

Formação Avançada em Arte e Comunicação Digital

No âmbito desta Unidade Curricular será solicitado aos estudantes o desenvolvimento de um Estudo de Estado da Arte e Revisão de Literatura detalhado, incidindo sobre os módulos usados/a usar para construir o projeto de média-arte digital e a proposta de tese. A realização deste trabalho e respetivo acompanhamento ocupará os dois semestres do ano letivo, sendo-lhe atribuídos 10 ECTS.

Esta UC desdobrar-se-á em três módulos obrigatórios:

Estudo de Estado da Arte (10 ECTS)
Arte, Comunicação e Contemporaneidade (5 ECTS)
Média e Arte Digital (5 ECTS)

e nos seguintes módulos opcionais:

Artivismo Digital * (2 ECTS)
Comunicação e Humanidades Digitais * (2 ECTS)
Indústrias Culturais e Criativas (2 ECTS)
Literacia dos Média Digitais (2 ECTS)
Narrativas Transmedia * (2 ECTS)
Pós-humano * (2 ECTS)

Cada estudante deverá selecionar um conjunto de cinco módulos opcionais, sendo um deles escolhido de entre os módulos do ramo complementar devidamente assinalados com *. Pretende-se assim promover um maior contacto entre os ramos, sendo os módulos opcionais do ramo complementar selecionados de acordo com o seu grau de dificuldade ou acessibilidade para o perfil dos estudantes respetivos.

Cada módulo proporcionará a realização de seminários temáticos proporcionados por docentes, criadores e artistas do doutoramento, mas também por artistas-investigadores convidados de projeção internacional. Cada módulo tem como objetivo expor os estudantes a temáticas específicas e relevantes, para que estes assimilem aspetos teóricos (sobretudo no ramo CCA) e técnicos (sobretudo no ramo CTA) da investigação em arte e tecnologia baseada na prática artística.

Módulos opcionais

Artivismo Digital (2 ECTS)

Este módulo centra-se no Artivismo Digital, que pode ser entendido como uma forma híbrida de arte e ativismo que através de mecanismos semânticos usa a arte como meio para promover mudanças e transformações sociais. É uma prática que inclui, mas ultrapassa, a criação ou disseminação de memes, fotografias ou vídeos re-misturados, e pode estar relacionada com a criação artística coletiva e/ou participativa que, através de meios digitais, incomuns ou inovadores, os emprega intencionalmente para provocar, dissuadir, alertar, contestar, ou outro qualquer propósito relacionado com a causa defendida. Os principais objetivos deste módulo são:

- Contextualizar a génese do artivismo através da evolução dos media táticos (*tactical media*);
- Discutir as problemáticas conceptuais ligadas ao artivismo, com particular enfoque no artivismo digital, incluindo apropriação, *remix*, *subvertising*, *culture jamming*, *hacktivismo*, média táticos, e outras práticas de hibridização;
- Utilizar conhecimentos teóricos para a análise e crítica estética, semântica e tecnológica de formas de expressão artivista em meios e suportes digitais;
- Estudar e aplicar em exercícios de cariz teórico e prático as novas formas e narrativas artivistas.

Bibliografia

- Aladro-Vico, E., Jivkova-Semova, D., & Bailey, O. (2018). Artivism: A new educative language for transformative social action. *Comunicar. Media Education Research Journal*, 26(2).
- Groys, Boris (2016). *In The Flow*. New York, London: Verso.
- Silva, T. T. (2017). *Ativismo digital e imagem: estratégias de engajamento e mobilização em rede*. São Paulo: Paco Editorial.

- Fabian, L., & Reestorff, C. M. (2015). Mediatization and the transformations of cultural activism. *Conjunctions. Transdisciplinary Journal of Cultural Participation*, 2(1), 1-20.
- de Oliveira, R. C. D. A., de Paula Pessôa, L. A. G., & Ayrosa, E. A. T. (2017). Resistência, jamming e antipublicidade: Uma análise dos Spoof Ads da AdBusters Media Foundation. *Farol-Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, 4(11), 1373-1437.
- Raposo, P. (2015). "Artivismo": articulando dissidências, criando insurgências. *Cadernos de arte e antropologia*, 4(2), 3-12.
- Rhoades, M. (2012). LGBTQ youth+ video activism: Arts-based critical civic praxis. *Studies in Art Education*, 53(4), 317-329.

