

**Unidade Universitária:** Centro de Comunicação e Letras**Disciplina:** HISTÓRIA DA ARTE
(LFE em Marketing e Criação)**Código da Disciplina:**
ENEX01274**Curso:** Publicidade e Propaganda**Eixo Temático:** Comunicação e Cultura**Carga horária:** 25,5h**(X) Teórica () Prática****Etapa:** 4ª**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, por meio do estudo de pontos específicos da arte ocidental no período entre os séc. XVIII e XX. Ênfase nas relações entre arte, comunicação e publicidade na disseminação da arte europeia e das vanguardas, estilos e design moderno no início do séc. XX, bem como suas influências no Brasil.

Objetivos:

Conhecer e compreender a arte como produção cultural e como criação e linguagem expressiva, em seu tempo e espaço. Compreender as influências e diálogos da arte do passado na cultura atual, incluindo comunicação e campanhas publicitárias. Comparar o Renascimento, Barroco, Rococó, Neoclassicismo e Romantismo. Estudar as inovações da França nos séculos XIX e XX: Impressionismo, fotografia e os estilos Art Nouveau e Art Deco. Estimular a autonomia e o gosto pela pesquisa e ampliação do repertório cultural e visual.

Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes e Valores
Conhecer e compreender a arte como produção cultural e como criação e linguagem expressiva. Compreender e identificar a produção artística no tempo e no espaço e suas influências na produção contemporânea. Compreender e comparar o Renascimento, Barroco, Rococó, Neoclassicismo e Romantismo. Compreender as influências do modernismo europeu no Brasil.	Observar as relações e rupturas de produções artísticas reconhecidas como relevantes pela História da Arte ocidental, bem como as suas influências na atualidade. Desenvolver leitura de imagens, interpretação e análise comparativa entre diversas criações artísticas. Perceber as especificidades e estratégias das produções artísticas em diálogo com as possibilidades do seu tempo. Desenvolver leitura crítica e autonomia para pesquisar e selecionar informações nos diversos meios (tradicionais e digitais) e o trânsito por eventos, centros culturais, museus e exposições de arte para a ampliação de repertório cultural e visual. Perceber a pertinência da utilização de referências artísticas em uma campanha publicitária.	Respeitar e valorizar diferentes manifestações, representativas de diversos tempos e culturas. Reconhecer e valorizar a arte como patrimônio cultural da humanidade. Fruir as imagens apresentadas em sala de aula ou em espaços específicos, como museus, galerias de arte, instituições culturais. Valorizar a dimensão ética em relação aos conteúdos abordados, bem como em relação aos processos de trabalho docente e discente ao longo do semestre. Estimular o respeito, as discussões, o trabalho coletivo e o ambiente colaborativo em sala de aula.

**Conteúdo Programático:**

1. Padrões estéticos, conceitos, materialidade e linguagens de criações relativas aos períodos; relações entre arte, comunicação e propaganda:
 - 1.1. Renascimento
 - 1.2. Barroco. Clássico x Anti- clássico.
 - 1.3. Comparação entre Rococó e Neoclassismo.
 - 1.4. Romantismo.
 - 1.5. Realismo.
 - 1.6. Impressionismo e a fotografia. Inovação nos meios de produção das imagens.

Metodologia:

Aula expositiva dialogada. Leitura, reflexão e debate dos textos básicos.

Observação, leitura e análise de imagens e produções artísticas.

Apreciação estética e fruição de imagens da História da Arte, em sala de aula ou no espaço expositivo, museus de arte, instituições culturais.

Trabalhos, atividades individuais e em grupo que contemplem processos criativos, investigativos, críticos, seminários.

Critério de Avaliação:

Avaliações Intermediárias – 50%

A “avaliação intermediária constituída por provas escritas ou orais, projetos, criações artísticas, trabalhos de pesquisa, estágios, relatórios, seminários e textos monográficos, e outras formas de aferição de rendimento escolar.”

Avaliação Final – 50%

A “avaliação final escrita, obrigatória, sendo o seu cronograma de aplicação elaborado pela Direção da Unidade Universitária.”

Bibliografia Básica:

COLI, Jorge. *O que é Arte?* São Paulo: Brasiliense, coleção Primeiros Passos, 2007.

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.

FARTHING, S. *Tudo sobre Arte*. Traduç. De Paulo Polzonoff Jr.. Rio de Janeiro: Sextante, 2011

PROENÇA, G. *História da Arte*. 17 ed. São Paulo, Editora Ática, 2009.

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

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

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

Sites:

Enciclopédia Itaú Cultural – Artes Visuais.

http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_ic/index.cfm