

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA- MKT E CRIAÇÃO		Núcleo Temático: CONHECIMENTOS ESSENCIAIS	
Nome do Componente Curricular: ARTE E COMUNICAÇÃO		Código do Componente Curricular:	
Carga horária: 4 horas aula 64h/ 76ha	(X) Sala de aula () Laboratório () EaD	Etapa: 3	
<p>Ementa: Estudo da arte como produção cultural e como linguagem expressiva, um fenômeno relacionado à cultura visual e à comunicação. Compreensão da produção das linguagens artísticas como processos de desenvolvimento e rupturas ao longo da História. Ênfase nas relações entre arte, comunicação e publicidade. Compreender o papel das artes (pintura, escultura, arquitetura e artes decorativas) e sua importância no legado cultural da humanidade até a contemporaneidade. Identificar a arte como sistema de informação cultural das sociedades que a produzem. Refletir criticamente as teorias e conceitos aplicando-as para análise na produção artística atual. Compreender as relações/convergências entre Arte e Publicidade.</p>			
<p>Conteúdo Programático</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arte como linguagem cultural do ser humano presente em todas as etapas do desenvolvimento do homem. A relação do homem com a imagem desde os primórdios da humanidade até a atualidade. • Arte Rupestre x Arte Urbana: semelhanças e confluências da arte como expressão do homem perante o mundo em que vive. • Antiguidade Clássica: a produção de padrões canônicos presentes até hoje na Comunicação Visual e no Design. A presença de arquétipos greco-romanos na produção publicitária e a influência no marketing político contemporâneo. • As inovações do Renascimento (século XV). O princípio da autoria e a invenção da tipografia. • Clássico x Anticlássico. • Arte e industrialização no final do século XVIII. 			

- As inovações tecnológicas do século XIX: a invenção da fotografia e o desenvolvimento dos métodos de produção de imagens e suas repercussões na arte e na comunicação urbana.
- A ruptura na arte acadêmica. As vanguardas modernas do século XX e suas repercussões nos processos comunicacionais. A desconstrução da figuração na comunicação moderna.
- A influência das vanguardas na publicidade, cinema, fotografia e comunicação gráfica.
- Pop arte e a crítica à indústria cultural. Sua apropriação pelos meios publicitários e na comunicação de massa.
- Arte contemporânea e os meios digitais na Pós Modernidade.

Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	Aula inaugural, apresentação do Plano de Ensino: objetivos, metodologia, critério e cronograma de avaliação conteúdo programático e bibliografia do curso.	Apresentação do Plano de Ensino.
2	O que é Arte? A relação entre a Arte, Comunicação e Estética. Proposta de trabalho imagético com imagem publicitária.	GOMBRICH, E. H. História da Arte. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
3	Arte como linguagem cultural do ser humano presente em todas as etapas do processo de desenvolvimento do homem. Identificar a relação do homem com a imagem desde os primórdios da humanidade até a atualidade. Revisão dos conceitos de meios de comunicação	GOMBRICH, E. H. História da Arte. Rio de Janeiro: LTC, 1999. DUGNANI, P. Globalização e Desglobalização: Outro Dilema da Pós-Modernidade. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 25, n. 2 (2018), Maio, junho, julho e agosto de 2018. Disponível em http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/27918/0 . MCLUHAN, M. Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem. Cultrix: São Paulo, 2016.

4	Arte rupestre x grafismo; semelhanças e confluências no uso da Arte como forma de expressão do homem perante o mundo em que vive.	GOMBRICH, E. H. História da Arte. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
5	Arte Clássica x Arte religiosa. A produção de padrões canônicos na Antiguidade Grego romana e a ruptura na Idade Média	GOMBRICH, E. H. História da Arte. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
6	A estética clássica no Renascimento (séc. XV). As transformações no início da Idade Moderna, graças à invenção tipográfica, o princípio de autoria.	JANSON, H. W. JANSON, A. F. Iniciação à História da Arte. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009
7	Renascimento x Barroco. Clássico x Anticlássico como forma/estética comunicacional	COLI, Jorge. O que é Arte. São Paulo. Editora Brasiliense, 1994.
8	Primeira Avaliação da Etapa (P1)	Prova da disciplina.
9	VISTA DE AVALIAÇÃO	
10	Arte e industrialização no final do século XVIII. Neoclassicismo como estilo expressivo que serve à burguesia ascendente como reação artística aos valores aristocráticos (Barroco/Rococó). Retomada dos princípios estéticos da Antiguidade Clássica. Aspectos conservadores e padronizantes na expressão artística para atingir os ideais racionais da época. REAPRESENTAÇÃO DOS PLANOS	JANSON, H. W. JANSON, A. F. Iniciação à História da Arte. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009
11	As inovações tecnológicas de meados do século XIX: a invenção da fotografia, o desenvolvimento dos	JANSON, H. W. JANSON, A. F. Iniciação à História da Arte. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009