Comunicação e Humanidades Digitais (2 ECTS)

Este módulo visa proporcionar um espaço de reflexão acerca de abordagens epistemológicas e teórico-metodológicas da comunicação e das Humanidades Digitais e de instrumentos e técnicas de produção, de análise e de crítica da expressão cultural e artística digital.

Os seus conteúdos incidem sobre: a) problematização de questões emergentes da cultura digital contemporânea na ótica da comunicação e das Humanidades digitais (privacidade, propriedade intelectual, originalidade e autoria, livre acesso à informação, pré e pós-publicação, revisão aberta,, plataformas multimodais e não lineares, ...); b) a discussão de aspetos de gestão e interoperabilidade de dados e de metadados relativos a expressões culturais e artísticas e respetiva estruturação para fins de comunicação digital. Os seus objetivos são.

- Identificar as Humanidades Digitais como campo teórico e problematizá-lo no quadro da comunicação digital; ;
- Entender o percurso histórico das Humanidades Digitais, desde os primórdios da utilização de computadores como auxiliares de trabalho em Humanidades e Ciências Sociais até ao 'paradigma pós-digital';
- Ser capaz de identificar criticamente projetos de Humanidades Digitais e estabelecer relações com a área de específica do doutoramento por forma a gerar novos tópicos de investigação.

Bibliografia

- Berry, D. M. (2014). Post-digital humanities: computation and cultural critique in the arts and the humanities. *Educause*, 49(3), pp. 22-26. <http://sro.sussex.ac.uk>
- Braidoti, R. (2019). The contemporary posthumanities, GUNi, (coord.), *Humanities and higher education, Synergis between Science, Technology and Humanities*, 134-147, ISBN: 978-84-09-14675-8, www.guninetwork.org
- Boto, S. e Belmonte, B. (2020). O Romanceiro Ibérico no Brasil: um Património da Língua Portuguesa em Ambiente Digital, *Journal of Digital Media & Interaction* 3 7 (2020), 161-177. ISSN: 2184-3120. <https://proa.ua.pt/index.php/jdmi/article/view/15334/14277>;
- Cramer, F. (2016). Post-Digital Literary Studies. *MATLIT: Materialidades Da Literatura* 4 (1), 11-27. https://doi.org/10.14195/2182-8830_4-1_1.
- Malazita J. e H. Rafeh, 2020, Digital Humanities as Epistemic Cultures: How Digital Humanities Labs Make Knowledge, Objects, and Subjects, in *Digital Humanities Quarterly*, 14-3, 1-10
- Río Riande, G. del (2018). Humanidades Digitales bajo la lupa: investigación abierta y evaluación científica, *Exlibris*, 7, 136-149.
- Schreibman, S. e J. Unsworth (eds) (2004). *A Companion to Digital Humanities*, Oxford, Blackwell.<http://www.digitalhumanities.org/companion/>
- Spence, Paul (2014). Centros y fronteras: el panorama internacional de las humanidades digitales, *Humanidades Digitales: desafíos, logros y perspectivas de futuro. Janus, Anexo 1* (2014), pp. 37-61
- Tavares, M. e S. Boto (2018). *Digital Culture - A State of the Art*. Col. Humanitas (CIAC), Coimbra: Grácio Editor.

Indústrias Culturais e Criativas (2 ECTS)

No presente módulo pretende-se uma abordagem reflexiva aos conceitos, domínios, objetos e práticas das indústrias culturais e criativas, sobretudo na sua intersecção com a média-arte digital.

Partindo de uma perspetiva histórica para a contemporaneidade, procuram-se as principais linhas de abordagem e contextos que marcam sobretudo a última década em Portugal e na Europa.

