

1.Nome da unidade curricular

Cultura Visual / Visual Culture

2.Ciclo de estudos

1º / 1st

3.Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular

Diana Vieira de Campos Almeida

45h TP + 15h O

4.Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular

5.Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

Refletir sobre: i) o conceito de visão; ii) as formações ideológicas do modelo de desenvolvimento neoliberal; iii) a cultura de consumo e o impacto da publicidade nas políticas de identidade contemporâneas; iv) modelos de desenvolvimento alternativos. Ler diversos textos publicitários numa perspetiva multimodal.

Construir diagramas combinando elementos verbais e visuais: elaborar um poster.

Estruturar e redigir análises de texto.

5.Learning outcomes of the curricular unit

To reflect upon: i) the concept of vision; ii) the ideological formations of the neoliberal system; iii) the culture of consumption and the impact of advertisement in contemporary identity politics; iv) alternative development models.

To read advertisements in a multimodal perspective.

To build diagrams combining verbal and visual elements: to make a poster.

To structure and to write a text analysis.

6.Conteúdos programáticos

1. Visão como performance cultural

1.1. Subjetividade e experiência(s)

1. 2. Ideologia

2. Cultura de consumo

2.1. Contexto político-económico

2.2. Impactos humanos e ecológicos

2.3. Ambiguidades

2.3.1. O mito do individualismo e o *branding* da identidade

2.3.2. Hedonismo e temporalidade diferida

2.3.3. O ter pelo ser

2.3.4. Natureza como ciência

3. Modelos de desenvolvimento alternativos vs. neoliberalismo

3.1. “Tempo profundo” vs. imediatismo

3.2. Sustentabilidade vs. crescimento

- 3.3. Criatividade vs. reprodutibilidade
- 3.4. Comunidade vs. individualismo
- 3.5. Interconexão vs. competição

4. Publicidade e marketing

- 4.1. A indústria publicitária
- 4.2. Análise multimodal de anúncios publicitários
 - 4.2.1. As componentes verbal e visual
 - 4.2.2. Outros sistemas de sentido

6. Syllabus

1. Vision as a cultural performance

- 1.1. Subjectivity and experience(s)
- 1.2. Ideology

2. The culture of consumption

- 2.1. Political and economic context
- 2.2. Human and ecological impacts
- 2.3. Ambiguities
 - 2.3.1. The myth of individualism and the branding of identity
 - 2.3.2. Hedonism and deferred temporality
 - 2.3.3. Having for being
 - 2.3.4. Nature as science

3. Alternative models of development vs. neoliberalism

- 3.1. “ Deep time” vs. immediacy
- 3.2. Sustainability vs. growth
- 3.3. Creativity vs. reproducibility
- 3.4. Community vs. individualism
- 3.5. Interconnection vs. competition

4. Advertising and marketing

- 4.1. The advertising industry
- 4.2. Multimodal analysis of advertisements
 - 4.2.1. Visual and verbal components
 - 4.2.2. Other systems of meaning

7. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular

Começamos por abordar a crescente complexidade do contexto cultural contemporâneo, marcado por uma mudança cada vez mais acelerada e imprevisível, tanto a nível tecnológico como político-demográfico e ecológico. Situamos a Cultura Visual como área de saber transdisciplinar que permite compreender diversas manifestações culturais contemporâneas e reconfigurar práticas interpretativas, numa perspectiva interventiva. Estudamos o funcionamento do discurso publicitário e a sua articulação com a ideologia neoliberal, de modo a compreendermos as estratégias de naturalização desta mundivisão. Consideramos campanhas publicitárias atuais

(circulando sobretudo em Portugal), para desenvolver competências analíticas que nos permitam situar estes textos num contexto mais abrangente. O objetivo será, pois, aperfeiçoar as ferramentas de leitura intersemiótica, para dotar os alunos da capacidade de ler o mundo que os rodeia e construir discursos alternativos.

7. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives

We start by taking into account the growing complexity of the contemporary cultural context, characterized by an ever-growing and unpredictable change, not only at a technological but also at a political, demographic and ecological level. We situate Visual Culture as a transdisciplinary area of knowledge that allows us to understand a plurality of contemporary cultural manifestations and to reconfigure interpretative practices, in an activist stance. We study the mechanisms of the advertising discourse and its articulation with the neoliberal ideology, striving to understand the naturalizing strategies that sustain this world vision. We will consider current advertising campaigns (circulating mainly in Portugal), in order to develop analytical competencies that allow us to situate these texts in a larger context. Thus, the objective will be to sharpen the students' intersemiotic reading tools, so that they are able to read the world and to elaborate alternative discourses.

8. Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Vamos discutir textos teóricos e material audiovisual, em diálogo com publicidade contemporânea. Vamos analisar em maior profundidade algumas campanhas publicitárias, estudando estratégias discursivas recorrentes a um nível multimodal, no contexto da ideologia neoliberal.

Critérios de avaliação: Presenças (5%); Colaboração nas discussões/produção textual na aula e no blogue (<http://culturvisflul.blogspot.pt/>) (15%); Projeto de pesquisa, com uma apresentação oral e um poster (30%); Análise de texto (20%); Teste escrito (30%)

8. Teaching methodologies (including evaluation)

We will discuss theoretical texts and audiovisual material, in dialogue with contemporary advertisements. We will engage in more in-depth analysis of some advertising campaigns, studying recurring strategies on a multimodal level, in the context of the neoliberal ideology.

