

## **Texto visual/texto cultural. Uma perspectiva de desenvolvimento da literacia visual e intercultural dos jovens**

Autor(es)

Margarida Morgado, Instituto Politécnico de Castelo Branco

Resumo

Ver constitui uma competência humana fundamental que precisa ser desenvolvida se o que pretendemos é que as pessoas sejam capazes de interpretar e discriminar o que vêem. A literacia visual consiste precisamente na capacidade para compreender e utilizar linguagens visuais na comunicação e no estudo das funções de um mundo mediado por imagens, figuras e visualizações em vez de apenas por textos e imagens (Mirzoeff, 1999). A presente comunicação concerne modos pedagógicos interdisciplinares de lidar com um mundo saturado de visualidade desenvolvidos a partir de uma leitura de Lewis em *Reading Contemporary Picturebooks. Picturing Text* (2001) e da teoria proposta pelo autor para leitura de literatura infanto-juvenil tendo por base a obra de Wittgenstein *Philosophical Investigations*. Aplicada à percepção de textos e imagens visuais, a teoria de Lewis propõe que se pergunte: «como é que um texto visual adquire sentido?» Tendo por base os quatro modos que as pessoas usam para criar sentido, a saber: sentido imediatamente aparente, sentido enquanto uso, sentido enquanto hábito e sentido enquanto regras a seguir, a comunicação apresenta um modelo pedagógico de desenvolvimento da literacia visual de jovens em contextos multiculturais, salientando a diversidade cultural, linguística e local bem como a variação e a negociação de múltiplas culturas, linguagens, textos (visuais) e inter-textos, o local e o global.

### **A cidade no cinema: breve genealogia**

Autor(es)

Marta Sofia da Luz Marcos Pinho Alves, Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal

Resumo

O momento do nascimento do cinema é também o do advento dos grandes espaços urbanos. Por essa razão, o espectáculo cinematográfico tem, desde a sua génese, demonstrado uma relação estreita com a cidade.

Quando os irmãos Lumière mostraram pela primeira vez imagens em movimento foram já os cenários urbanos os seus protagonistas. Curtas-metragens, que não tinham sequer a duração de um minuto, caracterizaram a urbanidade, mostrando a saída dos trabalhadores das fábricas Lumière e a chegada de um comboio à Estação de La Ciotat. Estava iniciada uma relação que viria a reforçar-se ao longo da história do cinema. Apesar de a cidade não ser, na maioria das vezes, o tema anunciado, a câmara não consegue resistir à sua exibição. Mais do que servir como mero *establishing shot* ou funcionar como elemento cénico, em certos filmes esta assumiu um tal protagonismo que se tornou o principal elemento recordado. A este propósito, é impossível não evocar os cenários fantásticos de *Metropolis*, marcados pela imperiosa verticalidade dos edifícios e pelos espaços telúricos onde circulam os trabalhadores, a derradeira luta de King Kong no topo do Empire State Building, a cidade multiétnica e hipertecnologizada de *Blade Runner* ou a Neo-Tóquio plena de tensões sociais e fantasias gnósticas destruída pelo mutante Tetsuo em *Akira*.

Este artigo tem como objectivo a constituição de uma breve genealogia dos modos de representação das cidades no cinema de modo a compreender como estas figurações têm contribuído para a constituição de noções acerca dos cenários urbanos reais e das suas características e dinâmicas sociais e urbanísticas.

## **A mediatização da experiência «turística», através do postal ilustrado. Revisitando algumas paisagens de Portugal...**

Autor(es)

Miguel Bandeira e Helena Pires, Universidade do Minho

Resumo

Na actualidade, diversos autores defendem o esbatimento de fronteiras entre a *consumer culture* e a *media culture*. Em particular, a cultura da imagem, ou a cultura visual, materializando-se em diversos produtos culturais, pode ser entendida como forma de expressão social e, como tal, estudada à luz das teorias da significação, ou mesmo da sócio-semiótica. Uma abordagem deste tipo pode ainda ser complementada por uma perspectiva de análise fenomenológico-hermenêutica, centrada nos modos de negociação particulares e por uma reflexão, no contexto da cultura contemporânea, sobre a mediatização da experiência.

Precisamente, a experiência de fazer turismo oferece-se a uma determinada relação com o território, com a arquitectura, com a cidade, mas também à permanente actualização de imagens-memória que fazem essa mesma experiência. Neste sentido, o postal ilustrado compõe, no nosso imaginário, uma geografia outra, um meio de representação topográfica muitas vezes não perceptível enquanto tal. Inventariar, a partir de postais ilustrados referentes a algumas regiões de Portugal, o modo como, ao longo da história e até aos dias de hoje, as imagens veiculadas manifestam uma dada significação social e cultural, é um dos objectivos desta proposta. Mas mais do que isso, interessa-nos interrogar de que forma essas imagens dão conta de uma prática pessoal (fotógrafo, desenhador...), que embora condicionada pela inevitável reprodução de um determinado paradigma cultural e estético, não deixa de figurar, por analogia com a experiência do próprio «turista», uma experiência particular, embora mediatizada, de relação com o lugar. Em última instância, poderíamos dizer que o postal ilustrado relata uma certa *flânerie*...

## **O último espectro. Os canais da fotografia pós-morte**

Autor(es)

Victor Flores, Universidade Lusófona

Resumo

Por diversas ocasiões a Teoria da imagem associou a fotografia com a morte, vendo nela uma condição ontológica do fotográfico. Por diversas ocasiões as crenças populares que permitiram a apropriação da fotografia no século XIX celebrizaram o género da fotografia pós-morte, encenando com ela um «último espectro» da vida, com a ambição de recuperar uma imagem do corpo que ainda não tinha podido ser capturada pelo novo *medium*. A popularidade da