃO FOTOGRÁFICA

- 5.1 - Linha, Forma, Contraste, Equilíbrio, Textura e outros elementos da fotografia.
- 5.2 - Planos e enquadramentos.
- 5.3 - Profundidade de Campo.
- 5.4 - Tipos e regras de composição.

UNIDADE 6 - FOTOGRAFIA NOS PROGRAMAS DE COMPUTADOR

- 6.1 - Tratamento e manipulação de fotografias nos programas de computador.
- 6.2 - Fotografia digital e Laboratório digital.
- 6.3 - Dispositivos de entrada (input), Armazenamento e transporte, Dispositivos de saída (output).
- 6.4 - Tratamento e Manipulação de imagens com programa de computador.

UNIDADE 7 - FOTOGRAFIA NA COMUNICAÇÃO SOCIAL

- 7.1 - A função da fotografia e suas práticas na Comunicação Social.
- 7.2 - Estúdios e profissionais.

UNIDADE 8 - PROJETO FOTOGRÁFICO E COBERTURA DE EVENTOS

- 8.1 - Projeto Fotográfico.
- 8.2 - Cobertura de Eventos.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARNHEIM, Rudolf. Arte & percepção visual: uma psicologia da visão criadora. São Paulo: Pioneira, 1984.

BARTHES, Roland. A câmara clara: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.



DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

HEDGECOE, John. Guia completo de fotografia. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

LANGFORD, Michael. Fotografia Básica. São Paulo: Elsevier, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ADOBE CREATIVE TEAM. Adobe Photoshop professional CS5: classroom in a book: guia de treinamento oficial. Porto Alegre: Bookman, 2011.

DUBOIS, Philippe. O ato fotográfico. 1. ed. Lisboa: Vega, 1992.

SOUSA, Jorge Pedro. Fotojornalismo: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

**Dados da Disciplina**

Departamento: DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
Código: COM3063 **Carga Horária** 120 **Créditos:** 8
Nome: PROJETO EXPERIMENTAL EM EDIÇÃO DE LIVROS

Objetivos

Possuir conhecimento para o planejamento, execução e pós-execução de um produto editorial.

Conteúdo Programático**PROGRAMA****UNIDADE 1 - PLANEJAMENTO EDITORIAL E PRÉ-PROJETO**

1.1 - Projeto editorial, concepção da publicação.

UNIDADE 2 - EXECUÇÃO DO PROJETO

2.1 - Elaboração do cronograma.

2.2 - Preparação do original.

2.3 - Projeto gráfico e diagramação.

2.4 - Fechamento de arquivo e impressão.

UNIDADE 3 - PÓS-EXECUÇÃO DO PROJETO

3.1 - Lançamento.

3.2 - Divulgação.

BIBLIOGRAFIA

529 - Produção Editorial - 2014

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GENETTE, Gerard. Paratextos. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.

MARTINS, Plínio; ROLLEMBERG, Marcello. EDUSP: um projeto editorial. São Paulo: Ateliê editorial, 2008.

SAMARA, Timothy. Guia de Design Editorial: manual Prático para o Design de Publicações. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2011.

PEREIRA, Jerusa Ferreira et alii (orgs). Livros, Editoras & Projetos. São Paulo: Ateliê Editorial.1997.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARNS, Dom Paulo Evaristo. A técnica do livro segundo São Jerônimo. Cosac Naify. São Paulo, 2007.

FAWCETT-TANG, Roger. O livro e o designer I: como criar e produzir livros. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

FERNANDES, Hélio Puglia; GONÇALVES, Marilson. Repensando o modelo de negócios do livro: estratégias operacionais para a gestão editorial. São Paulo: COM-ARTE, 2011.

FONSECA, Joaquim da. Tipografia e design gráfico. Porto Alegre: Editora Bookman, 2008.

HASLAM, Andrew. O livro e o designer II, como criar e produzir livros. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

**Dados da Disciplina**

Departamento: DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
Código: COM3060 **Carga Horária** 30 **Créditos:** 2
Nome: PRODUÇÃO EDITORIAL PARA REVISTAS

Objetivos

Conhecer o histórico, características e especificidades do meio revista enquanto produto editorial rico em experimentações estéticas e de segmentação de conteúdo. Desenvolver e analisar projetos gráficos e editoriais para revistas. Analisar diferenças entre formatos e suportes para publicação de revistas, com ênfase no uso de tecnologias para o desenvolvimento de revistas digitais interativas.

