

---

**Ano Letivo** 2021-22

---

**Unidade Curricular** PSICOLOGIA DA PERCEÇÃO VISUAL

---

**Cursos** DESIGN DE COMUNICAÇÃO (1.º ciclo)

---

**Unidade Orgânica** Escola Superior de Educação e Comunicação

---

**Código da Unidade Curricular** 14541004

---

**Área Científica** PSICOLOGIA

---

**Sigla**

---

**Código CNAEF (3 dígitos)** 311

---

**Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos)** 4;8;9

---

**Línguas de Aprendizagem** Português.

---

**Modalidade de ensino**

Presencial.

---

**Docente Responsável**

José Alves Farinha

---

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
José Alves Farinha	T	T1	30T

\* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

---

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
1º	S1	30T	84	3

\* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

---

**Precedências**

Sem precedências

---

**Conhecimentos Prévios recomendados**

Não são requeridos conhecimentos prévios.

### Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

#### Conhecimentos :

- Conhecer os processos básicos, modelos teóricos, conceitos e factores mais significativos no domínio da psicologia da percepção visual.

#### Aptidões :

- Reconhecer e identificar os processos subjacentes à construção cognitiva das imagens visuais.

#### Competências :

- *Instrumentais* :
    - Ser capaz de mobilizar conhecimentos de psicologia da percepção visual na construção de produtos visuais eficazes do ponto de vista comunicativo e interessantes do ponto de vista estético.
  - *Interpessoais* :
    - Ser capaz de reconhecer e a compreender a visão do outro, espectador ou consumidor de produtos de design de comunicação.
    - Respeitar as percepções e apreciações do outro.
    - Compreender os efeitos dos produtos de design de comunicação nos espectadores ou consumidores.
  - *Sistémicas* :
    - Ser autónomo na pesquisa e análise da informação e construção de conhecimento relevante.
    - Ser capaz de realizar investigação informal assim como de aceder a fontes diversas.
- 

### Conteúdos programáticos

1. Aspectos básicos
2. Processos sensoriais e perceptivos
3. Psicofisiologia da visão
4. A psicologia da *Gestalt*
5. Constância perceptiva
6. Percepção da tridimensionalidade
7. Percepção do movimento
8. Percepção da cor
9. As ilusões visuais
10. A representação da realidade na arte

### Metodologias de ensino (avaliação incluída)

#### Métodos de ensino:

- Exposição oral dos conteúdos programáticos;
- Observação de material gráfico diverso;
- Discussão de temas ou textos propostos pelo docente;
- Apoio individualizado quando solicitado.

#### Avaliação dos alunos:

Avaliação de frequência com exame final.

A avaliação de frequência é composta por um teste escrito com:

- 40 questões - verdadeiro/falso;
- 40 questões de escolha múltipla (4 opções).

A realização do teste pode ser repartida ao longo do semestre por um, dois ou quatro momentos, dependendo da opção dos alunos.

Todas as provas escritas são realizadas na plataforma de tutoria electrónica da UAAlg, presencialmente em instalações da ESEC/UAAlg.

São dispensados do exame final os alunos que obtiverem na avaliação de frequência uma classificação igual ou superior a 10 (dez) valores, convertendo-se imediatamente essa nota na classificação final da UC.

Os alunos com nota inferior a 10 (dez) valores são admitidos a exame final. Neste caso, a nota final da UC é a classificação obtida no exame.

---

### Bibliografia principal

#### Leitura fundamental :

Farinha, J. (2021) *Psicologia da Percepção Visual: Manual Pedagógico da UC*, formato electrónico, ver. 1.0-2122. Faro. ESEC-UAAlg.

#### Leitura acessória :

Arnheim, R. (2004) *Arte e Percepção Visual: Uma Psicologia da Visão Criadora: Nova Versão*, São Paulo, Pioneira Thompson Learning.

Gleitman, H. (1998) *Psicologia*, Lisboa, Gulbenkian.

Gordon, I. (1989) *Theories of Visual Perception*, Chichester, John Wiley & Sons.

Gregory, R. L. (1997) *Eye and Brain: The Psychology of Seeing*, Princeton, Princeton Univ Press.

Haber, R. N.; Hershenson, M. (1973) *The Psychology of Visual Perception*, New York, Holt, Rinehart, and Winston.

