



Componente Curricular: Exclusivo de curso (<input checked="" type="checkbox"/>)			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: ENEX50036
Carga horária: 4 horas aula 64h/ 76ha	(<input checked="" type="checkbox"/>) Sala de aula () Laboratório () EaD	Etapa: 3		
Ementa: Desenvolver uma leitura crítica sobre os movimentos artísticos e sua contextualização histórica, sob uma perspectiva não apenas cronológica, mas cultural. Compreender os diferentes movimentos artísticos (da antiguidade clássica à contemporaneidade) técnica, estética e politicamente. Instrumentalizar o aluno a desenvolver um maior senso analítico-reflexivo no que diz respeito à sua própria realidade e como a lida com a linguagem artística influencia e é influenciada pela cultura e as demais variáveis que a abarcam.				
Conteúdo Programático Arte e Comunicação: O que é Arte? A relação do Homem x Imagem. Da Arte Rupestre à Arte Urbana. Renascimento e o Barroco Neoclassicismo, Romantismo e Realismo Impressionismo e Pós-Impressionismo Fauvismo e Expressionismo Cubismo e Futurismo Dadaísmo e Surrealismo Abstracionismo, Construtivismo, Neoplasticismo Pop Art Arte Contemporânea				



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.	
2	O que é Arte? A relação entre a Arte, Comunicação e Estética. Proposta de leitura imagética de imagens publicitárias.	MARCONDES, Neide. <i>O (des), velar a arte</i> . São Paulo: Arte e Ciência, 1996
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	RIZOLLI, M. <i>Artista, Cultura, Linguagem</i> . 1 reimpressão. Campinas, Akademika, 2010
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	A estética clássica no Renascimento (séc. XV). As transformações no início da Idade Moderna, graças à invenção tipográfica, o princípio de autoria.	GOMBRICH, E. H. <i>História da Arte</i> . Rio de Janeiro: LTC, 1999.
6	Renascimento x Barroco.	ARNOLD, D. <i>Introdução à História da Arte</i> . Trad. Jaqueline Valpassos. São Paulo, Ática, 2008.
7	Clássico x Anti clássico (Wolfflin) como forma estética comunicacional	COLI, Jorge. <i>O que é Arte</i> . São Paulo. Editora Brasiliense, 1994
8	Arte e industrialização no final do século XVIII. Neoclassicismo como estilo expressivo que serve à	ARGAN, G. Carlo. <i>Arte Moderna</i> . São Paulo, Cia das Letras, 1993

	burguesia ascendente como reação artística aos valores aristocráticos (Barroco/Rococó). Aspectos conservadores e padronizantes na expressão artística para atingir os ideais racionais da época.	
9	Primeira Avaliação da Etapa (P1= 0 – 10,0) prova individual sobre o conteúdo ministrado na disciplina.	
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.	DEMPSEY, Amy. <i>Estilos, escolas e movimentos: guia enciclopédico da arte moderna</i> . São Paulo: Cosac & Naif, 2010
11	A ruptura na Arte Acadêmica. As vanguardas modernas do século XX..	DEMPSEY, Amy. <i>Estilos, escolas e movimentos: guia enciclopédico da arte moderna</i> . São Paulo: Cosac & Naif, 2010
12	Cubismo, futurismo, abstracionismo e a experimentação, como discurso nos registros estéticos e formas de comunicação nas primeiras décadas do século XX.	SPROCCATI, Sandro. <i>Guia de História da Arte</i> . Lisboa, Presença, 1997
13	Orientação e diretrizes a respeito do Trabalho Imagético (P2)	Mostra de exemplos, análise e comparação de modelos para nortear a elaboração dos trabalhos da etapa.
14	A referência às vanguardas modernas na desconstrução da figuração na comunicação moderna. A influência na publicidade, fotografia, cinema e comunicação gráfica	HARRISON, Charles. <i>Modernismo</i> . São Paulo: Cosac&Naif, 2001
15	A repercussão dos movimentos construtivista, suprematista e neoplasticista na comunicação através das artes gráficas e do Design Moderno	HARRISON, Charles. <i>Modernismo</i> . São Paulo: Cosac&Naif, 2001 SPROCCATI, Sandro. <i>Guia de História da Arte</i> . Lisboa, Presença, 1997



16	Pop arte e sua influência nos meios publicitários e na comunicação de massa	DEMPSEY, Amy. <i>Estilos, escolas e movimentos: guia enciclopédico da arte moderna</i> . São Paulo: Cosac & Naif, 2010
17	Arte Contemporânea e os meios digitais na Pós Modernidade. O que é Arte?	BUENO, M. L. <i>Artes Plásticas no Século XX - Modernidade e Globalização</i> . Campinas: Editora da Unicamp/FAPESP/IMESP, 2000 HEARTNEY, Eleanor. <i>Pós-moderno</i> . São Paulo: Cosac&Naif, 2000
18	Apresentação dos Trabalhos Imagéticos sob forma de Campanha Publicitária	
19	Apresentação dos Trabalhos Imagéticos sob forma de Campanha Publicitária.	
20	Prova Substitutiva. Vista de prova e reavaliação do conteúdo ministrado	
21	Prova Final. Encerramento da etapa.	

Bibliografia Básica:

ARGAN, G. Carlo. *Arte Moderna*. São Paulo, Cia das Letras, 1993.

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.



Bibliografia Complementar:

ARNOLD, D. *Introdução à História da Arte*. Trad. Jaqueline Valpassos. São Paulo, Ática, 2008.
BUENO, M. L. *Artes Plásticas no Século XX - Modernidade e Globalização*. Campinas: Editora da Unicamp/FAPESP/IMESP, 2000
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

Sites:

Enciclopédia Itaú Cultural – Artes Visuais.

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



TÓPICOS ESSENCIAIS PARA A DISCIPLINA

- Identificar a arte como sistema de informação cultural das sociedades que a produzem, como a forma mais genuína de comunicação do homem como ser social.
- Reconhecer a pluralidade e diversidade das linguagens estéticas, não apenas durante a História, mas também na atualidade.
- Refletir criticamente as teorias e conceitos aplicando-as para análise na produção artística atual.
- Compreender as relações/convergências entre Arte e Publicidade, especialmente no que tange à intertextualidade.
- Por meio da análise da imagem artística e de seus componentes formais, compreender a linguagem/mensagem imagética, recurso poderoso no meio publicitário.