Conteúdo Programático**PROGRAMA****UNIDADE 1 - CARACTERÍSTICAS DO MEIO REVISTA**

- 1.1 - Histórico das revistas no Brasil e no mundo.
- 1.2 - Características e especificidades do produto editorial.
 - 1.2.1 - Formato.
 - 1.2.2 - Objetivos.
 - 1.2.3 - Lógicas de produção e periodicidade.
 - 1.2.4 - Segmentação e relação com o público.
 - 1.2.5 - Especialização e aprofundamento de conteúdo.
 - 1.2.6 - Layout e valorização de questões estéticas

UNIDADE 2 - PROJETO EDITORIAL PARA REVISTAS

- 2.1 - Pesquisa e concepção do projeto.
- 2.2 - Elementos do projeto editorial.
- 2.3 - Elementos do projeto gráfico.
- 2.4 - Análise de projetos editoriais de revistas.

UNIDADE 3 - REVISTAS DIGITAIS

- 3.1 - Relações entre meios impresso, online e digital na publicação de revistas.
- 3.2 - Tecnologias, formatos e suportes para publicação de revistas digitais.
- 3.3 - Revistas digitais interativas.
 - 3.3.1 - Definição e tendências.
 - 3.3.2 - Processos e tecnologias para produção.
 - 3.3.3 - Disponibilização e leitura de revistas digitais interativas.

BIBLIOGRAFIA**529 - Produção Editorial - 2014****BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

ALI, Fatima. A arte de editar revistas. São Paulo: Editora Companhia Nacional, 2009.
SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista. São Paulo: Contexto, 2004.
MIRA, Maria Celeste. O leitor e a banca de revistas. A segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001.
RODRIGUES, Carla. Jornalismo On-line: modos de fazer. Rio de Janeiro: Eds. PUC-Rio/Sulina, 2009.
Horie, Ricardo Minoru; Pluvillage, Jean. Revistas Digitais para iPad e outros tablets: Arte-finalização, Geração e Distribuição. São Paulo: Bytes & Types (edição Digital), 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARANTES, Priscila; SANTAELLA, Lucia. (orgs.). Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir. São Paulo: Educ, 2008.
RIBEIRO, Milton. Planejamento Visual Gráfico. 10ª ed. Brasília, DF: Linha Gráfica e Editora, 2007.
ROYO, Javier. Design digital. São Paulo: Edições Rosari, 2008.
SAMARA, Timothy. Guia de design editorial. Porto Alegre: Bookman, 2011.
VILLAS BOAS, Sergio. O estilo magazine: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.

508 - Relações Públicas - 2014**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

ALI, Fatima. A arte de editar revistas. São Paulo: Editora Companhia Nacional, 2009.
SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista. São Paulo: Contexto, 2004.
MIRA, Maria Celeste. O leitor e a banca de revistas. A segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001.
RODRIGUES, Carla. Jornalismo On-line: modos de fazer. Rio de Janeiro: Eds. PUC-Rio/Sulina, 2009.
Horie, Ricardo Minoru; Pluvillage, Jean. Revistas Digitais para iPad e outros tablets: Arte-finalização, Geração e Distribuição. São Paulo: Bytes & Types (edição Digital), 2012.



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARANTES, Priscila; SANTAELLA, Lucia. (orgs.). Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir. São Paulo: Educ, 2008.
RIBEIRO, Milton. Planejamento Visual Gráfico. 10ª ed. Brasília, DF: Linha Gráfica e Editora, 2007.
ROYO, Javier. Design digital. São Paulo: Edições Rosari, 2008.
SAMARA, Timothy. Guia de design editorial. Porto Alegre: Bookman, 2011.
VILLAS BOAS, Sergio. O estilo magazine: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.



Programa de Disciplina de Graduação

Dados da Disciplina

Departament DEPTO. CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**Código:** COM3038**Carga Horária**

60

Créditos 4**Nome:** PRODUÇÃO EDITORIAL EM MÍDIA AUDIOVISUAL N

Objetivos

Capacitar os alunos para análise e assessoria do mercado de produção editorial audiovisual; proporcionar o conhecimento da legislação, políticas públicas e órgão de fomento voltada à indústria cultural audiovisual. Planejar e executar as etapas de um projeto audiovisual.

Conteúdo Programático

PROGRAMA

UNIDADE 1 - MERCADO DE PRODUÇÃO EDITORIAL AUDIOVISUAL: ÁREAS E FORMAS DE ATUAÇÃO.

- 1.1 - Legislação e política para a produção audiovisual.
- 1.2 - Parcerias, co-produções, produção independente.
- 1.3 - Estrutura e funcionamento de uma produtora.

