



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano 2022

Tp. Período Anual

Curso COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)

Disciplina 1958 - ARTE E ESTÉTICA EM COMUNICAÇÃO/PP

Carga Horária: 68

Turma PPM

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Investigação da natureza, história e estilos de arte. Estudo das manifestações artísticas em obras de arte, música, teatro, cores, formas. Conceitos de beleza em anúncios publicitários.

I. Objetivos

OBJETIVOS: Apresentação de conceitos, elementos e ancoragens artísticas na Publicidade e Propaganda. Analisar e refletir sobre o processo criativo e o emprego dos movimentos da arte em peças publicitárias a partir do seu uso por diferentes linguagens.

II. Programa

PROGRAMA:

UNIDADE I - CONCEITO DE ARTE E ESTÉTICA:

Arte e experiência estética: conceitos e ancoragens;

A estética na história da arte;

Estética e Indústria Cultural: interpretações estéticas da indústria cultural – comunicação de massa e gosto popular; movimentos estéticos e sua influência na contemporaneidade; a sociedade do espetáculo;

UNIDADE II - EXPERIÊNCIA ESTÉTICA

As linguagens da arte e suas bifurcações na Publicidade e na Propaganda;

Conceitos de beleza em anúncios publicitários: ancoragens, bricolagens e demais adereços plásticos e estéticos;

Aplicação de conceitos e elementos plásticos e estéticos em campanhas e anúncios publicitários: da teoria à prática

III. Metodologia de Ensino

METODOLOGIA DE ENSINO:

- Teoria e prática: As aulas serão expositivas;

- Teoria e prática: Debates e seminários ancorados em textos, peças artísticas e publicitárias;

- Teoria e Prática: Análises estéticas de produções artísticas, bem como a aplicação em anúncios e peças publicitárias;

IV. Formas de Avaliação

FORMAS DE AVALIAÇÃO:

A avaliação será contínua levando-se em consideração o interesse, a consciência crítica, a criatividade, a postura, a participação e a pontualidade em sala de aula e na entrega e apresentação das atividades realizadas na disciplina (individuais ou em pequenos grupos). As notas para a avaliação serão distribuídas da seguinte forma: avaliação escrita (8,0); produção de textos sobre os assuntos discutidos (1,0); debate em sala de aula (1,0); A avaliação de G2 terá a seguinte distribuição: avaliação escrita (6,0); seminário sobre manifestações estéticas (2,0), criação estética (2,0).

- Recuperação de rendimentos: a cada semestre letivo será realizado uma avaliação (atividade) para recuperação e soma na atribuição das notas, sendo acrescido a média semestral do acadêmico. As atividades seguirão um formato de revisão de conteúdo e/ou refação de alguma atividade/exercício avaliado pelo docente ao longo do semestre letivo.

V. Bibliografia

Básica

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

COLI, Jorge. O que é arte. São Paulo: Brasiliense, 1995

ECO, Umberto. História da beleza. Rio de Janeiro: Record, 2013

Complementar

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BENJAMIN, Walter. A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade Técnica. In: Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política. Antropos, Lisboa, Relógio D'Água, Editores, 1992, 1 vol. Pp. 10-34.

CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa. O Cinema e a invenção da vida moderna. São Paulo: Cosac & Naify, 2001;

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

ECO, Umberto. História da feiura. Rio de Janeiro: Record, 2007;

MATTELART, Armand e MATTELART, Michèle. História das Teorias da Comunicação. São Paulo: Loyola, 2004;

PROENÇA, Graça. História da arte. São Paulo: Ática, 1997;

PUBLIFOLHA. Arte – O guia visual definitivo da Arte, da Pré-História ao Século 21. São Paulo: Publifolha, 2011;

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2022	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	1958 - ARTE E ESTÉTICA EM COMUNICAÇÃO/PP	Carga Horária: 68
Turma	PPM	

PLANO DE ENSINO

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 03/2022

Data: 10/06/2022