

DISCIPLINA: PRÁTICA TÉCNICO-PROFISSIONAL I EM COMUNICAÇÃO VISUAL

Código – Tipo- Nuclear

Nível – 1 Ano- 1º

Semestre – 2º Créditos – 3 (75 horas = 48 horas de contacto + 27 horas de estudo)

1. Competências

- Identificar princípios e técnicas de comunicação.
- Saber expressar bidimensionalmente esboços de projetos.
- Conhecimento na selecção de medidas tipográficas e cálculo de diagramação empregado no sector editorial.
- Saber identificar técnicas de montagem de originais nos diferentes processos de pré- impressão.
- Domínio dos processos de obtenção das cores e seus efeitos na comunicação visual.
- Facilidade de interpretar os aspectos compositivos da imagem.
- Saber analisar e aplicar os diferentes *softwares* gráficos, suas principais ferramentas e equipamentos.
- Posicionar-se de forma crítica perante a produção artística desde as primeiras manifestações até o pós-impressionismo.

2. Objectivos

- Capacitar o aluno a reconhecer e analisar os diferentes aspectos do planeamento gráfico em suas etapas.
- Dotar o aluno de conhecimentos específicos nos domínios da teoria e das técnicas gerais usados para um veículo impresso.
- Mostrar o uso de softwares para editoração eletrônica. Permitir a obtenção de conhecimento crítico e prático dos processos de produção visual nos vários tipos de texto jornalístico.
- Compreender os elementos da comunicação visual.
- Conhecer a importância do design na composição gráfica da linguagem jornalística.
- Ampliar a noção de produção gráfica para conceitos desenvolvidos e aplicados na mídia digital e mostrar a adoção de identidade visual pelos veículos impressos.

3. Plano Temático

No	Conteúdos	Horas	
		C	E
1	RECONHECER AS PRINCIPAIS LINGUAGENS DA COMUNICAÇÃO VISUAL. Realizar serviços com <i>softwares</i> gráficos em nível básico. Realizar pesquisas pertinentes à área, que subsidiem o reconhecimento e o desenvolvimento de um projeto em comunicação visual.	8	7
2	REPRESENTAR BIDIMENSIONALMENTE ESBOÇOS DE PROJECTOS	8	4
3	DESENVOLVER PERCEPÇÃO CRÍTICA DA PRODUÇÃO ARTÍSTICA aplicada a comunicação visual dentro da evolução histórica.	8	4
4	CRIAR PROJETO OU PRODUTO DE COMUNICAÇÃO VISUAL Realizar pesquisas temáticas. Identificar os aspectos estéticos do projeto ou produto de comunicação visual.	8	4

5	DESENVOLVER PROJECTO OU PRODUTO DE COMUNICAÇÃO VISUAL Representar plasticamente o projeto ou produto de comunicação visual. Aplicar técnicas de desenho e composição. Aplicar técnicas de computação gráfica.	8	4
6	DIVULGAR PROJECTO OU PRODUTO DE COMUNICAÇÃO VISUAL Realizar visitas a exposições, mostras e eventos da área.	8	4
	SUBTOTAL	48	27
	TOTAL		75

4. Estratégias e métodos de ensino

Aulas práticas em laboratório para a diagramação e editoração electrónica do jornal- laboratório e outros materiais publicitários.

5. Avaliação

A avaliação corresponderá aos objectivos definidos para os temas, incidindo sobre: compreensão oral e escrita; produção oral e escrita.

Realizar-se-ão, pelo menos, dois testes escritos, para além trabalhos individuais e /ou em grupos. Todas as actividades realizadas pelos estudantes serão objecto de avaliação, observado o Regulamento Académico.

DISCIPLINA: PRÁTICA TÉCNICO-PROFISSIONAL III EM CINEMA E ANIMAÇÃO DIGITAL

Código – Tipo- nuclear

Nível – 1 Ano- 3º

Semestre - 2º Créditos – 4 (100 horas = 48 horas de contacto + 52 horas de estudo)

1. Competências

Uso e manipulação das técnicas e instrumentos de animação e visualização 2D e 3D, bem como de criação e produção de projetos de natureza diversa que integrem imagem animada (i.e aplicações para sistemas móveis, produtos multimédia, televisão, cinema, arquitetura, etc).

2. Objectivos

- Formação teórica e prática, especializada e profissionalizante, de natureza tecnológica e artística, nas áreas da animação, desenho digital, imagem sintética para cinema, jogos digitais, produção de animação para vídeo e comunicação multimédia.
- Formação elementar e de base interdisciplinar em saberes teóricos e aplicados nas áreas da Comunicação, Arte e Design e Computação e Comunicação Multimédia.