Assessment criteria: Attendance (5%); Collaboration in discussion/text production in the class and in the blog (<http://culturvisflul.blogspot.pt/>) (15%); Research project, with an oral presentation and a poster (30%); Text analysis (20%); Written test (30%)

9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Ao longo do semestre, vamos construir um saber colaborativo, a partir do diálogo em sala de aula e no blogue da cadeira, que servirá de repositório e de fórum de debate. Na primeira sessão, será partilhado o calendário de trabalho, definindo os textos que vamos abordar, de modo a que os alunos se responsabilizem pela sua formação e possam acompanhar e contribuir para os debates coletivos. Além de pequenos comentários de texto elaborados em presença, os alunos têm oportunidade de: analisar um texto teórico fora da aula (enunciado disponibilizado 15 dias antes da data

de entrega); ouvir trabalhos dos colegas lidos na sala de aula; confrontar o seu texto com uma resposta modelo disponibilizada no blogue da cadeira. As produções verbais dos alunos recebem *feedback* a nível sintático, ortográfico, semântico e estrutural (coesão e coerência, sequencialização informacional). O ênfase será não só nas competências de escrita analítica, mas também na elaboração de esquemas visuais, conducentes à produção de um poster que será usado como base da apresentação oral do projeto de investigação desenvolvido em grupo. O teste escrito de consulta inclui o comentário crítico de um texto teórico estudado em aula e a análise intersemiótica de um texto verbal/visual.

A diversidade de recursos bibliográficos pretende ampliar as potencialidades analíticas dos alunos e fortalecer os elos entre a sua experiência de vida e as competências académicas. Vamos analisar textos teóricos de pensadores contemporâneos e ainda exercitar capacidades de leitura intersemióticas, que permitam aos alunos desvendar e reconfigurar o puzzle do mundo e, espera-se, da sua existência individual. De facto, nesta unidade curricular pretendo desenvolver uma proposta de leitura do mundo que empodere os alunos enquanto cidadãos (e não meramente consumidores) e lhes devolva a crença no seu agenciamento. Para mais, quero contrapor ao engenho do discurso publicitário a criatividade individual, como instrumento de resistência cultural que capacita os cidadãos a reclamar a sua autonomia política, num momento histórico em que me parece fundamental repensarmos o curso da ação coletiva.

9. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

Throughout the semester, we will build a collaborative knowledge, based upon the dialogue that takes place during the classes and in the blog, a repository and a debate forum. In our opening session, I will share the work calendar, so that students may assume responsibility for their formation and may join and contribute to the collective debates. Students will elaborate short written comments in class and they will also have the opportunity to: analyze a theoretical text on their own (the text will be assigned 15 days before the comment is due); listen to some of their colleagues' essays read in class; compare their own texts with a model answer posted in our blog. I provide syntactic, orthographic, semantic, and structural feedback (cohesion, coherence, informational sequentialization) on the students' written production. The emphasis will not only be placed on the development of analytical writing competencies, but also on the elaboration of visual diagrams that will support the production of a poster used as the basis for the oral presentation of the group research project. The open-book test includes the comment of one of the theoretical texts studied in class and the intersemiotic analysis of a verbal/visual text.

The diversity of bibliographical resources aims at amplifying the students' analytical potentialities and to strengthen the links between their life-experience and the academic competencies. We will analyze theoretical texts written by contemporary thinkers and we will also foster our intersemiotic reading competencies, in order to allow students to understand and reconfigure the puzzle of the world and, one hopes, of their individual existence. Indeed, in this curricular unit I aim at developing a proposal to read the world and to empower students as citizens (and not merely consumers), restoring their belief in their agency. Moreover, I want to address the

seductive advertising discourse through the emphasis on individual creativity, as an instrument of cultural resistance that enables citizens to reclaim political autonomy, in a historical moment when I believe it is fundamental for us to rethink the course of collective action.

10. Bibliografia

Berger, John. *Ways of Seeing*. London: Penguin, 2008.

Elkins, James. *The Object Stares Back: On the Nature of Seeing*. San Diego: Harcourt, 1997.

Finkelstein, Joanne. *The Art of Self-Invention: Image and Identity in Popular Visual Culture*. London: I. B. Tauris, 2007.

Freeden, Michael. *Ideology*. A Very Short Introduction. Oxford: Oxford UP, 2003.

Klein, Naomi. *No Logo*. Lisboa: Relógio de Água, 2002.

Kress, Gunther and Theo van Leeuwen. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Oxon: Routledge, 2006.

Machin, David. *Introduction to Multimodal Analysis*. London: Bloomsbury, 2010.

Macy, Joanna and Chris Johnstone. *Active Hope: How to Face the Mess We're in without Going Crazy*. Novato: New World Library, 2012.

Mirzoeff, Nicholas. *How to See the World*. London: Penguin, 2015.

Sassatelli, Roberta. *Consumer Culture: History, Theory and Politics*. London: Sage, 2013.

Williamson, Judith. *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. London: Marion Boyars, 2010.