

Tópicos de Estudos de Cultura II (2019-2020) (1º semestre)

“Paradigmas de Comunicação, Cultura e Cognição”

Docentes: Maria Clotilde Almeida e Nelson Pinheiro Gomes

Programa:

1. Conceitos, abordagens e entrosamentos da Cultura, Comunicação e Cognição
  - 1.1. Revisitação paradigmática de cultura e comunicação na atualidade
  - 1.2. Análise estratégica nas articulações entre comunicação e cultura
  - 1.3. Nexos entre cultura, cognição e comunicação à luz do paradigma cognitivo
  
2. A comunicação e cultura na rede global
  - 2.1. A análise cultural e da comunicação em perfis rizomáticos
  - 2.2. Influências da comunicação e cultura digitais no consumo
  - 2.3. Comunicação e cultura digitais em contextos urbanos
  
3. A comunicação multimodal na perspectiva cognitiva
  - 2.1 A comunicação política: análise multimodal de diversos suportes de texto-imagem
  - 2.2 A comunicação pela arte e cognição: experiência corporal e representação mental
  - 2.3 A comunicação organizacional pelo prisma das metáforas multimodais

Referências:

Canniford, Robin (2011). “A typology of consumption communities” in *Research in consumer Behavior*. Vol. 13, Bingley: Emerald, pp. 57–75.

Forceville, C. & Urios-Aparisi, E. (eds.) (2009), *Multimodal Metaphor*, Berlin: de Gruyter.

Goatly, A. (2007), *Washing the Brain. Metaphor and Hidden Ideology*, Amsterdam: J. Benjamins.

Greve, L. (2017), “Using metaphor as a management tool” In: *The Routledge Handbook of Metaphor and Language* (Semino, E. & Demjén, Z., ed.), London: Routledge, 400-412.

Hampe, B. (ed.) (2017), *Metaphor. Embodied Cognition and Discourse*, Cambridge /N.Y.: Cambridge University Press.

Holt, Douglas (2004). *How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding*, Boston: Harvard Business School Press.

Holt, Douglas e Cameron Douglas (2010). *Cultural Strategy: using innovative ideologies to build breakthrough brands*. Oxford: Oxford University Press.

Jones, R. et al. (ed.) (2015), *Discourse and Digital Practices. Doing Discourse Analysis in the Digital Age*, London: Routledge.

Lakoff, G. & Johnson, M. (1980/2003), *Metaphors we live by*, Chicago: The University of Chicago Press.

Musolff, A. (2017), "Metaphor and Persuasion in Politics" In: Semino, E. & Demjén, Z., ed., 309-322.

Turner, M. (ed.) (2006), *The Artful Mind. Cognitive Science and the Riddle of Human Creativity*, Oxford/N.Y.: Oxford University Press.

Volli, Ugo (2003). *Semiótica da Publicidade: a criação do texto publicitário*, Tradução de Maria Luísa Jacquinet, Lisboa: Edições 70.

Williams, Raymond (1961). "The analysis of Culture" in *The Long Revolution*, London: Chatto & Windus.