

Os programas de Pós-Graduação oferecidos pela Faculdade de Tecnologia do Instituto Europeo di Design estão em conformidade legal e atendem as Resoluções CNE/CES nº 1, de 3 de abril de 2001 e nº 1, de 8 de junho de 2007 do MEC - Ministério da Educação. O curso está estruturado em disciplinas (360h) e ao final do programa, o aluno deverá apresentar um trabalho de conclusão, projeto ou monografia, conforme a modalidade eleita para aquela turma (40h), totalizando 400h.

### ■ OBJETIVO

O Curso de Pós Graduação em Graphic Editorial Design tem por objetivo apresentar conteúdos de aprofundamento profissional, tanto nos suportes tradicionais quanto nas novas mídias digitais e multiplataformas. Com forte ênfase estratégica, o programa contempla a aproximação com o mercado editorial, proporcionando ao longo das disciplinas experiências multidisciplinares essenciais.

### ■ PÚBLICO

O curso está direcionado aos formados e profissionais que atuam no cenário laboral que procuram aprimoramento e capacitação para grandes realizações no mercado editorial do novo século.

### ■ COORDENAÇÃO

**Rodrigo Silveira**

Rodrigo Silveira é um dos grandes nomes na direção de arte na área editorial e gráfica. Recentemente, foi Editor de Arte do Portal Abril.com e também Diretor de Arte e de Criação da CDN Interativa. Além disso, realizou inúmeros roteiros e foi editor de animações dirigidas pelo ilustrador Carlo Giovani. Rodrigo Silveira trabalhou com Angeli, Allan Sieber, José Simão, Marcelo Tas, Alemão Guazzelli, Carlo Giovani, Dimitre Lima e com os grupos Nação Zumbi, Ultramen, Trio Mocotó, M.Takara, Cidadão Instigado, Turbo Trio, dentre outros. Em 2004, ganhou prêmio-destaque na categoria cds\_dvds na 7ª Bienal de Design Gráfico e em 2009 ganhou prêmio de melhor hq no festival nextcomic, realizado em Linz, Áustria. Também foi indicado como finalista no prêmio abril de jornalismo, na categoria celular.

- **Brand Equity: Valor pelo Consumidor**

O que uma empresa lhe diz? O governo? Uma organização civil? Ou um profissional liberal? Hoje, junto às qualidades objetivas do trabalho ou produto ofertado, as marcas trazem mensagens com valores éticos e querem se juntar à cultura do indivíduo como forma de fidelizá-lo e de se sustentarem a longo prazo. Entender por que isso ocorre e como os indivíduos de diferentes esferas culturais entendem as mensagens é fundamental para o profissional de comunicação levar entendimento ao seu público-alvo.

- **Semiótica do Design**

A comunicação é estruturada sintaticamente através da composição de sinais e a semiótica é a ciência que estuda sistemas de signos. Em todas as formas de expressão encontram-se elementos que, juntos, constituem a forma e o conteúdo de mensagens direcionadas ao entendimento do usuário. Esta disciplina trará as bases conceituais da semiótica, os fundamentos e formas para a compreensão do objeto de trabalho do profissional de comunicação e de design. As imagens e as formas comunicam e é através delas que surgem as manifestações resultantes do objeto de design, das imagens e dos textos, em todas as suas plataformas. Pela semiótica e pela semiologia o aluno entenderá como expressar suas idéias através do design.

- **Comunicação e estratégia empresarial**

Como estruturar e definir em longo prazo a comunicação empresarial se as tecnologias não cessam de se desenvolverem? Como programar soluções de marketing em condições constantemente em transformação? Primordial é entender o ambiente econômico e cultural em que se encontra a marca e seu mercado de atuação – para onde caminham seus consumidores e concorrentes, estabelecer um planejamento que defina orçamento e metas de chegada, mas que este não seja um caminho rígido. Essas são as chaves para que o profissional de comunicação estabeleça prioridades pontuais que insiram oportunidades tecnológicas e que o levem a atingir seu objetivo de forma a estar sempre em vantagem em relação ao seu concorrente, gerando assim maior valor percebível para a sua marca.

- **Tecnologias Globais e Sociedade Contemporânea**

As tecnologias de produção e gestão desenvolvem-se continuamente e buscam ser universais, pretendem ser usadas e compreendidas por todos os indivíduos e de formas concorrentes ou similares. As tecnologias são globais, porém, os indivíduos e seu grupo social não o são, estes obedecem a um histórico cultural e um modo de vida próprio. Compreender o impacto gerado pelo modo de operação universalizante das tecnologias dentro dos ambientes particularizados é a chave para o profissional de comunicação definir a qualidade da mensagem que pretende levar ao seu público-alvo.

- **Design Editorial**

Analisa os fundamentos teóricos do Design Gráfico aplicando-os ao ambiente editorial. O objetivo da disciplina é estudar o relacionamento forma - função enfatizando os aspectos estruturais, formais, tipográficos e reticulares. A disciplina também apresenta recursos que as novas tecnologias oferecem tais como os conceitos de pluralidade e acessibilidade aos novos suportes como fontes atuais e diferenciadas de comunicação.

