

## PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>PERÍODO</b>	3º	<b>DISCIPLINA</b>	<b>PSICOLOGIA PERCEPÇÃO E FORMA III</b>	
1º SEMESTRE [X]		<b>PROFESSOR</b>	Yuri Simon da Silveira	
2º SEMESTRE [ ]		<b>CURSO</b>	DESIGN DE PRODUTO	
<b>ANO</b>	2017	<b>CARGA HORÁRIA</b>	32h	<b>Nº DE VAGAS</b> 40
		<b>CLASSIFICAÇÃO</b>	[ X ] OBRIGATÓRIA	[ ] OPTATIVA

<b>EMENTA</b>	Estudos dos fatores que formam as premissas para a percepção e compreensão da configuração formal dos objetos e ambientes.
---------------	--

<b>OBJETIVO GERAL</b>	Desenvolver e aperfeiçoar a percepção dos elementos visuais para a concepção criativa e conceitual de formas e imagens dentro dos aspectos bi e tridimensionais, desenvolvendo também o senso crítico e estético oferecendo ao aluno subsídios a partir do estudo das cores.
-----------------------	--

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	Desenvolver a capacidade interpretativa das cores através da arte, design e comunicação visual, suas relações formais com objetos e ambientes, para uso coerente nas diversas possibilidades de aplicação nas Artes e no Design.
------------------------------	--

<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>	<p><b>Unidade 1:</b> Estudo das cores – Códigos Primários Sistema de visão humana. Cor luz e Cor pigmento: conceito, cores primárias, cores secundárias, síntese aditiva e síntese subtrativa. Aspecto físico, visibilidade; Atributos da cor. Realidade sensorial; Estímulos e percepção. Natureza interdisciplinar desse conhecimento.</p> <p><b>Unidade 2:</b> Cor e Linguagem – Códigos Secundários Classificação e generalidades. Cores primárias; secundárias; terciárias; cores quentes e frias. Tom, Matiz, Contraste de cores; Círculo cromático, Harmonias cromáticas. Combinações por semelhanças e por contrastes.</p> <p><b>Unidade 3:</b> Psicologia das Cores – Códigos Terciários Análise da simbologia das cores em exemplos práticos. Simbolismo das cores aplicadas a obra de arte e ao produto (ambiente, gráfico e industrial). Cor em: Artes plásticas, Cinema, Publicidade e propaganda, Espetáculo / Moda.</p> <p><b>Unidade 4:</b> Cor e Cultura – Códigos Terciários Fatores que influenciam as preferências cromáticas: Faixa etária, Gênero, Convenções culturais, Contexto histórico, cultural e social. Cor e informação: Influência de características universais na percepção das cores. Influência de características sociais e culturais na percepção das cores.</p>
------------------------------	--

<b>PROCESSOS METODOLÓGICOS</b>	Aulas teóricas expositivas e práticas. Leitura de textos e análise crítica. Apresentações, pelos alunos de trabalhos de pesquisa e análise de produtos sobre os conceitos apresentados conteúdo programático. Trabalho interdisciplinar com Prática I utilização consciente da Cor na criação de produtos (Cartela de cores).
--------------------------------	---

<b>RECURSOS DIDÁTICOS</b>	Utilização de datashow, quadro negro, vídeos em atividades expositivas e apresentações.
---------------------------	---

<b>PROCESSOS AVALIATIVOS</b>	<p><b>Primeira nota:</b> Análise Cromática de produtos de mercado – design de produto. (Trabalho em Grupo) Leitura das imagens como processo de investigação da utilização da cor no processo perceptivo baseado nas leis de visão. Decomposição cromática. Teoria da Cor. Nove aulas <b>Total – 30 pontos</b></p> <p><b>Segunda nota:</b> A não utilização de uma determinada cor nos diferentes setores: Design gráfico, Design de Produto, Design de Ambiente e Design de Moda. (Individual) Quatro aulas <b>Total – 30 pontos</b></p> <p><b>Trabalho final:</b> Trabalho Interdisciplinar com Prática I e Semiótica - A aplicação consciente da Cor em produtos desenvolvidos na disciplina de Prática I e desenvolvimento de uma Cartela de Cores (Individual). Aplicação coerente do conteúdo desenvolvido na disciplina. Três aulas <b>Total – 40 pontos</b> <b>Nota Final: SOMATÓRIA – 100 pontos</b></p>
------------------------------	---

<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>	<p>FARINA, Modesto, PEREZ, Clotilde, BASTOS, Dorinho. <b>Psicodinâmica das cores em comunicação</b>. São Paulo: Editora Blucher, 2006.</p> <p>GUIMARÃES, Luciano. <b>A cor como informação</b> São Paulo: Anna Blume. 2002.</p> <p>PEDROSA, Israel. <b>Da cor à cor inexistente</b>. Rio de Janeiro: Senac Nacional. 2009</p>
----------------------------	---

<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</b>	<p>BARROS, Lilian Ried Miller. <b>A cor no processo criativo</b>. São Paulo: Senac Nacional. 2009</p> <p>BAXTER, Mike R. <b>Projeto de produto: guia prático para design de novos produtos</b>. São Paulo: Blucher, 2000.</p> <p>BÜRDEK, Bernhard E. <b>Design: história, teoria e prática do design de produtos</b>. São Paulo: Editora Bluncher, 2010.</p> <p>FRASER, Tom, BANKS, Adam. <b>O guia completo da cor</b>. São Paulo: Senac Nacional. 2007</p> <p>GOETHE, J.W. <b>Doutrina das cores</b>. São Paulo: Nova Alexandria. 1993.</p> <p>HELLER, Eva. <b>A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão</b>. São Paulo: Editora Gustavo Gile, 2012</p> <p>LÖBACH, Bernd. <b>Design Industrial – bases para configuração dos produtos industriais</b>. São Paulo: Editora Blucher, 2001</p> <p>PEDROSA, Israel. <b>O Universo da Cor</b>. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2006.</p> <p>ROUSSEAU, René-lucien. <b>A linguagem das cores</b>. São Paulo: Pensamento-Cultrix. 2001.</p> <p>SCHOPENHAUER, Arthur. <b>Sobre a visão e as cores</b>. São Paulo: Nova Alexandria. 2003.</p>
----------------------------------	--

<b>Professor Responsável:</b> YURI SIMON DA SILVEIRA
--