

PROGRAMA DE DISCIPLINA

PERÍODO	3º	DISCIPLINA	Psicologia, percepção e Forma III		
1º SEMESTRE [X]		PROFESSOR	Rosilene C. Maciel		
2º SEMESTRE []		CURSO	Design Gráfico		
ANO	2017	CARGA HORÁRIA	32 h/a	Nº DE VAGAS	40
		CLASSIFICAÇÃO	[X] OBRIGATÓRIA	[] OPTATIVA	

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

OBJETIVO GERAL	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.
-----------------------	--

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	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.
------------------------------	--

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	<p>Unidade 1: 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>Unidade 2: 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>Unidade 3: 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>Unidade 4: 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>
------------------------------	--

METODOLOGIA	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).
--------------------	---

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

PROCESSOS AVALIATIVOS	<p>Primeira nota: Análise Cromática de cinco utilizações cromáticas no mercado pela perspectiva do Design Gráfico – Cinema, Moda, Publicidade, Embalagem, Identidade Visual. (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 Total – 30 pontos</p> <p>Segunda nota: A não utilização de uma determinada cor nos diferentes setores do Design. Cartela de cores pessoal. Cor e tridimensionalidade. (Individual) Quatro aulas Total – 30 pontos</p> <p>Trabalho final: Trabalho Interdisciplinar com Prática I, Metodologia, Expressão Gráfica e Semiótica - A aplicação consciente da cor em padrões a partir do público alvo. Aplicação coerente do conteúdo desenvolvido na disciplina. Três aulas Total – 40 pontos Nota Final: SOMATÓRIA – 100 pontos</p>
----------------------------------	--

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

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

Professor Responsável: Rosilene C. Maciel