UAlg
UNIVERSIDADE DO ALGARVE

English version at the end of this document

Ano Letivo	2017-18
Unidade Curricular	SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO
Cursos	CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (1.º ciclo)
Unidade Orgânica	Escola Superior de Educação e Comunicação
Código da Unidade Curricular	14561519
Área Científica	SOCIOLOGIA
Sigla	
Línguas de Aprendizagem	Língua portuguesa.
Modalidade de ensino	Presencial.
Docente Responsável	Paulo Jorge de Almeida Falcão Alves

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Paulo Jorge de Almeida Falcão Alves	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 requer conhecimentos prévios.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

A Sociologia da Comunicação é uma unidade curricular que pretende desenvolver e capacitar os alunos para a análise e compreensão da comunicação enquanto fenómeno social, facultando-lhe, para tal, instrumentos conceptuais.

- Dominar conceitos fundamentais da Sociologia.

- Desenvolver o pensamento sociológico reflexivo e crítico.

- Compreender a importância do estudo dos *mass media* pela Sociologia.

- Compreender o papel dos *mass media* na construção da realidade social.

- Despertar para a problemática da comunicação social.

- Ser capaz de trabalhar em grupo/equipa.

- Saber utilizar os saberes específicos da Sociologia na análise dos meios

de comunicação social.

- Problematizar o impacto dos *mass media* na sociedade atual.

Conteúdos programáticos

1.Sociologia

1.1. A emergência da sociologia como disciplina científica

1.1.2. A sociologia e as outras Ciências Sociais

1.2. Contributos dos fundadores clássicos do pensamento sociológico: Comte, Marx, Durkheim e Weber

2. Sociologia da Comunicação

2.1. Teorias dos media

2.2. Comunicação de massas e cultura

2.3. Sociedade digital

3. Sociedade contemporânea

3.1. Impactos sociais: novos hábitos e comportamentos

3.2. A esfera pública digital

3.3. Privacidade e legitimação do poder

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

- Exposição teórica e debate de ideias. Trabalhos de grupo sobre textos e/ou temas do programa. Sessões com a participação de entidades convidadas

O processo de avaliação apresenta três momentos:

I. Trabalho individual de um texto sobre cada um dos principais temas do programa: 25%

II. Apresentação, em grupo, de um ensaio sobre determinado ponto/tema da matéria: 15% III. Exame final (sem consulta): 50%

III. Participação nas aulas e assiduidade: 10%

Classificação final: 25% + 15% + 50% + 10% = 100%

Bibliografia principal

Castells, M. (2007b). A Galáxia Internet. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Cruz, Manuel B. (1989). Teorias Sociológicas. Os Fundadores e os Clássicos. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian

Esteves, João P. (2011). Sociologia da Comunicação. Lisboa: Gulbenkian.

McQuail, D. (2003). Teoria da Comunicação de Massas. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Lyotard, Jean-F. (2003). A Condição Pós-Moderna, (3ª Ed). Lisboa: Gradiva.

Rheingold, H. (2000). The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Massachusetts: MIT Press.

Shapiro, Andrew L. (1999). The Control Revolution. Nova Yorque: Public Affairs.

Thompson, John B. (1995). The Media and Modernity - A Social Theory of the Media. Califórnia: Stanford University.

Turkle, S. (1995). Life on the Screen. New York: Simon & Schuster Paperbacks.

Kerckhove, Derrick D. (1995). A Pele da Cultura. Lisboa: Relógio D´Água Editore

Academic Year	2017-18
Course unit	SOCIOLOGY OF COMMUNICATION
Courses	COMMUNICATION SCIENCES (1st Cycle)
Faculty / School	Escola Superior de Educação e Comunicação
Main Scientific Area	SOCIOLOGIA
Acronym	
Language of instruction	Portuguese.
Teaching/Learning modality	Attendance
Coordinating teacher	Paulo Jorge de Almeida Falcão Alves

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Paulo Jorge de Almeida Falcão Alves	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

Does not require previous knowledge.

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

The sociology of communication is a curricular unit that intends to develop and empower students to the analysis and understanding of communication as a social phenomenon and provide it to conceptual instruments.

- Mastering fundamental concepts of sociology.

-Develop the reflective sociological and critical thinking.

-Understand the importance of the study of mass media by Sociology.

-Understanding the role of mass media in the construction of social reality.

-Awakening to the problems of social communication.

-Be able to work in group/team.

-Learn to use specific knowledge of sociology in analyzing social media.

-Discussing the impact of mass media on society.

Syllabus

1. Sociology

1.1. The emergence of sociology as a scientific discipline

1.1.2. Sociology and other social sciences

1.2. Contributions of the founders thought sociological classics: Comte, Marx, Durkheim and Weber

2. Sociology of communication

2.1. media theories

2.2. Mass communication and culture

2.3. Digital society

3. Contemporary Society

3.1. Social impacts: new habits and behaviors

3.2. The digital public sphere

3.3. Privacy and legitimacy of power

Teaching methodologies (including evaluation)

-Theoretical Exposition and discussion of ideas. Group work on texts and/or themes of the program. Sessions with the participation of invited entities.

The evaluation process has three phases:

1. Individual work of a text on each of the main themes of the programme: 25%
2. Presentation, in group, of an essay on point/theme of matter: 15%
3. Final exam (without consultation): 50%

Class participation and attendance: 10%

Final ranking: 25% + 15% + 50% + 10% = 100%

Main Bibliography

Castells, M. (2007b). A Galáxia Internet. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Cruz, Manuel B. (1989). Teorias Sociológicas. Os Fundadores e os Clássicos. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian

Esteves, João P. (2011). Sociologia da Comunicação. Lisboa: Gulbenkian.

McQuail, D. (2003). Teoria da Comunicação de Massas. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Lyotard, Jean-F. (2003). A Condição Pós-Moderna, (3ª Ed). Lisboa: Gradiva.

Rheingold, H. (2000). The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Massachusetts: MIT Press.

Shapiro, Andrew L. (1999). The Control Revolution. Nova Yorque: Public Affairs.

Thompson, John B. (1995). The Media and Modernity - A Social Theory of the Media. Califórnia: Stanford University.

Turkle, S. (1995). Life on the Screen. New York: Simon & Schuster Paperbacks.

Kerckhove, Derrick D. (1995). A Pele da Cultura. Lisboa: Relógio D´Água Edito