UNIDADE 2 - PLANEJAMENTO, PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE UM PROJETO EDITORIAL EM MÍDIA AUDIOVISUAL.

- 2.1 - Pré-produção.
 - 2.1.1 - Planilha de custos, cronograma de gravação e definição de cargos e funções da equipe.
- 2.2 - Produção.
 - 2.2.1 - Execução e gravação.
- 2.3 - Pós-produção.
 - 2.3.1 - Edição: tratamento de imagem e finalização.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MARQUES, Aída. Idéias em movimento: produzindo e realizando filmes no Brasil. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

RABIGER, Michael. Direção de Cinema: Técnicas e Estéticas. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2007.

ROBERTS-BRESLIN, Jan. Produção de Imagem e Som. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

SERRA, Floriano. A Arte e a Técnica do Vídeo: do Roteiro à Edição. São Paulo: Summus, 1986.

WATTS, Harris. On Câmera - o curso de produção de filme e vídeo da BBC. São Paulo: Summus, 1990.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARAÚJO, Inácio. Cinema: O Mundo em Movimento. São Paulo: Scipione, 1996.

CANNITO, Newton. A Televisão na era digital. Summus Editorial. IETV. São Paulo, 2010.

LEWIS, Roland. 101 Dicas Essenciais - Vídeo. Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.

LUMET, Sidney. Fazendo filmes. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

MACHADO, Arlindo. A Arte do Vídeo. São Paulo: Brasiliense, 1988.

MARNER, Terence. A Direção Cinematográfica. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

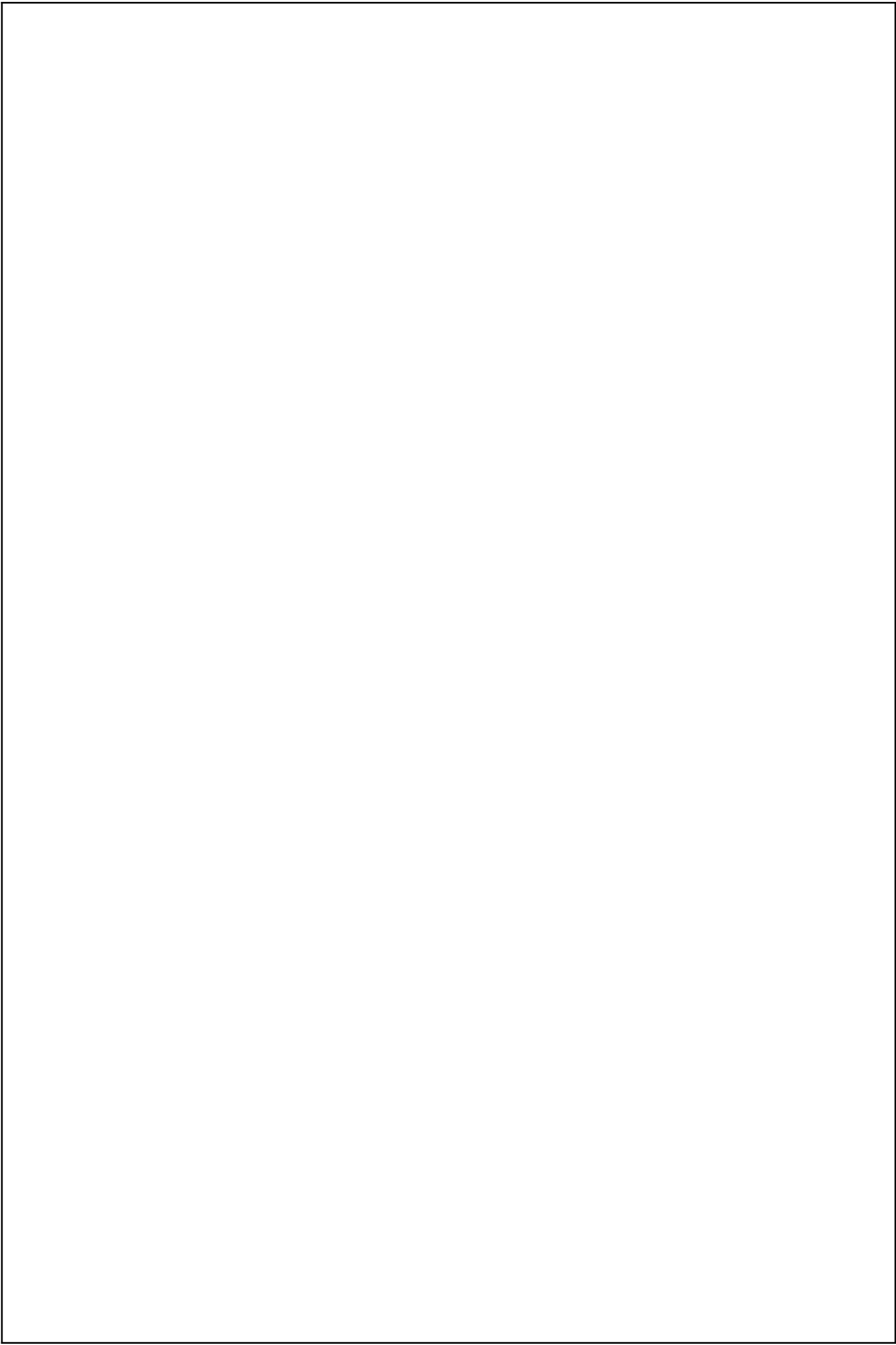
MALFILLE, Pierre. O Assistente de Direção Cinematográfica. Rio de Janeiro: Artenova/Embrafilme, 1979.

