

## O ENSINO DE HISTÓRIA DA ARTE: UMA EXPERIÊNCIA NO CURSO DE TECNOLOGIA EM PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA

Alvaro Daniel Costa<sup>1</sup>

**Resumo:** O presente trabalho trata de um relato de experiência realizado na disciplina de História da Arte, no curso superior de Tecnologia em Produção Publicitária, do Centro de Ensino Superior dos Campos Gerais (CESCAGE), da cidade de Ponta Grossa. O artigo tem como metodologia a descrição das práticas das aulas de História da Arte ministradas durante o período de fevereiro a julho de 2019 em conexão com a análise do PPC do curso, bem como o plano de ensino da disciplina. A disciplina de caráter semestral e com carga horária de 36 horas/aula tinha por objetivo o desenvolvimento de múltiplas potencialidades para além da questão do ensino teórico. Os trabalhos avaliativos eram para que os alunos aflorassem as habilidades de futuros profissionais da publicidade como se já estivessem no mercado de trabalho. As avaliações pedidas consistiam em um confecção de peças publicitárias que envolvessem correntes artísticas, quadros famosos e outros assuntos correlacionados a História da Arte como, por exemplo, a importância da fotografia e do cinema. O relato de experiência ainda conta com as fotos dos melhores trabalhos produzidos pelos discentes bem como a visão do docente sobre o empenho dos alunos com as atividades realizadas. Nota-se o envolvimento dos acadêmicos na aplicação dos conteúdos teóricos com a prática. O aporte teórico conta com a discussão da importância da História da Arte no Ensino Superior bem como do uso das metodologias ativas.

**Palavras-chave:** Relato de experiência, História da arte, Ensino superior, Metodologias ativas.

## THE TEACHING OF ART HISTORY: AN EXPERIENCE IN THE COURSE OF TECHNOLOGY IN ADVERTISING PRODUCTION

**Abstract:** The present work deals with an account of experience in the subject of History of Art, in the course of Technology in Advertising Production, of the Center of Higher Education of Campos Gerais (CESCAGE), in the city of Ponta Grossa. The methodology of the article is the description of the practices of the Art History classes taught during the period from February to

---

1 Mestre em História pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Possui graduação nos cursos de Bacharelado em História e Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, ambos pela UEPG. Atualmente é graduando do curso de Licenciatura em Letras Português/Espanhol e respectivas literaturas. Email: [alvaro.minogue@hotmail.com](mailto:alvaro.minogue@hotmail.com)

July 2019 in connection with the analysis of the PPC of the course, as well as the teaching plan of the discipline. The biannual course with a class load of 36 hours was aimed at developing multiple potentialities beyond the issue of theoretical teaching. The evaluative works were so that the students could develop the skills of future advertising professionals as if they were already in the job market. The evaluations requested consisted of a confection of advertising pieces that involved artistic currents, famous paintings and other subjects related to Art History, such as the importance of photography and cinema. The experience report also includes photos of the best works produced by the students as well as the teacher's vision of the students' commitment to the activities undertaken. The involvement of academics in the application of theoretical content with practice is noted. The theoretical contribution counts with the discussion of the importance of Art History in Higher Education as well as the use of active methodologies.

**Keywords:** Experience report, History of Art, Higher Education, Active methodologies.

## **Introdução**

O presente trabalho refletiu um relato de experiência do próprio autor do artigo, realizado no Centro de Ensino Superior dos Campos Gerais (CESCAGE), na cidade de Ponta Grossa, no estado do Paraná. A análise partiu das aulas de História da Arte do curso de Tecnologia em Produção Publicitária que ocorreram no período de fevereiro de 2019 a julho de 2019.

O objeto de estudo foram as práticas desenvolvidas pelos discentes na disciplina, que apesar de teórica, possibilitou várias dinâmicas e metodologias ativas por parte do docente. Justificou-se a escolha desse tema por se tratar de uma disciplina que se conecta diretamente a prática profissional que os discentes enfrentam, bem como na erudição desenvolvida pela teoria.

