
Ano Letivo 2018-19

Unidade Curricular DISCURSO DOS MEDIA

Cursos CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (1.º ciclo)

Unidade Orgânica Escola Superior de Educação e Comunicação

Código da Unidade Curricular 14561518

Área Científica CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Sigla

Línguas de Aprendizagem

Principal: Português-PT

Complementares: Inglês-EN; Francês-FR; Espanhol-ES

Modalidade de ensino

Presencial

Docente Responsável

Ana Filipa Cristiano Cerol Santos Martins

| DOCENTE | TIPO DE AULA | TURMAS | TOTAL HORAS DE CONTACTO (*) |
|---|--------------|--------------|-----------------------------|
| Ana Filipa Cristiano Cerol Santos Martins | OT; T; TP | T1; TP1; OT1 | 15T; 30TP; 15OT |

* 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 |
|-----|---------------------------|-------------------|--------------------------|------|
| 2º | S2 | 15T; 30TP; 15OT | 168 | 6 |

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não se aplica

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

A unidade curricular de Discurso dos Media visa o desenvolvimento de competências de análise dos discursos produzidos nos contextos jornalístico, publicitário e de entretenimento, no sentido de:

Reconhecer e identificar os principais géneros de discurso nos media;

Reconhecer diferentes tipos de texto;

Reconhecer construções argumentativas e retóricas;

Compreender as dinâmicas sociais, simbólicas e ideológicas nas relações entre os diferentes meios de comunicação e os seus públicos;

Articular reflexões teóricas e capacidade crítica na análise de produtos mediáticos;

Utilizar de forma crítica diferentes fontes, recursos e ferramentas disponíveis.

Conteúdos programáticos

Informação, persuasão e entretenimento nos media - dos textos e seus contextos

-Os media como objeto de estudo do ponto de vista discursivo: contributos da retórica e teoria da argumentação, pragmática, análise de conteúdo, análise do discurso e análise crítica do discurso

-Verdade, objetividade e noticiabilidade nos media informativos

-A produção discursiva e de sentido nos vários géneros jornalísticos

-A informação, a opinião e o espetáculo no jornalismo televisivo

-O real e ficcional nos diferentes géneros audiovisuais

-A sedução como estratégia criativa e de persuasão na publicidade e no entretenimento

-A questão tecnológica na reconfiguração da produção dos discursos mediáticos

A perspetiva crítica na análise do discurso - da reflexão à prática

-Media e espaço público, ideologia e legitimação do poder

-Representações sociais e estereótipos nos media

-Metodologias e ferramentas na análise de textos e imagens jornalísticos, publicitários e ficcionais/lúdicos

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Ao longo do semestre, a exposição e a discussão de matérias são sempre complementadas com exercícios e atividades de aplicação de instrumentos de análise, desenvolvidos individualmente e em grupo e apresentados em aula. A avaliação global é obtida através da realização de um trabalho de investigação e análise de um objeto de estudo selecionado, desenvolvido ao longo do semestre individualmente e em grupo, o que inclui os seguintes momentos de avaliação:

1. Avaliação contínua, individual - 10%;
2. Ficha de leitura, individual - 30%;
3. Trabalho de investigação, de grupo - 50%;
4. Apresentação do trabalho de investigação, individual e de grupo - 10%.

Bibliografia principal

Bardin, L. (2007). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Ed.70

Dijk, T. (2005). *Discurso, Notícia e Ideologia. Estudos de Análise Crítica do Discurso*. Porto: Campo das Letras

Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. Londres: Edward Arnold

Fowler, R. (1998). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. Londres: Routledge

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge, EUA: MIT Press

Meyer, M. (1998). *Questões de Retórica. Linguagem, Razão e Sedução*. Lisboa: Ed.70

Pedro, M. (org.) (1997). *Análise Crítica do Discurso. Uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho

Ponte, C. (2004). *Leituras das Notícias. Contributos para uma análise do discurso jornalístico*. Lisboa: Livros Horizonte