MONCLAR, Jorge. Manual do Assistente de Câmera. Rio de Janeiro: Artenova/Embrafilme, 1979.

MOURA, Edgar. Câmera na mão, som direto e informação. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1985.

RODRIGUES, Chris. O cinema e a produção. Rio de Janeiro: DP&A, 2002

ZETTL, Herbert. Manual de produção de Televisão. São Paulo: Cengage Learning, 2011





Programa de Disciplina de Graduação

Dados da Disciplina

Departament DEPTO. CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**Código:** COM3039**Carga Horária**

60

Créditos 4**Nome:** PLANEJAMENTO E PRODUÇÃO GRÁFICA

Objetivos

Conhecer os recursos, processos e técnicas de planejamento gráfico. Aplicar os princípios básicos da diagramação. Utilizar softwares de desenho, de editoração eletrônica e de manipulação de imagens. Desenvolver e aplicar projetos gráficos de produtos editoriais. Desenvolver competências para a finalização e acabamento de produtos editoriais, através da compreensão das etapas da produção gráfica.

Conteúdo Programático

UNIDADE 1 - FUNDAMENTOS DO PLANEJAMENTO GRÁFICO PARA PRODUTOS EDITORIAIS

- 1.1 - Concepção e planejamento de produtos editoriais.
- 1.2 - Componentes do Projeto gráfico editorial.

UNIDADE 2 - PLANEJAMENTO GRÁFICO PARA PROJETOS EDITORIAIS

- 2.1 - Estrutura do projeto gráfico.
- 2.1.1 - Formato e mancha gráfica.
- 2.1.2 - Módulo, diagrama e grid.
- 2.2 - Diagramação e edição.
- 2.2.1 - Princípios da diagramação.
- 2.2.2 - Softwares de editoração eletrônica.

UNIDADE 3 - ESTUDOS DE CASO DE PROJETOS EDITORIAIS

- 3.1 - Características estruturais e especificidades de projetos gráficos.
- 3.1.1 - Livro.
- 3.1.2 - Revista.
- 3.1.3 - Catálogo.
- 3.1.4 - Jornal.
- 3.1.5 - Produtos promocionais.
- 3.1.6 - Outros projetos gráficos.

UNIDADE 4 - NOÇÕES BÁSICAS DE PRODUÇÃO GRÁFICA

- 4.1 - Procedimentos de preparação de arte-final.
- 4.2 - Processos de impressão gráfica.
- 4.3 - Fotolitografia analógica.
- 4.4 - Suportes para impressão.
- 4.5 - Acabamento.
- 4.6 - Orçamentos e cronograma.

UNIDADE 5 - DESENVOLVIMENTO E APLICAÇÃO DE PROJETOS GRÁFICOS

- 5.1 - Pesquisa e produção de projeto gráfico para produto editorial.
- 5.2 - Aplicação e análise de projeto gráfico desenvolvido.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BANN, David. Novo manual de produção gráfica. BOOKMAN COMPANHIA ED, 2012.
HANDEL, Richard. O Design de Livro. São Paulo: Ateliê, 2007.
COLLARO, Antonio C. Projeto Gráfico: teoria e prática da diagramação. São Paulo, Summus, 2000.
ROCHA, Claudio. Projeto Tipográfico - Análise e produção de fontes digitais. São Paulo: Rosari, 2002.
RIBEIRO, Milton. Planejamento visual gráfico / 8. ed. Brasília : LGE, 2003.
SAMARA, T. Grid: construção e desconstrução. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BAER, Lorenzo. Produção Gráfica. São Paulo: Editora Senac, 1999.
COLLARO, Antonio Celso. Produção Visual e Gráfica. Summus. 2005. SP.
FARIAS, Priscila L. Tipografia Digital: o impacto das novas tecnologias. Rio de Janeiro: AB, 2000.
FERLAUTO, Claudio; JAHN, Heloisa. O Livro da Gráfica. São Paulo: Rosari, 2001.
HOLLIS, Richard. Design gráfico: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
MARTINS, Nelson. A imagem digital na editoração: manipulação e fechamento de arquivos. São Paulo: Editora Senac Nacional, 2003.
WOLLNER, Alexandre. Alexandre Wollner: Design Visual 50 anos. SP. Cosac e Naify, 2003.



