

---

**Ano Letivo** 2022-23

---

**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** PSI

---

**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**

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**

São recomendados conhecimentos prévios básicos em Psicologia.

### 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. PERCEÇÃO DA TRIDIMENSIONALIDADE
7. PERCEÇÃO DO MOVIMENTO
8. PERCEÇÃO 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 4 testes escritos cada um com 20 questões de escolha múltipla (4 opções).

O Exame final é composto por uma prova escrita com 40 questões de escolha múltipla (4 opções).

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

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

Todas as provas escritas são realizadas presencialmente através da plataforma de tutoria electrónica da UAAlg.

---

## Bibliografia principal

### LEITURA FUNDAMENTAL :

- Farinha, J. (2022) *Manual Pedagógico da UC*, formato electrónico, ESEC-UAAlg.

### LEITURA COMPLEMENTAR :

- Arnheim, R. (2004) *Arte e Percepção Visual: Uma Psicologia da Visão Criadora: Nova Versão*, Pioneira Thompson Learning.
- Gleitman, H. (1998) *Psicologia*, Gulbenkian.
- Gombrich, E. H. (1999) *El Sentido del Orden, Estudio sobre la psicología de las artes decorativas*, Editorial Debate.
- Gordon, I. (1989) *Theories of Visual Perception*, John Wiley & Sons.
- Gregory, R. L. (1997) *Eye and Brain: The Psychology of Seeing*, Princeton Univ- press.
- Haber, R. N.; Hershenson, M. (1973) *The Psychology of Visual Perception*, Holt, Rinehart and Winston.
- Hoffman, D. (1998) *Visual Intelligence: How we create what we see*, W. W. Norton & Company
- Robinson, J. (1972) *The Psychology of Visual Illusion*, Hutchinson & Co.
- Sharpe, D. (1974) *The psychology of color and design*, Nelson Hall.

---

**Academic Year** 2022-23

---

**Course unit** PSYCHOLOGY OF VISUAL PERCEPTION

---

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

---

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

---

**Main Scientific Area** PSYC

---

**Acronym**

---

**CNAEF code (3 digits)** 311

---

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

---

**Language of instruction** Portuguese.

---

**Teaching/Learning modality** In-class 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

Previous basic knowledge in Psychology is recommended.

#### 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.

##### COMPETENCIES :

- **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 images, drawings, and photographs pertinent to concepts covered;
- Discussion of themes or texts proposed by the teacher;
- Personal tutoring when requested.

### STUDENT EVALUATION:

Frequency evaluation with final examination.

The frequency evaluation consists of 4 written tests, each with 20 multiple choice questions (4 options).

The final exam consists of a written test with 40 multiple choice questions (4 options).

Students who obtain in frequency evaluation a score of 10 (ten) or higher points are exempted from the final exam, and this score is immediately converted into the final grade on the course unit.

Students with a grade less than 10 (ten) points in frequency evaluation are required to do a final exam. The exam score is the final grade on the course unit.

All written tests and final exam are to be done online in-class using UALg's electronic tutoring platform.

---

## Main Bibliography

### COURSE UNIT TEXTBOOK :

- Farinha, J. (2022) *Manual Pedagógico da UC*, formato electrónico, ESEC-UALg.

### COMPLEMENTARY READING :

- Arnheim, R. (2004) *Arte e Percepção Visual: Uma Psicologia da Visão Criadora: Nova Versão*, Pioneira Thompson Learning.
- Gleitman, H. (1998) *Psicologia*, Gulbenkian.
- Gombrich, E. H. (1999) *El Sentido del Orden, Estudio sobre la psicología de las artes decorativas*, Editorial Debate.
- Gordon, I. (1989) *Theories of Visual Perception*, John Wiley & Sons.
- Gregory, R. L. (1997) *Eye and Brain: The Psychology of Seeing*, Princeton Univ- press.
- Haber, R. N.; Hershenson, M. (1973) *The Psychology of Visual Perception*, Holt, Rinehart and Winston.
- Hoffman, D. (1998) *Visual Intelligence: How we create what we see*, W. W. Norton & Company
- Robinson, J. (1972) *The Psychology of Visual Illusion*, Hutchinson & Co.
- Sharpe, D. (1974) *The psychology of color and design*, Nelson Hall.

