

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. <i>História da Arte</i> . 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.	GOMBRICH, E. H. <i>História da Arte</i> . Rio de Janeiro: LTC, 1999.
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. <i>História da Arte</i> . 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. <i>História da Arte</i> . 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. <i>Iniciação à História da Arte</i> . 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009
7	Renascimento x Barroco. Clássico x Anticlássico como forma/estética comunicacional	COLI, Jorge. <i>O que é Arte</i> . São Paulo. Editora Brasiliense, 1994.
8	Primeira Avaliação da Etapa (P1)= avaliação individual do conteúdo ministrado na disciplina.	Prova da disciplina.
9	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.	JANSON, H. W. JANSON, A. F. <i>Iniciação à História da Arte</i> . 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009
10	As inovações tecnológicas de meados do século XIX: a invenção da fotografia, o desenvolvimento dos métodos de produção de imagens e suas repercussões para a Arte. Impressionismo e Pós-Impressionismo.	JANSON, H. W. JANSON, A. F. <i>Iniciação à História da Arte</i> . 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009
11	Pós-Impressionismo e sua influência para a Arte Moderna do século XX.	DEMPSEY, Amy. <i>Estilos, escolas e movimentos: guia enciclopédico da arte moderna</i> . São Paulo: Cosac & Naif, 2010.
12	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.
13	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. <i>Modernismo</i> . São Paulo: Cosac&Naif, 2001

14	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
15	A repercussão dos movimentos construtivista, suprematista e neoplasticista na comunicação através das artes gráficas e do Design Moderno.	DEMPSEY, Amy. <i>Estilos, escolas e movimentos: guia enciclopédico da arte moderna</i> . São Paulo: Cosac & Naif, 2010.
16	Pop arte e sua influência nos meios publicitários e na comunicação de massa.	SPROCCATI, Sandro. Guia de História da Arte. Lisboa, Presença, 1997.
17	Arte Contemporânea e os meios digitais na Pós Modernidade. O que é Arte?	HEARTNEY, Eleanor. Pós-moderno. São Paulo: Cosac&Naif, 2000
18	Apresentação dos Trabalhos Imagéticos sob forma de Campanha Publicitária.	Apresentação de Trabalhos.
19	Apresentação dos Trabalhos Imagéticos sob forma de Campanha Publicitária.	Apresentação de Trabalhos
20	Prova Substitutiva. Vista de prova	Prova Substitutiva.
21	Prova Final. Encerramento da etapa.	Prova Final.

Instrumentos Avaliativos

N1 – Prova individual(0 – 10.0) contemplando todo o conteúdo ministrado na disciplina até então, com peso 1.

N2 – Prova teste (0 – 5.0) com o conteúdo da 2ª etapa do semestre + Trabalho Imagético (elaboração de campanha publicitária) valor = 0- 5.0. Peso 1.

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.

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

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.