Programa de Disciplina de Graduação



Programa de disciplina de graduação

Dados da Disciplina

Departamento: DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
Código: COM3035 **Carga Horária** 60 **Créditos:** 4
Nome: PRODUÇÃO EDITORIAL PARA MÍDIAS DIGITAIS

Objetivos

Capacitar para a compreensão das características e tendências em mídias digitais. Refletir sobre os processos de produção, circulação e consumo associados às mídias digitais. Refletir sobre as lógicas e possibilidades de produção das mídias digitais aplicadas à produção editorial e experimentar possibilidades de produção na área.

Conteúdo Programático

PROGRAMA

UNIDADE 1 - CARACTERÍSTICAS E TENDÊNCIAS EM MÍDIAS DIGITAIS

- 1.1 - Comunicação digital interativa e mídias digitais.
- 1.2 - Definição de mídias digitais e hipermídia.
- 1.3 - Características das mídias digitais.
 - 1.3.1 - Digitalização.
 - 1.3.2 - Reticularidade.
 - 1.3.3 - Hipertextualidade.
 - 1.3.4 - Multimídia.
 - 1.3.5 - Interatividade.
 - 1.3.6 - Personalização.
 - 1.3.7 - Mobilidade.

UNIDADE 2 - MÍDIAS DIGITAIS E A CULTURA DA CONVERGÊNCIA

- 2.1 - Convergência midiática e remediação.
- 2.2 - Cultura participativa e inteligência coletiva.
- 2.3 - Narrativas transmídia.
- 2.4 - Transmídia e o mercado editorial.

UNIDADE 3 - PRODUÇÃO EDITORIAL PARA MÍDIAS DIGITAIS

- 3.1 - Tendências e inovação em mídias digitais para produção editorial.
- 3.2 - Perspectivas sobre linguagem, formatos e mercado.
- 3.3 - Produção editorial multiplataforma.
 - 3.3.1 - E-books e audiobooks.
 - 3.3.2 - Produção para tablets e celular.
 - 3.3.3 - Tendências em infografia e games.
 - 3.3.4 - Geolocalização e mídias locais.
 - 3.3.5 - Produção colaborativa e integração de conteúdos em plataformas de redes sociais.
 - 3.3.6 - Plataformas emergentes.
- 3.4 - Experimentação em produção editorial para mídias digitais.

BIBLIOGRAFIA

529 - Produção Editorial - 2014

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BAYRON, Sergio. O que é hipermídia. São Paulo: Brasiliense, 2011.
GARCÍA CANCLINI, Néstor. Leitores, espectadores e internautas. São Paulo: Iluminuras, 2008.
JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2009.
LIMA, Clóvis Ricardo Montenegro de; Santini, Rose Marie. Produção colaborativa na sociedade da informação. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
Scolari, Carlos. Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FERRARI, Pollyana (org.). Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2010.
FRAGOSO, Suely. Reflexões sobre a convergência midiática. Líbero, São Paulo, Ano VIII, nº 15/16, p. 16-21, 2005. Disponível em: <http://www.academia.edu/1772126/Reflexoes_sobre_a_convergencia_midiatica>>
JOHNSON, Steven. A cultura da interface. RJ: Jorge Zahar, 2001.
LEÃO, Lúcia (org.). O chip e o caleidoscópio: Reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Senac, 2005.
LEMO, André.; JOSGRILBERG, Fabio. Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador, EdUFBA: 2009. Disponível em: <http://poscom.ufba.br/arquivos/livro_Comunicacao_Mobilidade_AndreLemos.pdf>
PRETTO, Nelson De Luca; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. (orgs.). Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008.



Programa de disciplina de graduação

SANTAELLA, Lucia. A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.
SPYER, Juliano. Conectado: O que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela. RJ: Jorge Zahar, 2007.