3. Plano Temático

Nº	Conteúdos	Horas	
		C	E
1	PIONEIROS DO CINEMA	6	2
2	CINEMA NARRATIVO CLÁSSICO <ul style="list-style-type: none"> • Vanguardas I: Abstracionismo • Vanguardas II: Expressionismo • Vanguardas III: Surrealismo 	6	3
3	ADVENTO DO CINEMA FALADO <ul style="list-style-type: none"> • A linguagem da câmara • Elementos cênicos e aparato técnico 	6	5
4	DOCUMENTÁRIO	6	5
	<ul style="list-style-type: none"> • Neo-realismo italiano • Filme ``noir`` 		
	Cinema Vérité, Free Cinema, Nouvelle-vague <ul style="list-style-type: none"> • Panorama do cinema brasileiro 	6	5
	CINEMA NOVO <ul style="list-style-type: none"> • Novo cinema alemão • dogma 95 • Cinema digital 	6	10
	CINEMA DIGITAL <ul style="list-style-type: none"> • Princípios da Animação • Squash & Stretch • Anticipation • Staging • Straight Ahead & Pose-to-Pose • Follow Thought & Overlapping • Slow In & Slow Out • Arcs • Secondary Action • Timing • Exaggeration • Solid Drawing 	6	20
	PLANOS CINEMATOGRAFICOS Storyboarding essentials	6	2
	Sub-Total	48	52
	Total	100	

1. Métodos de ensino-aprendizagem

As aulas terão uma componente teórica (conferências) e prática (seminários) que permitirão aos estudantes realizar trabalhos em grupo e individuais. Os conceitos serão introduzidos a partir de situações problemáticas.

Na medida do possível, deve-se utilizar exemplos da situação moçambicana e africana na abordagem dos vários temas.

2. Avaliação

A avaliação será baseada nos trabalhos dos estudantes, testes escritos e exame final. Além disso, toma-se em conta a participação nos seminários e actividades académicas, ao longo do semestre.

DISCIPLINA: PRÁTICA TÉCNICO-PROFISSIONAL II EM DESIGN DA COMUNICAÇÃO (LABORATORIAL)

Código – Tipo- nuclear

Nível – 1 Ano- 2º

Semestre - 1º Créditos – 3 (75 horas = 48 horas de contacto + 27 horas de estudo)

1. Competências

- Conhecimento de técnicas de desenvolvimento de projetos de comunicação visual e de produto compatíveis com o mercado, com o público alvo e com os processos produtivos;
- Capacidade de trânsito interdisciplinar, interagindo com especialistas de outras áreas, de modo a utilizar conhecimentos diversos e atuar em equipes interdisciplinares na elaboração e na execução de pesquisas e projetos.
- Capacidade para atuar na assessoria, assistência e consultoria de projetos de *Design*.

2. Objectivos

- Instrumentalizar os alunos para prática projetual de programação visual, partindo de uma necessidade identificada nas empresas locais.
- Treinar os alunos nas áreas da Comunicação, Arte e Design e Computação e Comunicação Multimédia.

3. Plano Temático

Nº	Conteúdos	Horas	
		C	E
	OFICINA DE CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO EM DESIGN. <ul style="list-style-type: none">• Apresentação das disciplinas e dos professores do semestre• Lançamento do Concurso do Logotipo do CEAP 18 anos. Apresentação do Plano de Ensino e dos sistemas de avaliação	8	5
	REVISÃO DOS FUNDAMENTOS DA LINGUAGEM VISUAL: <ul style="list-style-type: none">• Equilíbrio, tensão, Aguçamento e Nivelamento, Atração e Agrupamento.• Revisão de Percepção Visual: Leis da Gestalt e Semiótica.• Tipografia e Cores. Trabalho de Análise de Projeto Gráfico sob as perspectivas da Linguagem Visual.		5
	SISTEMAS DE IDENTIDADE VISUAL <ul style="list-style-type: none">• Aula expositiva participativa sobre design de marcas corporativas. (Explicar a dinâmica da Unidade e solicitar que os académicos formem Escritórios Experimentais e escolham um nome)• Aula sobre MIV (Manual de Identidade Visual) – mostra de cases.	8	5
	PRÁTICA DE ELABORAÇÃO DO MIV <ul style="list-style-type: none">• 1º <i>Briefing</i> de <i>Design</i> Gráfico, explicar passo-a- passo.• Elaborar o <i>briefing</i> dos Escritórios• Prática de Criação do MIV.• Prática de Criação do MIV.• Prática de Criação do MIV	8	2
	DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS NA ÁREA DE PROGRAMAÇÃO VISUAL PROMOCIONAL <ul style="list-style-type: none">• Aula sobre comunicação visual no ponto-de- venda;• Criação de materiais promocionais e de PDV.	8	5

	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de materiais promocionais e de PDV. • Entrega e apresentação de trabalho. 		
	<p>CRIAÇÃO DE LAYOUTS PARA MÍDIA IMPRESSA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mostra de peças publicitárias para mídia impressa (características de cada mídia – jornal, revista, outdoor, cartaz) • Criação de peças gráficas para mídia impressa. • Criação de Campanha com Mídias impressas. <p>Elaboração de Trabalho Interdisciplinar.</p>	8	5
	Sub-Total	48	27
	Total	75	

4. Métodos de ensino-aprendizagem

Aulas expositivas participativas e práticas; laboratório de informática, utilização de audiovisuais ou transparências; leituras e análises de Projetos Gráficos.

5. Avaliação

A avaliação será baseada nos trabalhos dos estudantes, testes escritos e exame final. Além disso, toma-se em conta a participação nos seminários e actividades académicas, ao longo do semestre.