Hoffman, D. (1998) *Visual Intelligence: How we create what we see*, New York, W. W. Norton & Company

Robinson, J. (1972) *The Psychology of Visual Illusion*, Londres, Hutchinson & Co.

Sharpe, D. (1974) *The psychology of color and design*, Chicago, Nelson-Hall.

---

**Academic Year** 2021-22

---

**Course unit** PSYCHOLOGY OF VISUAL PERCEPTION

---

**Courses** COMMUNICATION DESIGN (1st Cycle)

---

**Faculty / School** SCHOOL OF EDUCATION AND COMMUNICATION

---

**Main Scientific Area**

---

**Acronym**

---

**CNAEF code (3 digits)** 311

---

**Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives)** 4;8;9

---

**Language of instruction** Lectures are delivered in Portuguese but reading materials can be provided in English. Tests and exams are done in Portuguese.

---

**Teaching/Learning modality** In-class and on-site teaching & learning.

**Coordinating teacher** José Alves Farinha

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
José Alves Farinha	T	T1	30T

\* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
	30	0	0	0	0	0	0	0	84

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

#### Pre-requisites

no pre-requisites

#### Prior knowledge and skills

No prior knowledge or skills are required.

#### The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

##### Knowledge :

- Know the basic processes, theoretical models, concepts, and most significant factors in the psychology of visual perception.

##### Skills :

- Recognize and identify the processes underlying the cognitive construction of visual images.

##### Competences :

- *Instrumental*:
  - Being able to use knowledge for the construction of effective and interesting visual products from a communicative and aesthetic point of view.
- *Interpersonal*:
  - Recognize and understand the vision of other people, viewers, and consumers of products of communication design.
  - Respect the perceptions and appreciations of other people.
  - Understand the effects of communication design on viewers or consumers.
- *Systemic*:
  - Being autonomous in research and information analysis and construction of relevant knowledge.
  - Being able to carry out informal research as well as gain access to various sources.

## Syllabus

1. Basic aspects
  2. Sensorial and perceptual processes
  3. Psychophysiology of vision
  4. Gestalt psychology
  5. Depth perception
  6. Motion perception
  7. Colour perception
  8. Visual illusions
  9. Representation of reality in art
- 

## Teaching methodologies (including evaluation)

### Teaching methodologies:

- Lectures on syllabus contents;
- Observation of drawings, and photographs pertinent to concepts covered;
- Discussion of themes or texts proposed by the teacher;
- Personal tutoring when requested.

### Student evaluation:

Students are evaluated by frequency evaluation with a final exam.

Frequency evaluation consists of **ONE** written test with:

- 40 true/false questions;
- 40 multiple-choice questions (4 options).

The written test can be done in one, two, or four different stages during the semester, depending on the student's option.

All tests and exams are carried out online in UAlg's electronic tutoring platform at ESEC/UAlg facilities.

Students who obtain a grade equal to or greater than 10 (ten) points in the frequency evaluation are not required to do the final exam and the frequency grade is immediately converted to the final grade. Students with less than 10 (ten) points are admitted to do the final exam. In this case, the final grading on this curricular unit is the exam grade.

### Main Bibliography

#### Textbook :

Farinha, J. (2021) *Psicologia da Percepção Visual: Manual Pedagógico da UC*, formato electrónico, ver. 1.0-2122. Faro. ESEC-UALg.

#### Complementary reading :

Arnheim, R. (2004) *Arte e Percepção Visual: Uma Psicologia da Visão Criadora: Nova Versão*, São Paulo, Pioneira Thompson Learning.

Gleitman, H. (1998) *Psicologia*, Lisboa, Gulbenkian.

Gordon, I. (1989) *Theories of Visual Perception*, Chichester, John Wiley & Sons.

Gregory, R. L. (1997) *Eye and Brain: The Psychology of Seeing*, Princeton, Princeton Univ Press.

Haber, R. N.; Hershenson, M. (1973) *The Psychology of Visual Perception*, New York, Holt, Rinehart, and Winston.

Hoffman, D. (1998) *Visual Intelligence: How we create what we see*, New York, W. W. Norton & Company

Robinson, J. (1972) *The Psychology of Visual Illusion*, Londres, Hutchinson & Co.

Sharpe, D. (1974) *The psychology of color and design*, Chicago, Nelson-Hall.