508 - Relações Públicas - 2014

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BAYRON, Sergio. O que é hipermídia. São Paulo: Brasiliense, 2011.
GARCÍA CANCLINI, Néstor. Leitores, espectadores e internautas. São Paulo: Iluminuras, 2008.
JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2009.
LIMA, Clóvis Ricardo Montenegro de; Santini, Rose Marie. Produção colaborativa na sociedade da informação. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
Scolari, Carlos. Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FERRARI, Pollyana (org.). Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2010.
FRAGOSO, Suely. Reflexões sobre a convergência midiática. Libero, São Paulo, Ano VIII, nº 15/16, p. 16-21, 2005. Disponível em: <http://www.academia.edu/1772126/Reflexoes_sobre_a_convergencia_midiatica>>
JOHNSON, Steven. A cultura da interface. RJ: Jorge Zahar, 2001.
LEÃO, Lúcia (org.). O chip e o caleidoscópio: Reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Senac, 2005.
LEMO, André.; JOSGRILBERG, Fabio. Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador, EdUFBA: 2009. Disponível em: <http://poscom.ufba.br/arquivos/livro_Comunicacao_Mobilidade_AndreLemos.pdf>
PRETTO, Nelson De Luca; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. (orgs.). Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008.
SANTAELLA, Lucia. A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.
SPYER, Juliano. Conectado: O que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela. RJ: Jorge Zahar, 2007.



Programa de Disciplina de Graduação

Dados da Disciplina

Departament DEPTO. CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**Código:** COM3036**Carga Horária**

30

Créditos 2**Nome:** PRODUÇÃO E TRATAMENTO DE IMAGEM N

Objetivos

Compreender a fotografia em seu conceito de arte. Abordar questões éticas na produção e tratamento da imagem. Princípios básicos sobre imagem digital e vetorial, cor luz, digitalização e tratamento de imagens. Arquivos digitais suas características e aplicações. Iniciação para a preparação e edição de arquivos. Ferramentas gráficas. Análise de imagem.

Conteúdo Programático

PROGRAMA

UNIDADE 1 - INTRODUÇÃO À PRODUÇÃO E TRATAMENTO DE IMAGEM

- 1.1 - Criação.
- 1.2 - Composição.
- 1.3 - Softwares e produção gráfica.
- 1.4 - Informática como ferramenta.

UNIDADE 2 - EDIÇÃO DE IMAGENS

- 2.1 - Softwares vetoriais: Geração de arquivos, ilustrações vetoriais, cores.
- 2.2 - Softwares de edição de imagens: formatos possíveis.
- 2.3 - Softwares de diagramação: importação de outros formatos.
- 2.4 - Início da criação de logotipo vetorial para layout do trabalho final.
- 2.5 - Finalização do logotipo para layout do trabalho final: formatos de exportação e importação.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARAUJO, Emanuel. A construção do Livro. Rio de Janeiro: Lexicom, 2000.

CLAIR, Kate; BUSIC-SNYDER, Cynthia. Manual de Tipografia. Porto Alegre: Bookman, 2009.

MARTINS, Plínio. EDUSP, um projeto editorial. São Paulo: Edusp, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LUPTON, Ellen; MILLER, Abbott. Design/Escrita/Pesquisa: a Escrita no Design Gráfico. Porto Alegre: Bookman, 2012.

NORMAS EDITORIAIS EDITORA UFSM. Disponível em < <http://coral.ufsm.br/editora/como_publicar.htm>>. Acesso em abril 2013.

PROSE, Francine. Para ler como um escritor. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.



Programa de Disciplina de Graduação

Dados da Disciplina

Departament DEPTO. CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**Código:** COM3037**Carga Horária**

60

Créditos 4**Nome:** PRODUÇÃO AUDIOVISUAL N

Objetivos

Conhecer os fundamentos da produção audiovisual, partindo do estudo de referências às etapas básicas de uma produção. Contato com ferramentas profissionais para a produção de audiovisuais.

Conteúdo Programático

UNIDADE 1 - FUNDAMENTOS DA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

- 1.1 - História e desenvolvimento do audiovisual.
- 1.2 - Principais escolas e períodos do cinema.

UNIDADE 2 - PRODUÇÃO AUDIOVISUAL EM MULTIMEIOS

- 2.1 - Fotografia no audiovisual. Enquadramentos, iluminação e decupagem.
- 2.2 - Imagens em movimento: cinema, televisão, web.
- 2.3 - Estratégias e estilos narrativos.
- 2.4 - Dimensão estética.
- 2.5 - Tecnologias, software audiovisuais.

UNIDADE 3 - ETAPAS DA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

- 3.1 - Criação de roteiros.
- 3.2 - Fundamentos da captura de imagens.
- 3.3 - Gramática/narrativa audiovisual.
- 3.4 - Produção.
- 3.5 - Edição.