Rebelo, J. (2000). *O Discurso do Jornal. O Como e o Porquê*. Lisboa: Ed.Notícias

Rodrigues, A. (1988). *O Campo dos Media. Discursividade, Narratividade, Máquinas*. Lisboa: Vega

Verón, E. (1993). *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Ed. Gedisa

Academic Year 2018-19

Course unit MEDIA DISCOURSE

Courses COMMUNICATION SCIENCES (1st Cycle)

Faculty / School Escola Superior de Educação e Comunicação

Main Scientific Area CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Acronym

Language of instruction
Main: Portuguese-PT
Additional: English-EN; French-FR; Spanish-ES

Teaching/Learning modality
Presential

Coordinating teacher Ana Filipa Cristiano Cerol Santos Martins

| Teaching staff | Type | Classes | Hours (*) |
|---|-----------|--------------|-----------------|
| Ana Filipa Cristiano Cerol Santos Martins | OT; T; TP | T1; TP1; OT1 | 15T; 30TP; 15OT |

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

Contact hours

| T | TP | PL | TC | S | E | OT | O | Total |
|----|----|----|----|---|---|----|---|-------|
| 15 | 30 | 0 | 0 | 0 | 0 | 15 | 0 | 168 |

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

Not applicable

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

The curricular unit of Media Discourse seeks to develop skills in the analysis of the journalistic, advertising discourses, in order to:

Recognize and identify the major genres in media discourses;

Recognize different types of text;

Recognize different argumentative and rhetorical constructions;

Understand the social, symbolic and ideological dynamics in the relations between media and their audiences;

Articulate theoretical reflections and critical perspectives on the analysis of media products;

Use critically different sources, resources and tools available.

Syllabus

Information, persuasion and entertainment in the media - the texts and their contexts

- Media as an object of study from the standpoint of discourses: rhetoric and argumentation theory, pragmatics, content analysis, discourse and critical discourse analysis
- Truth, objectivity and newsworthiness in the media
- The discursive production in the various journalistic genres
- Information, opinion and entertainment in television journalism
- The real and fictional in different television and film genres
- Seduction as a persuasive and creative strategy in advertising and entertainment
- Technology in the reconfiguration of the production of media discourses

The media field and mediation of experience - from reflection to analysis

- Social representations and stereotypes in journalism, advertising and entertainment
- Media, public space, ideology and legitimation of power
- Methods and tools for the analysis of journalistic, advertising and fictional/entertainment texts and images

Teaching methodologies (including evaluation)

Throughout the semester, the explanation and discussion of subjects are always complemented by exercises and activities of applying analytical tools, developed individually and in groups and presented in class. Continuous assessment and far-end evaluation will be done according to the following weightings:

1. Continuous assessment - individual evaluation (10%)
2. Recension - individual evaluation- 30%
3. Final research work - group evaluation (50%)
4. Presentation of the final work - individual and group evaluation (10%)

Main Bibliography

- Bardin, L. (2007). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Ed.70
- Dijk, T. (2005). *Discurso, Notícia e Ideologia. Estudos de Análise Crítica do Discurso*. Porto: Campo das Letras
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. Londres: Edward Arnold
- Fowler, R. (1998). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. Londres: Routledge
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge, EUA: MIT Press
- Meyer, M. (1998). *Questões de Retórica. Linguagem, Razão e Sedução*. Lisboa: Ed.70
- Pedro, M. (org.) (1997). *Análise Crítica do Discurso. Uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho
- Ponte, C. (2004). *Leituras das Notícias. Contributos para uma análise do discurso jornalístico*. Lisboa: Livros Horizonte
- Rebelo, J. (2000). *O Discurso do Jornal. O Como e o Porquê*. Lisboa: Ed.Notícias
- Rodrigues, A. (1988). *O Campo dos Media. Discursividade, Narratividade, Máquinas*. Lisboa: Vega
- Verón, E. (1993). *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Ed. Gedisa