	métodos de produção de imagens e suas repercussões para a Arte. Impressionismo e Pós-Impressionismo.	
12	Pós-Impressionismo e sua influência para a Arte Moderna do século XX.	DEMPSEY, Amy. Estilos, escolas e movimentos: guia enciclopédico da arte moderna. São Paulo: Cosac & Naif, 2010.
13	Atividades. Orientação e diretrizes a respeito do Trabalho Imagético (P2)	Amostra e exemplos de trabalhos realizados por alunos em etapas anteriores e análise dos mesmos.
14	A ruptura na Arte Acadêmica. As vanguardas modernas do século XX: cubismo, futurismo, abstracionismo e a experimentação, como discurso nos registros estéticos e formas de comunicação.	HARRISON, Charles. Modernismo. São Paulo: Cosac&Naif, 2001
15	A referência às vanguardas modernas na desconstrução da figuração na comunicação moderna. A influência na publicidade, fotografia, cinema e comunicação gráfica	HARRISON, Charles. Modernismo. São Paulo: Cosac&Naif, 2001
16	A repercussão dos movimentos construtivista, suprematista e neoplasticista na comunicação através das artes gráficas e do Design Moderno.	DEMPSEY, Amy. Estilos, escolas e movimentos: guia enciclopédico da arte moderna. São Paulo: Cosac & Naif, 2010.
17	Pop arte e sua influência nos meios publicitários e na comunicação de massa.	SPROCCATI, Sandro. Guia de História da Arte. Lisboa, Presença, 1997.
18	Arte Contemporânea e os meios digitais na Pós-Modernidade. O que é Arte?	HEARTNEY, Eleanor. Pós-moderno. São Paulo: Cosac&Naif, 2000
19	AVALIAÇÃO P2	

20	AVALIAÇÃO P2	
21	VISTA DE PROVA	
22	ENCERRAMENTO	

Instrumentos Avaliativos

N1 – AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

N2 – AVALIAÇÃO EM GRUPO

Bibliografia Básica:

DEMPSEY, Amy. Estilos, escolas e movimentos: guia enciclopédico da arte moderna. São Paulo: Cosac & Naif, 2010.

GOMBRICH, E. H. História da Arte. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

JANSON, H. W. JANSON, A. F. Iniciação à História da Arte. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

Bibliografia Complementar:

ARNOLD, D. Introdução à História da Arte. Trad. Jaqueline Valpassos. São Paulo, Ática, 2008.

COLI, Jorge. O que é Arte. São Paulo. Editora Brasiliense, 1994.

DUGNANI, P. Globalização e Desglobalização: Outro Dilema da Pós-Modernidade. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 25, n. 2 (2018), Maio, junho, julho e agosto de 2018. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/27918/0>.

RIZOLLI, M. Artista, Cultura, Linguagem. 1 reimpressão. Campinas, Akademika, 2010

SPROCCATI, Sandro. Guia de História da Arte. Lisboa, Presença, 1997.

HARRISON, Charles. Modernismo. São Paulo: Cosac&Naif, 2001

HEARTNEY, Eleanor. Pós-moderno. São Paulo: Cosac&Naif, 2000

MARCONDES, Neide. O (des), velar a arte. São Paulo: Arte e Ciência, 1996

MCLUHAN, M. Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem. Cultrix: São Paulo, 2016.

SCHAPIRO, Meyer. A arte Moderna. Séc. XIX e Séc. XX. São Paulo: EDUSP, 1996

STANGOS, N. Conceitos da Arte Moderna. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

Internet

Associação Cultural Videobrasil <http://www.videobrasil.org.br>
Bibliotecas da USP <http://dedalus.usp.br:4500/ALEPH/por/USP/USP/DEDALUS/scan>
Instituto Cultural Itaú <http://www.ici.org.br/>
www.sabercultural.com.br.