UNIDADE 4 - CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE UM PRODUTO AUDIOVISUAL

- 4.1 - Pré-produção.
 - 4.1.1 - Planilha de custos, cronograma de gravação.
- 4.2 - Produção.
 - 4.2.1 - Execução e gravação.
- 4.3 - Pós-produção.
 - 4.3.1 - Edição: tratamento de imagem e finalização.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JIMÉNEZ, Jesús García. Narrativa Audiovisual. Madri: Catedra, 1996.
FIELD, Syd. Como Resolver Problemas de Roteiro. Rio de Janeiro: Objetiva, 2002.
HOWARD, David. MABLEY, Edward. Teoria e Prática do Roteiro. São Paulo: Globo, 1993.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GUIMARAES, Denise Azevedo Duarte. Comunicação Tecnoestética nas mídias audiovisuais. Porto Alegre: Sulina, 2007.
MACHALSKI, Miguel. El Guión Cinematográfico: Un viaje azaroso. Buenos Aires: Catálogos, 2006.
MACIEL, Luiz Carlos. O poder do clímax: fundamentos do roteiro de cinema e tv. Rio de Janeiro: Record, 2003.
MARQUEZ, Gabriel Garcia. Como Contar um Conto. Rio de Janeiro: Casa Jorge



Programa de disciplina de graduação

Dados da Disciplina

Departamento: DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
Código: COM3034 **Carga Horária** 60 **Créditos:** 4
Nome: DESIGN EDITORIAL

Objetivos

Desenvolver a capacidade de análise e elaboração de projetos de comunicação visual na área de produção editorial, por intermédio do conhecimento das teorias da imagem e do design, e sua aplicação no âmbito dos produtos editoriais.

Conteúdo Programático

PROGRAMA

UNIDADE 1 - BASES CONCEITUAIS

- 1.1 - Conceituação do design gráfico.
- 1.2 - Breve histórico do design gráfico.
- 1.2 - Mensagens verbais e visuais.
- 1.3 - Relação entre forma e função.
- 1.4 - Fundamentos do design gráfico.

UNIDADE 2 - COMPOSIÇÃO

- 2.1 - Formato.
- 2.2 - Eixo compositivo.
- 2.3 - Pontos de atenção.
- 2.4 - Formas.
- 2.5 - Aspectos conceituais de composição.
- 2.6 - Técnicas de comunicação visual.

UNIDADE 3 - ESTRUTURAÇÃO

- 3.1 - Proporções áureas.
- 3.2 - Estruturação fundamental.
- 3.3 - Estruturação modulacional.
- 3.4 - Estruturação diagramacional.

UNIDADE 4 - ELEMENTOS GRÁFICOS

- 4.1 - Aspectos Gerais Relativos a Tipografia.
 - 4.1.1 - Classificações.
 - 4.1.2 - Fatores condicionantes da legibilidade e de visibilidade.
 - 4.1.3 - Tipografia aplicada a produtos gráficos.
 - 4.1.4 - Uso de tipografias em produtos gráficos.
- 4.2 - Cor.
 - 4.2.1 - Funções da cor na comunicação gráfica.
 - 4.2.2 - Funções psicológicas, simbólicas e fisiológicas.
 - 4.2.3 - Cor aplicada a produtos gráficos.
- 4.3 - Imagem.
 - 4.3.1 - Classificações.
 - 4.3.2 - Imagem fotográfica e não-fotográfica.
 - 4.3.3 - Imagem aplicada a produtos gráficos.

BIBLIOGRAFIA

529 - Produção Editorial - 2014

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AUMONT, Jacques. A imagem. Campinas: Papirus, 1993. DONDIS, D. A. Sintaxe da linguagem visual. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
FARINA, Modesto. Psicodinâmica das Cores em Comunicação. São Paulo: Edgard Blücher Ltda., 1986.
HENDEL, Richard. O design do livro. São Paulo: Ateliê Editorial, 2006.
HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. BOOKMAN COMPANHIA, 2011.
SAMARA, Timothy. Grid: construção e desconstrução. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARNHEIM, Rudolf. Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora. 8. ed. São Paulo: Pioneira, 1993.
GUIMARÃES, Luciano. A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2001.
LUPTON, Ellen. Pensar com tipos. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
LUPTON, Ellen.; PHILLIPS, Jennifer Cole. Novos fundamentos do design. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

Programa de disciplina de graduação

MEGGS, Philip. B.; PURVIS, Alston. W. História do design gráfico. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
MELO, Chico Homem de(org.) O design brasileiro - anos 60. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
PEDROSA, Israel. O universo da cor. São Paulo: Editora SENAC, 2003.
SAMARA, Timothy. Guia de Design Editorial: Manual Prático para o Design de Publicações. Porto Alegre: Bookman, 2011.