A organização do trabalho docente começou com o planejamento do plano de ensino montado pelo docente em conexão com os assuntos contidos na matriz curricular. A importância na montagem com o plano de ensino foi desde a base bibliográfica e principalmente na forma de avaliação dos discentes em relação às atividades pedidas. O desenvolvimento do plano de ensino também se conectou ao Projeto Pedagógico do Curso (PPC).

Essa reflexão irá passar pela descrição e análise das atividades desenvolvidas dentro da disciplina de História da Arte, análise do plano pedagógico, do PPC e das metodologias ativas no Ensino Superior.

## **Um olhar através do PPC do curso**

A análise começou com a ideia do docente em trabalhar a História da Arte não só teoricamente, mas na prática com os alunos do 3º período do curso de Tecnologia em Produção Publicitária. Primeiramente deve-se mencionar que o curso é em tecnologia superior e, portanto, possui um diferencial em formar tecnólogos em publicidade através de um curso modular mais rápido, sendo dois anos e seis meses para sua integralização. O objetivo do curso é que o discente possa atuar em produtoras de vídeo, áudio, web, veículos de comunicação, fornecedores de serviços,

bem como nos departamentos de marketing ou agências de propaganda. O perfil profissional perpassa pelo desenvolvimento das habilidades de Redação Publicitária, Analista de Marketing e Direção de Arte.

O curso foi dividido em cinco módulos, sendo os módulos I e II tem como foco a qualificação do que seria um redator publicitário, os módulos I, II e III ao cargo de analista de marketing, os módulos I, II, III e IV ao desenvolvimento da habilidade de direção de arte e o módulo V que é a conclusão do curso através da apresentação do TCC, ou seja, foco no desenvolvimento de todas as habilidades do aluno da redação até mesmo a direção de arte. As disciplinas obrigatórias e optativas pensadas no PPC devem convergir com desenrolar das aptidões exigidas em cada módulo.

De acordo com o PPC as aulas deviam contemplar como competências e habilidades: aulas práticas; estudos dirigidos a partir de referências variadas como por exemplo, livro-texto, artigos da internet; aulas expositivas; dinâmicas de grupo; aprendizagem baseada na prática; participação ativa ao aluno na construção do conhecimento tendo por base a interdisciplinaridade, dentre outros fatores.

A disciplina de História da Arte optou por trabalhar com todas as habilidades exigidas, visto que, seu conteúdo diverso possibilitou avaliações criativas. Dentre as habilidades da disciplina estão: conceituar a arte; entender historicamente o desenvolvimento da arte; conhecer as diversas formas de manifestações artísticas; compreender como arte manifestações modernas; apreender as técnicas das artes digitais; saber quais são os gêneros e estilos artísticos e adequar os efeitos de arte e estética à produção publicitária. Já no tange as competências o currículo tem como pontos: objetivar a produção com compreensão artística; contextualizar corretamente o campo da arte; usar ferramentas diferentes para efeitos estéticos na produção publicitária; entender os aspectos artísticos em fenômenos midiáticos contemporâneos; fazer o uso adequado das possibilidades digitais; produzir publicidade com apoio artístico como ferramenta de suporte intelectual e aplicar os conceitos de arte na produção de publicidade. Já a ementa da disciplina contemplava correntes artísticas, além de vários tipos e suportes de arte indo das artes plásticas passando pela literatura, fotografia e cinema.

## **O Ensino de História da Arte e as metodologias ativas**

Tendo todos esses pressupostos anteriormente discutidos e contextualizados, deve-se pensar que a História da Arte é relevante para entender a cultura humana como um todo, uma vez que os sujeitos se expressam através dela desde temos imemoriais. Na medida que o tempo avança a arte adquire novos conceitos em cada período.

De acordo com Biesdorf e Wandscheer (2011, p. 3) “A arte por meio de suas representações procura compreender as características próprias de um momento da sociedade e é uma forma de manifestação social. O artista usa a obra para relatar o seu momento”. Além disso, a relevância da História da Arte para os estudantes de

Tecnologia em Produção Publicitária é que como profissionais eles precisam estar conectados nos conceitos artísticos para desenvolver suas peças.