Pretende-se igualmente uma abordagem de conteúdos programáticos que promova a análise e reflexão sobre os mercados culturais e criativos aos níveis de produção, distribuição e encontro com os públicos.

Também se intenciona analisar os “clusters” e outras organizações de produção criativa, bem como os espaços de visibilidade destas indústrias (entre galerias, museus, festivais, mercados, salas de espetáculo e as fronteiras do inesperado).

Por último, procura-se ampliar uma reflexão crítica teórica e aplicada entre visões de indústrias culturais e criativas e conceitos de internacionalização, globalização, competitividade e a intervenção dos media.

Bibliografia

- Adorno, T. W. (2003). *Sobre a indústria da cultura*. Coimbra: Angelus Novus.
- Davies, R. e Sigthorsson, G. (2013). *Introducing the Creative Industries: From Theory to Practice*. London: Sage.
- Faustino, P. (org.) (2020). *Comunicação, média e indústrias criativas na era digital*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto -CIC Digital. ISBN 978-989-8969-29-3
- Faustino, P. (2013). *Indústrias criativas, média e clusters*. Porto: Media XXI. ISBN 9789897290572
- Hesmondhalgh, D. (2018). *The Cultural Industries Paperback*. London: Sage.
- Hoog, M. e Hoog, E. (1995). *O Mercado da Arte*. Porto: Rés Formalpress. ISBN: 9789727032143
- Ian Miles, I. e Green, L. (2008). *Hidden innovation in the creative industries*. London: NESTA. ISBN: 9781848750227
- Moulin, R. (2015). *O mercado da arte: mundialização e novas tecnologias*. Porto Alegre: Zouk Editora.
- Santos, R. (2007). *Indústrias culturais. Imagens, valores e consumos*. Lisboa: Edições 70.

Literacia dos Média Digitais (2 ECTS)

Na confluência dos conceitos de convergência mediática, cultural e estética, este módulo procura apresentar o estado da arte do campo da literacia dos média digitais a partir das abordagens europeia, estadunidense e latino-americana e discutir a reconfiguração do papel do sujeito à luz das teorias da comunicação. Tem ainda o intuito de discutir as mudanças nas relações entre a produção e o consumo de produtos mediáticos e artísticos e o desenvolvimento de competências cognitivas e estéticas, ressaltando as particularidades das práticas artísticas e criativas neste contexto.

Os principais objetivos são:

- Apresentar o estado da arte do campo de estudos da literacia dos média digitais;
- Apresentar e discutir propostas estéticas e práticas criativas que contribuem para reflexão neste campo;
- Refletir sobre as transformações no papel do sujeito na cultura digital;
- Fornecer elementos para o desenvolvimento do raciocínio crítico e da expressão criativa no atual contexto de convergência midiática e cultural.

Bibliografia

- Borges, Gabriela et al. (2019). A construção de mundos ficcionais pelo fandom Limantha, de Malhação: Viva a Diferença. In: *A construção de mundos na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre, Sulinas.
- Borges, Gabriela; Silva, Márcia Barbosa (org) (2019). *Competências midiáticas em cenários brasileiros*. Interfaces entre comunicação, educação e artes. Juiz de Fora, Ed. UFJF.

- *DigComp: The European Digital Competence Framework*. (2018) Luxemburgo, Publications Office of the European Union.
- Ferrés i Prats, Joan (2014). *Las pantallas y el cérebro emocional*. Barcelona, Gedisa.
- Ferrés, J; Piscitelli, A. (2015). Competência midiática. Dimensões e indicadores. *Lumina 9(1)*, 1-15.
- Jenkins, Henry. Green, Joshua. Ford, Sam (2015). *Cultura da Conexão, Criando Valor e Significado Por Meio da Mídia Propagável*. São Paulo: Ed. Aleph.
- Jenkins, Henry (2015). *Invasores do texto*. Fãs e cultura participativa. São Paulo: Ed. Marsupial.
- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, culture & society, 33(2)*, 211-221.
- Lopes, Maria Immacolata Vassalo de (org). (2017). *Por uma teoria de fãs na ficção televisiva brasileira II*. Práticas de fãs no ambiente da cultura participativa. Porto Alegre: Ed. Sulina.
- Rheingold, Howard (2012). *Net smart. How to thrive online*. Cambridge, MA e Londres, UK: MIT Press.