508 - Relações Públicas - 2014

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AUMONT, Jacques. A imagem. Campinas: Papirus, 1993.
DONDIS, D. A. Sintaxe da linguagem visual. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
FARINA, Modesto. Psicodinâmica das Cores em Comunicação. São Paulo: Edgard Blücher Ltda., 1986.
HENDEL, Richard. O design do livro. São Paulo: Ateliê Editorial, 2006.
HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. BOOKMAN COMPANHIA, 2011.
SAMARA, Timothy. Grid: construção e desconstrução. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARNHEIM, Rudolf. Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora. 8. ed. São Paulo: Pioneira, 1993.
GUIMARÃES, Luciano. A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2001.
LUPTON, Ellen. Pensar com tipos. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
LUPTON, Ellen.; PHILLIPS, Jennifer Cole. Novos fundamentos do design. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
MEGGS, Philip. B.; PURVIS, Alston. W. História do design gráfico. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
MELO, Chico Homem de(org.) O design brasileiro - anos 60. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
PEDROSA, Israel. O universo da cor. São Paulo: Editora SENAC, 2003.
SAMARA, Timothy. Guia de Design Editorial: Manual Prático para o Design de Publicações. Porto Alegre: Bookman, 2011.



Programa de Disciplina de Graduação

Dados da Disciplina

Departament DEPTO. CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**Código:** COM3003**Carga Horária**

60

Créditos 4**Nome:** SEMIÓTICA DA COMUNICAÇÃO N

Objetivos

Conhecer a história da ciência dos signos; Identificar o manejo dos signos para a produção de efeitos de sentido determinados; Promover a análise crítica dos produtos midiáticos; Capacitar a produção de textos verbais e não verbais resultantes das práticas da comunicação social.

Conteúdo Programático

UNIDADE 1 - FUDAMENTOS

- 1.1 - O signo em Saussure.
- 1.2 - O signo em Peirce.

UNIDADE 2 - SIGNIFICAÇÃO E PRODUÇÃO DE SENTIDOS

- 2.1 - Estudos das Teorias da Enunciação.
- 2.2 - Estudos em Análise de Discursos.
- 2.3 - Estudos em Análise de imagem.

UNIDADE 3 - SEMIÓTICA, COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

- 3.1 - Semiótica da Cultura.
- 3.2 - Linguagem, representação e relações de poder.
- 3.3 - Os signos e as mídias.

UNIDADE 4 - ANÁLISE DE TEXTOS MIDIÁTICOS

- 4.1 - A perspectiva semiótica em estudos de comunicação.
- 4.2 - Práticas de análise em semiótica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FIORIN, José Luiz. Elementos de Análise do Discurso. Série: Repensando a Língua Portuguesa. São Paulo: Ed. Contexto - Universidade de São Paulo, 1989.
MAINGUENEAU, Dominique. Novas tendências em análise do discurso. Campinas: Pontes/EDUSC, 1989.
PERUZZOLO, Adair C. A estratégia dos signos. Santa Maria: FACOS, 2002.
SAUSSURE, Ferdinand. Curso de lingüística general. São Paulo: Cultrix.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARTHES, R. O óbvio e o obtuso. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das Mídias. São Paulo, Contexto, 2006.
FAIRCLOUGH, N. Discurso e mudança social. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.
FAUSTO NETO, Antonio (Org.); FERREIRA, G. M. (Org.); SAMPAIO, Adriano de Oliveira. (Org.). Mídia, Discurso e Sentido. 1. ed. Salvador: EDUFBA, 2012. v.1. 263p.
FOUCAULT, M. A ordem do discurso. São Paulo: Loyola, 2008.
KOCH, Ingedore. A inter-ação pela linguagem. São Paulo: Contexto, 1995.
KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. Reading Images: the grammar of visual design. 2ªed. London. New York: Routledge, 2006.
MACHADO, Irene. Semiótica como teoria da comunicação. In: WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio. Tensões e objetos da pesquisa em comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2002.
MACHADO, Irene. Um projeto semiótico para o estudo da cultura. In: Escola de semiótica. A experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura. Cotia: Ateliê Editorial, 2003.
PEIRCE, Charles Sanders. Ícone, Índice e Símbolo. In.: PEIRCE, Charles Sanders. Semiótica. São Paulo: Perspectiva, 1999.
SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense, 1983.