O estudo da arte em sala de aula tanto no ensino básico quanto no ensino superior tem relevância para compreender melhor o mundo que os cerca, além disso as expressões humanas podem revelar muitos aspectos históricos, culturais e sociais. De acordo com Biesdorf; Wandscheer (2011, p.4) “O estudo da arte em sala de aula é importante para que os educandos compreendam a arte como fruto da relação do ser humano com a sociedade em que vive. Ainda segundo Biesdorf; Wandscheer (2011, p.6) “O ensino da arte somente fará sentido ao educando se (ele) conhecer e reconhecer a importância que o estudo terá no seu cotidiano”.

Na compreensão de todos esses aspectos que o docente ministrante de História da Arte optou por utilizar as metodologias ativas para o ensino dos futuros tecnólogos. As perguntas norteadoras ao elaborar o plano de ensino foram: como ensinar a história da arte aplicando os pressupostos teóricos a prática profissional na publicidade? Como desenvolver as habilidades exigidas nos módulos do PPC de maneira a estimular a criatividade e deixar o aprendizado mais atrativo? A resposta a esses questionamentos foi intercalar a teórica com trabalhos práticos.

O uso da metodologia ativa possibilitou alcançar os objetivos pensados pelos no docente. Segundo Guimarães; Serafin e Capitano (2016 p.3) “as metodologias de aprendizagem ativa são uma forma de atrair e envolver os alunos”. Nos dias de hoje, existe uma necessidade que os professores no ensino superior desenvolvam as competências e habilidades profissionais dos acadêmicos para preparar não só para o exercício profissional, mas no sentido de culminar no refinamento teórico-conceitual com a prática. Ainda sobre as metodologias ativas Borges e Alencar (2014, p. 128) relevam que:

Já foi destacado que o professor universitário precisa ter consciência de que sua prática pedagógica precisa ser revista, caso queira formar uma pareceria com sua turma. Para tanto, um dos requisitos é aproximar o conteúdo da vivência dos acadêmicos, envolvendo-os e comprometendo-os com a disciplina.

No caso da disciplina de História da Arte, o docente optou por realizar trabalhos práticos para que os conceitos de História da Arte não ficassem abstratos.

### **Da teoria à prática**

Os alunos puderam se aproximar do conteúdo com a realização de quatro trabalhos práticos. Todas as avaliações consistiam em produzir uma peça publicitária a partir de alguns temas-chave vistos em sala de aula. O primeiro trabalho pedido era que fossem confeccionados cartazes que envolvessem uma marca, lugares e comércio da cidade de Ponta Grossa (PR). A atividade envolveu pinturas renomadas do Renascimento, Neoclassicismo, Romantismo e Realismo. A turma de 18 alunos foi dividida em duplas e realizou-se um sorteio de quais obras e lugares/marcas eles ficariam para desenvolver a avaliação. Cada aluno deveria também apresentar sua

peça diante da classe justificando suas escolhas e explicando o conceito do trabalho desenvolvido desde o planejamento até a finalização<sup>2</sup>.

Figura1 – Professor com os alunos após a apresentação do primeiro trabalho



Fonte: Acervo pessoal<sup>3</sup>.

Um exemplo específico foram as alunas A e L<sup>4</sup> no desenvolvimento de uma peça publicitária através de cartaz que tivesse a obra *Mona Lisa* de Leonardo da Vinci e o Cemitério Parque Campos Gerais. As acadêmicas ficaram livres para criar todo o conceito e apresentar para a turma, assim como todas as outras duplas.

O resultado foi uma peça que mostra a *Mona Lisa* em vários lugares do mundo como, por exemplo, Paris, Rio de Janeiro, Roma, dentre outros. O conceito é que a *Mona Lisa* foi curtir a vida e viajar o mundo, pois ficaria muito tempo em um lugar só: O Cemitério Parque Campos Gerais.