- **Planejamento Editorial**

A disciplina apresenta a formação do pensamento editorial por meio da análise do processo criativo e da produção. Serão tratados tópicos tais como o conceito do veículo; elaboração de pauta editorial, fonte criativa de temas a serem abordados pelo veículo; estruturação de projeto gráfico; gestão de produção editorial e o modus operandi da produção editorial. A disciplina também aborda temas como a administração, a captação e a planificação de verbas para o desenvolvimento de veículos editoriais.

- **Mídia e Criatividade**

A disciplina tem por objetivo a exploração e o aprofundamento das diversas mídias sob o ponto de vista do Design Editorial, fazendo com que visões estereotipadas sejam superadas por meio de novos olhares, experiências e linguagens gráficas.

- **A Ilustração e o Concept Design**

Análise do papel da ilustração na construção de conteúdos. Forma e função das diferentes linguagens da ilustração.

- **A Fotografia e a Revista**

Dividido em três partes, a disciplina apresenta os tipos de fotografia existentes, os fundamentos da fotografia, a metodologia, iluminação e o enquadramento no design gráfico e editorial. A disciplina também apresenta os formatos de arquivos que podem ser utilizados para cada suporte, a construção de narrativas visuais potencializando o discurso que se pretende apresentar em cada matéria ou seção editorial.

- **Mercado Editorial Brasileiro**

Palestra oferecida por um profissional atuante no mercado editorial e que aborda as diversas perspectivas atuais.

### **WORKSHOP 1**

#### **Revista Cultural – Número Zero**

Objetivo: Analisar e compreender a finalidade da revista proposta, desenvolvendo projeto editorial conforme os conceitos apresentados.

### **WORKSHOP 2**

Objetivo: Desenvolvimento de projeto editorial e gráfico de uma revista comportamental integrando seus conteúdos as novas tecnologias.

### **WORKSHOP 3**

#### **Revista Comportamental para público jovem**

Objetivo: Desenvolvimento de revista com enfoque no universo da moda, arquitetura e das artes, inovando desde a escolha do material, os processos, até os elementos comunicados

### **ORIENTAÇÃO DE PROJETO FINAL**

O Projeto Final é etapa necessária e obrigatória para receber a certificação de conclusão do curso. Ao longo do percurso formativo, o aluno escolherá o tema do seu projeto final e durante o módulo específico, será orientado por professores.

**■ DOCENTES**

Nossos docentes são designers reconhecidos na área, profissionais e diretores de empresas leader e de agências com importância internacional, convivem diariamente com a realidade empresarial e produtiva. Essa contribuição permite que as rápidas transformações dos contextos produtivos encontrem resposta imediata no conteúdo dos cursos.

**■ PARCERIAS**

No Istituto Europeo di Design, o aluno entrará em contato com empresas durante todo o curso. Deste modo, compreenderá processos e desafios do trabalho criativo aplicado à produção de bens de consumo para o mercado. No IED o projeto pedagógico contempla momentos de vivência profissional simultaneamente ao processo formativo, isso porque o IED mantém parcerias com empresas públicas e privadas, estúdios de design, agências governamentais e ONGs. Os projetos integrados com empresas proporcionam desafios diferenciados. As empresas participam na direção, coordenação e supervisão dos projetos nos quais estão envolvidas. Estas colaborações são concretizadas por meio de workshops, projetos e palestras que enriquecem os alunos com a experiência e com grande chance de ver o seu próprio projeto comercializado; ao mesmo tempo, as empresas se beneficiam dos resultados obtidos com uma linguagem inovadora e criativa.

| A CASA DO ARTISTA | ABEST | ABRE | ABIT | ALBERFLEX | ALITALIA  
| BIBLIOTECA MARIO DE ANDRADE | BRASTEMP | BOX 1824 | CANAL | CASA  
COR | CENTRO CULTURAL SÃO PAULO | CCSP | CHILLI BEANS | CNC FLEX  
| COLUNNA | DECA | DIESEL | DIVINA | DOC DOG | ECKO | FIORENTINO  
PRODUÇÕES E EVENTOS | FAZENDO ONDA | FIRST | FOCH | FOLHA DE  
SÃO PAULO | GANADERIA | IBGM | IDEA ZARVOS | IESB | ISTITUTO CRIAR  
| ISTITUTO INOVA | INTERFACE | ISTITUTO ITALIANO DI CULTURA | IKKO  
ISHP | I-STICK | LE POSTICHE | MABE | MANGELS | MASISA | MAX HAUS  
| MICASA | MIOLO | MUSEU DA IMAGEM E DO SOM | MUSEU DA LINGUA POR-  
TUGUESA | NEUMANN | OFICIO MODA | OSRAM | OVO DESIGN | PHILIPS  
PROJETO CIDADE ESCOLA APRENDIZ | Q&E | REEBOK | RIVA | SAMSUNG  
SCMC | SEBRAE | SEDEC - ESTADO DE ALAGOAS | SENAC | SOLVAY | SP TURIS  
| SWAROVSKI | TOK&STOCK | TURMA DO BEM | VAZ | WGSN | WHIRPOLL  
| WISE UP | YOOX | ZUPI

**PROFESSORES E PALESTRANTES**

Ana Puglia

Eduardo Louis Jacob

Endrigo Chiri Braz

Fábio Sadao

Jorge Colombo

Kiko Farkas

Lincoln Seragini

Marcelo Naddeo

Paula Marchiori

Rico Lins

Rodrigo Silveira

Sara Goldchmit

Sérgio Lage

Sylvio de Ulhoa Cintra