Narrativas Transmedia (2 ECTS)

Este módulo pretende proporcionar aos estudantes uma abordagem às tendências recentes na área de convergência dos media, narrativas digitais e redes sociais; promover uma visão em que os utilizadores passam de meros consumidores de conteúdos a autores de novas formas de comunicação utilizando vários tipos distintos de media de forma complementar e transversal; e desenvolver um olhar crítico para estimular a criatividade no sentido de dotar os estudantes de uma capacidade acrescida na resolução de novos problemas.

Conteúdos:

- Convergência de meios e cultura participativa
- *Transmediação*: estratégias e aplicações
- Narrativas transmedia: definição e tendências
- Modelos multimédia, ludismo e simulações
- Design multimédia: conceito e aplicações

Bibliografia

- Booth, P. (2018). *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Elleström, L. (2019). *Transmedial Narration: Narratives and Stories in Different Media*. Palgrave Pivot. ISBN: 978-3-030-01294-6
- Jenkins, H., Green, J., & Ford, S. (2015). *Cultura da Conexão, Criando Valor e Significado Por Meio da Mídia Propagável*. São Paulo, Ed. Aleph.
- Jenner, M. (2018). *Netflix and the Re-invention of Television*. Cambridge: Palgrave Macmillan.
- Markova, G., & Kalinov, K. (2017). *Transmedia Narratives: A Critical Reading and Possible Advancements*. Sofia University "St. Kliment Ohridski", Bulgaria. DOI:10.17951/k.2017.24.1.73
- Rodrigues, P., & Bidarra, J. (2014). Transmedia Storytelling and the Creation of a Converging Space of Educational Practices. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 9(6). eISSN: 1863-0383

Pós-humano (2 ECTS)

Como espécie, a humanidade deu início à era do Antropoceno. Essa ideia parte do princípio de que, pelo menos nos últimos 200 anos, a ação humana foi o maior fator de alteração da natureza. Aliada à ação humana, as tecnologias provocam mudanças cada vez mais rápidas, e capazes de interferir em nós mesmos.

Este módulo pretende proporcionar aos estudantes uma abordagem sobre a questão do Pós-Humanismo e do *transhumanismo*: na encruzilhada entre a ciência e a ficção científica; promover uma discussão sobre o futuro da natureza humana, entre concepções tradicionais e pós-humanismos; aproximar do campo da media arte as relações os Corpos e as máquinas; analisar o conceito de Corpos culturais e trabalhar com o conceito de *Cyborgs* nas artes e na cultura.

- *Cyborg*: O humano, o não-humano, o pós-humano

- Corpos pós-humanos
- Corpos Culturais
- Os novos corpos da e na Arte
- Transhumanismo

Bibliografia

- Felinto, E. (2005). *A Religião das Máquinas. Ensaio sobre o Imaginário da Cibercultura*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Fukuyama, F. (2003). *Nosso Futuro Pós-Humano. Consequências da Revolução da Biotecnologia*. Rio de Janeiro: Ed. Rocco..
- Haraway, D. (2016). *Staying with the Trouble (Experimental Futures): Making Kin in the Chthulucene*. Durham and London: Duke University Press.
- Landgraf, Edgar. (2018). Improvisation, Posthumanism, and Agency in Art (Gerhard Richter Painting). In *Liminalities: A Journal of Performance Studies*. Vol. 14, No. 1.
- Santaella, L. (2003). *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus.
- Vicente, A. e Ferreira, H. (coord.). (2014). *Post-Screen: Device, Medium and Concept*. Lisboa: CIEBA-FBAUL.