---

2 Na visão do docente, todos os trabalhos tiveram êxito na execução.

3 Foto do acervo pessoal do autor do artigo.

4 Optou-se por utilizar apenas as iniciais dos nomes dos acadêmicos.

Figura 2 – Trabalho das alunas A e L (*Mona Lisa* e Cemitério Parque Campos Gerais)



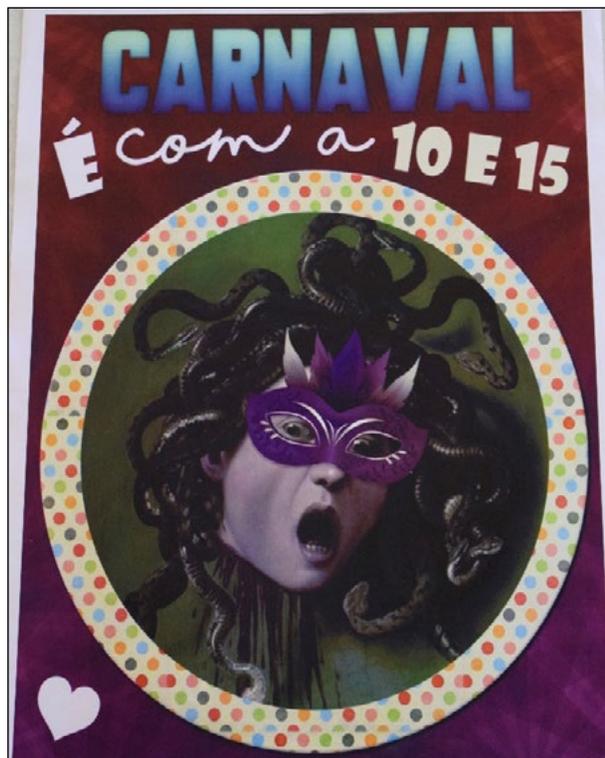
Fonte: Arquivo pessoal<sup>5</sup>.

Para além da confecção do cartaz que exigia domínio de programas de edição de imagem como, por exemplo, o Adobe Photoshop, foi pedido que explicassem todo o conceito da obra e da peça em um trabalho escrito. Outro caso a ser ilustrado foi da dupla de alunos C e D que foram sorteados a trabalhar com o quadro *Medusa* do pintor Caravaggio e relacionar a rede de lojas de artigos diversos denominada 10 e 15. Para isso, C e D se valeram da temática Carnaval e aproveitaram que a loja 10 e 15 vendia fantasias. O resultado conceitual da dupla foi de originalidade e criatividade

---

<sup>5</sup> Foto do acervo do autor do artigo.

Figura 3 – Trabalho dos alunos C e D (*Medusa* e Lojas 10 e 15)



Fonte: Arquivo pessoal<sup>6</sup>.

Outras obras pensadas para esse primeiro momento avaliativo foram: A Última Ceia, Nascimento de Vênus, A Criação de Adão, entre outros. Com essa avaliação pode-se notar o empenho em conectar uma marca ou local a cada obra sorteada. O resultado foram peças publicitárias fecundas que poderiam estar em outdoors, redes sociais, veiculadas na TV, no jornal impresso ou até mesmo no suporte original de cartaz.

Já o segundo trabalho seguiu o mesmo esquema de cartazes só que, utilizando como referência imagens, tipologia das fontes e variados aspectos estilísticos da *Art Nouveau*. Dessa maneira, pode-se perceber que os acadêmicos utilizaram a teoria sobre *Art Nouveau* no desenvolvimento de suas peças.

---

6 Foto do acervo do autor do artigo.

Figura 4 – Trabalho sobre *Art Nouveau*



Fonte: Arquivo pessoal.

