UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2024**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**5149 - EXPERIENCIA ESTETICA EM COMUNICACAO**
Turma	**PPM**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **68**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Estudo da natureza, da história e dos fundamentos da arte. Estética como campo do conhecimento. Relação entre Arte, Estética, Comunicação, Publicidade e Propaganda.

I. Objetivos

Refletir sobre a noção de arte, seu desenvolvimento e influência na sociedade. Estimular a interpretação e compreensão da arte e sua relação com a comunicação e a publicidade. Conceituar e interpretar os fenômenos estéticos no contexto geral e das dinâmicas comunicativas.

II. Programa

1. Conceitos de experiência estética e suas definições;
2. Comunicação e estética;
3. O belo, o feio, o simples e o complexo na arte;
4. O grotesco
5. Formas e modos de desenvolver a arte e os movimentos artísticos correspondentes: leveza abstração, sutileza, fragmentação, profusão, distorção, sinuosidade, montagem, geometria, repetição e movimento;
6. As vanguardas;
7. O espetáculo como condição para comunicação social;
8. Histórias em quadrinho
9. Análise estética de produtos midiáticos;

III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas dialogadas, com utilização de suporte multimídia; Grupos de debates e realização de seminários;

IV. Formas de Avaliação

As avaliações serão feitas por meio de trabalhos e exercícios dados ao longo do ano letivo em que os alunos deverão relacionar os conceitos discutidos em sala de aula com fatos e episódios contemporâneos. Além disso, a participação do aluno em discussões propostas em sala também será avaliada para compor a nota. Atendendo ao disposto no artigo 40 da Resolução nº 1 COU/UNICENTRO, março de 2022, a recuperação de rendimento – para todos os alunos – visando sanar possíveis problemas de aprendizagem será ofertada ao longo do processo avaliativo por meio de provas escritas, seminários, ou ainda, atividades práticas e laboratoriais. A plataforma Moodle poderá ser utilizada para a realização da recuperação de rendimento.

V. Bibliografia

Básica

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista. Tradução: Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015

JIMENEZ, Marc. O que é Estética? São Leopoldo, Unisinos, 1999.

SODRÉ, Muniz. As estratégias sensíveis. Petrópolis: Vozes: 2006.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

Complementar

ECO, Umberto. A história da feiura. Rio de Janeiro: Record, 2007.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. O império do grotesco. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2002

GAY, Peter. Modernismo: o fascínio da heresia, de Baudelaire a Beckett e mais um pouco. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

BRADBURY, Macon; MCFALENE, James. Modernismo: guia geral (1890 – 1930). São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

EISNSER, Will. Quadrinhos e a arte sequencial. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

JARRY, Alfred. Ubu Rei. São Paulo: Editora Peixoto Neto, 2007.

SATRAPI, Marjane. Persépolis. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HUGO, Victor. O homem que ri. São Paulo: Martins Claret. 2016.

APROVAÇÃO

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2024**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**5149 - EXPERIENCIA ESTETICA EM COMUNICACAO**
Turma	**PPM**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **68**

PLANO DE ENSINO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 06/2024
Data: 03/04/2024