

Conteúdos Programáticos e Referências

Elemento	Acção
Unidade Curricular	Teoria da Imagem
Docente	Joana Matenda Almeida
Ano Curricular	2025/2025
Fundamento	<p>Percepção visual</p> <p>Análise dos signos e símbolos presentes nas imagens e como transmitem significados</p> <p>Estudo dos elementos de design, como forma, cor, luz e sombra para criar uma imagem visualmente impactante</p> <p>.</p>
Objectivo Instrutivo	<ul style="list-style-type: none"> - Compreender como a imagem é construída e interpretada no campo do design de moda, explorando a relação entre o visual, o simbólico e o social para desenvolver habilidades críticas e criativas no uso de imagens na moda.
Objectivos Educativos	<ul style="list-style-type: none"> - A construção do olhar e os modos de ver; - Compreender as condições sociais da produção de imagens na contemporaneidade; - Entender os processos constitucionais da linguagem imagética e empreender a análise e leitura da imagem; - Alfabetizar o estudante, de modo a interpretar a relação entre a imagem e o olhar, e suas condições sociais da produção da imagem, sua iconicidade, abstracção no processo criativo e imaginário.
Resultados da Aprendizagem	Desenvolverão a capacidade crítica para interpretar e analisar imagens e compreenderão o impacto social e cultural que elas exercem.
Crédito/Horas	4 – 60 horas.
Conteúdos e temas	



1.1- Conceitos básicos de imagem

- Definição e funções da imagem
- A imagem como linguagem
- A diferença entre imagem fixa e em movimento

1.2- O papel da imagem no design de moda

- A função da imagem na construção de identidade de marca e tendência

Unidade 2 – História e teoria da imagem na moda

- A criação de ícones da moda e a relação entre a moda e personagens
- A influência das revistas e mídias sociais na disseminação da moda
- Como contar histórias visuais por meio de roupa e fotografias
- A relação entre a moda. O corpo e a imagem projectada.

Unidade 3 – Imagem Digital e Novas Tecnologia

- O impacto das imagens no consumo de moda e sua influência no comportamento do consumidor e criação de tendências
- A imagem na cultura das redes sociais e mídia digital
- O papel da imagem nas plataformas digitais (redes sociais, websites, e-commerce e suas estéticas visuais).

Unidade 4 – A Imagem e o Poder: estética e ética da imagem

- O impacto sociocultural das imagens de moda (diversidade e questões éticas)
- A imagem e representação: identidade, género, raça e corpo
- A imagem como instrumento de controlo social
- O poder simbólico das imagens na moda

Imagen de moda e os seus desafios na contemporaneidade

Metodologia recomendável	As aulas são ministradas numa perspectiva de turma invertida, privilegiando a elaboração conjunta, trabalhos individuais e trabalhos em grupos
Sistema de avaliação	<p>- A apreciação de desempenho compreende a observação do envolvimento dos alunos no decorrer das leituras e da divisão de tarefas, sobretudo nos momentos de socialização e elucidação de dúvidas do (s) colega (s);</p> <p>- Ao longo do semestre serão aplicadas três avaliações: AV1, AV2 e A3 como exame. A AV1 será aplicada de modo a avaliar o aluno</p>



sobre os conteúdos ministrados na Unidade 1. A AV2 deverá avaliar o aluno sobre os conteúdos referentes às Unidades 2 e 3. E a AV3 reunirá os conteúdos de todo o programa da disciplina.

Critérios de avaliação

Como critérios, serão considerados:

- A assiduidade dos alunos às aulas, sendo que a frequência deverá ser igual ou superior a 75%;
- A leitura dos textos programados por aula, como condicionante a participação na aula;
- O desenvolvimento dos trabalhos e a entrega dentro dos prazos a serem definidos;
- Organização, clareza e esmero na elaboração final dos trabalhos, demonstrados por cada aluno, tendo em conta a *forma académica e científica* de apresentação.

AV1 - Prova escrita e individual;

AV2 - Trabalho escrito colectivo;

Exame - Trabalho escrito individual;

Recurso - Prova escrita individual, com todo conteúdo ministrado na disciplina.

Bibliografia

- ALBRIGTH, Thomas D. *Processamento visual de nível superior: influências cognitivas*. In: In: KANDEL, Eric, et al (Orgs) Princípios de neurociências. 5^a. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. pp. 539-553;
- AUMOUNT, Jacques. *A imagem*. 16^a. ed. Campinas: Papirus, 2012;
- BAITELLO JR, Norval. *A era da iconofagia: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura*. São Paulo: Paulus, 2014;
- . *A serpente, a maça e o holograma: esboço para uma teoria da mídia*. São Paulo: Paulus, 2010;
- BELTING, Hans. *A verdadeira imagem*. Porto: Dafne Editora, 2011;
- . *Antropologia da imagem*. Lisboa: KKYM + EUAM, 2014;
- . *A imagem autêntica*. Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/index.php/biblioteca/viewdownload/11-belting-hans/37-a-imagem-autentica.html>
- BENJAMIN, Walter. *A*



obra de arte na época da reprodutibilidade técnica. BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 2012;

DAMÁSIO, António R. *A geração de mapas e imagens*. In: DAMÁSIO, António R. E o cérebro criou o homem. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. pp. 87-117;

----- *Apêndice: notas sobre a mente e sobre o cérebro*. In: DAMÁSIO, António R. O sentimento de si: corpo, emoção e consciência. Lisboa: Círculo de Leitores, 2013. pp. 377-397;

DURAND, Gilbert. *As estruturas antropológicas do imaginário*. São Paulo: Martins Fontes, 2012;

FONTANILLE, Jacques. *Significação e visualização*. Porto Alegre: Sunila, 2005;

FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2013;

----- *O universo das imagens técnicas: elogios da superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.

GILBERT, Charles D. *A natureza constitutiva do processamento visual*. In: KANDEL, Eric, et al (Orgs) Princípios de neurociências. 5^a ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. pp. 483-501;

KANDEL, Eric R; WURTZ, Robert H. *Construção da imagem visual*. In: KANDEL, Eric R; SCWARTZ, James H; JESSEL, Thomas (eds). Princípios de neurociência. 4^a. ed. Bauru: Manole, 2003. pp. 492-506;

MARTINE, Joly. *Introdução à análise da imagem*. 14^a ed. Campinas: Papirus, 2010;

PIETROFORTE, Antonio Vicente. *Semiótica visual, os percursos do olhar*. São Paulo: Contexto, 2010;

SANTAELLA, Lúcia; WINFRIED, Nöth. *Imagem: cognição, semiótica*. São Paulo: Iluminuras, 2010;

WULF, Christoph. *A criação mimética e a circulação de emoções: um estudo de caso*. In: BAITELLO JR, Norval; WULF, Christoph. Emoção e imaginação: os sentidos e as imagens em movimento. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014. pp.199-215.