A terceira avaliação desenvolvida teve como temática a fotografia artística e publicitária. Foi solicitado que os discentes que tirassem uma foto de comida através de um sorteio. Dentre os alimentos pensados pelo docente estavam: sonho, *croissant*, pastel, churros, *hambúrguer*, dentre outros. Mante-se as duplas e o produto também deveria ser um cartaz. Posteriormente foi realizado um sorteio de uma empresa para que eles fizessem a propaganda desse alimento. O docente também deixou livre para usarem a criatividade e ousadia ao desenvolver sua peça.

Durante a explanação uma dupla identificada por I e R relataram que além da fotografia, eles mesmos que fizeram o alimento, que no caso era os churros. Nessa atividade o docente pode perceber que a turma usou o conhecimento acumulativo da disciplina, colocando nesse trabalho elementos aprendidos de todo conteúdo visto até então. Os discentes usaram tipologia de fontes, cores e conceitos das correntes artísticas vistas nos trabalhos anteriores.

O recurso de fazer avaliações em conexão ao PPC foi cumprido no momento que propiciou as competências em motivar a compreensão artística, contextualizar o campo da arte, usar as mais variadas ferramentas de edição disponíveis, além de produzir peças aplicando os conceitos estudados em sala com mediação do docente. Houve também a conexão de um suporte artístico em outro como, por exemplo, ao realizar um trabalho de fotografia, algumas duplas se valerem de tipologia de fonte de *Art Nouveau*, o que prova que para além do domínio da técnica, os discentes tiveram a erudição intelectual em não deixar os assuntos já vistos morrerem.

Figura 5 – Trabalho de fotografia e arte dos alunos I e R (Churros e Burguer King)



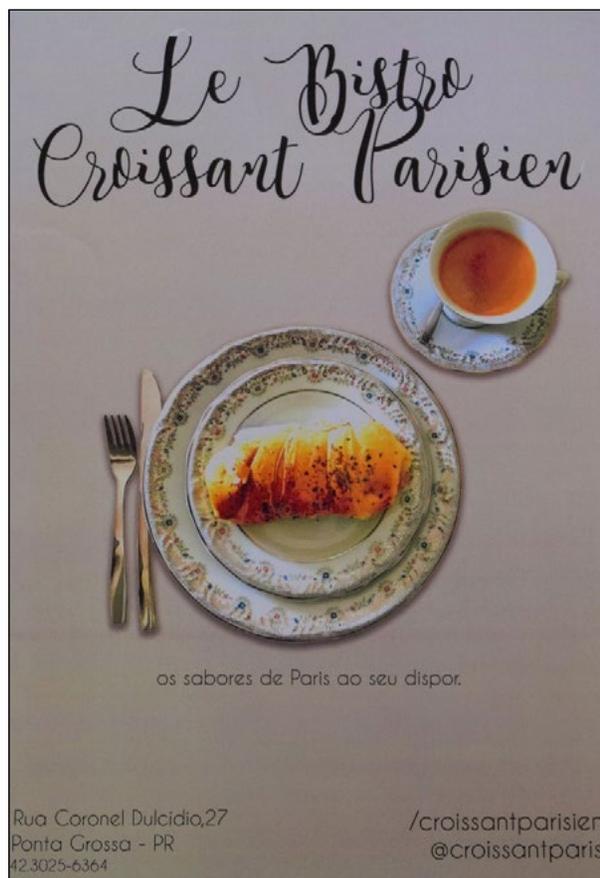
Fonte: Arquivo pessoal<sup>7</sup>.

A dupla A e L usou de seu alimento (*croissant*) para pensar em uma campanha que combinasse com a sofisticação seu produto. As discentes pensaram em empregar fontes escritas bem desenhadas iguais as aplicadas em *Art Nouveau*. Esse estilo foi marcado por linhas ondulantes e dinâmicas no sentido de transmitir a ideia de movimento, seja nas artes plásticas ou na arquitetura.

---

7 Foto do acervo do autor do artigo.

Figura 6 – Trabalho de fotografia e arte das alunas A e L (*Croissant* e Le Bistro)



Fonte: Arquivo pessoal<sup>8</sup>

Por fim a última avaliação pedida foi sobre cinema. As peças publicitárias deveriam ser entre um produto e um filme. O esquema de duplas se manteve, assim como os outros procedimentos solicitados nos três trabalhos anteriores (cartaz, apresentação para a turma e trabalho escrito). Para o planejamento da peça publicitária foram selecionados alguns filmes como, por exemplo, *Harry Potter*, *A última ceia*, *Hair*, *Chuck*, dentre outros. Assim como nas outras avaliações, os discentes usaram toda a experiência adquirida no planejamento e execução em relação aos últimos trabalhos e realizaram peças que poderiam ser divulgadas em vários tipos de veículos de comunicação, com destaque para internet.

---

8 Foto do acervo do autor do artigo.

A dupla J e M foi sorteada para desenvolver uma peça que tivesse o calmante *Maracugina* e o filme *Chuck*. Os acadêmicos surpreenderam ao criar uma frase de impacto e ao realizar uma arte que poderia ser utilizada como meme<sup>9</sup>

Figura 7– Trabalho de cartaz de filme e marca (*Maracugina* e *Chuck*)



Fonte: Arquivo pessoal<sup>10</sup>

### Considerações finais

Com esse relato de experiência pode-se concluir que o PPC do curso de Tecnologia em Produção Publicitária abrangeu múltiplas habilidades e competências que são necessárias em um tecnólogo em publicidade, sobretudo, quando está articulada a matriz curricular e o plano de ensino da disciplina de História da Arte. Dessa maneira, foi possível desenvolver através do uso da criatividade juntamente com a metodologia ativa um trabalho que não ficou somente na esfera teórica. Os acadêmicos puderem ver na prática que é possível utilizar conceitos estéticos, tipológicos, referenciais de História da Arte do seu dia a dia profissional.

9 De acordo com Araújo (2012 p.12) o meme “Quando aplicado a internet, no entanto, o termo é usado frequentemente para se referir a conteúdos de caráter viral, que são replicados diversas vezes, ou a brincadeiras e piadas internas em determinados nichos culturais”. A etimologia da palavra também tem origem na biologia evolutiva.

10 Foto do acervo do autor do artigo.

Todos os pontos apresentados contribuem para a formação de profissionais capacitados e criativos. Por outro lado, o docente pode também sair da sua zona de conforto ao planejar estratégias de desenvolvimento de avaliações que possibilitem a prática e uso dos aportes teóricos. Notou-se êxito em todos os trabalhos e pode-se concluir que as metodologias ativas contribuíram consideravelmente para o desenvolvimento discente.

## Referências

- ALENCAR, Gidéia; BORGES, Tiago Silva. Metodologias ativas na promoção da formação crítica do estudante: o uso das metodologias ativas como recurso didático na formação crítica do estudante do ensino superior. **Cairu em Revista**, Salvador, s/v, nº 4, p. 119-143, julho/agosto, 2014.
- ARAÚJO, Letícia Xavier de. **Memes**: A Linguagem da diversão na internet-Análise dos aspectos simbólicos dos Rage Comics. 2012.86 f. Trabalho de Conclusão de Curso-Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.
- BIESDORF, Rosane Kloh; WANDSCHEER; Marli Ferreira. Arte: Uma necessidade humana: função social e educativa. **Revista do curso de pedagogia do Campus de Jataí**, v.27 nº. 1, p.1-11, s/d, 2011.
- CAPITANO, Rossana Parizotto Ribeiro; GUIMARÃES, Julio Cesar Ferro de Guimarães; SEVERO, Cesar Fero de Guimarães. Formação Docente: Uso de Metodologias Ativas Como Processo Inovador de Aprendizagem para o Ensino Superior. In: Mostra de Iniciação Científica, Pesquisa e Pós-graduação, 16, 2016, Caxias do Sul. **Anais**, Caxias do Sul: 2016, p. 1-14.
- CENTRO DE ENSINO SUPERIOR DOS CAMPOS GERAIS (CESCAGE). Projeto Pedagógico do Curso de Tecnologia em Produção Publicitária (PPC). 2012.