
Ano Letivo 2019-20

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

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos programáticos procuram introduzir os alunos na análise sociológica da comunicação, dotando-os de um conjunto de instrumentos conceptuais que lhes permitam enquanto futuros profissionais compreender o papel da comunicação de massas nas sociedades contemporâneas.

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

A avaliação consiste em duas componentes: (i) um trabalho de grupo, com apresentação escrita/oral do mesmo (50% na nota final) e (ii) um teste escrito individual (50% da nota final). Todos os alunos que tirarem nota inferior a 7 (sete) valores no teste escrito terão que ir obrigatoriamente a exame.

No caso dos trabalhadores-estudantes, a avaliação consistirá num teste individual/escrito (100% da nota final).

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

As metodologias utilizadas vão ao encontro dos objetivos da UC: exposição teórica dos conteúdos, leitura e debate de textos sobre as problemáticas abordadas, no sentido de promover a reflexão e a capacidade crítica sobre a realidade social e, simultaneamente, desenvolver nos alunos competências de comunicação oral e de trabalho em equipa.

Desta forma, pretende-se atingir o objetivo enunciado de capacitar os futuros profissionais de comunicação para a análise e compreensão social da comunicação bem como, a uma postura de reflexão crítica sobre o seu papel nas sociedades pós-modernas.

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.
- Liotard, 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 York: 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 2019-20

Course unit SOCIOLOGY OF COMMUNICATION

Courses COMMUNICATION SCIENCES (1st Cycle)

Faculty / School SCHOOL OF EDUCATION AND COMMUNICATION

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

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

The syllabus seek to introduce students in sociological analysis of communication, giving them a set of conceptual tools that enable them to as future professionals understand the role of the mass communication in contemporary society.

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 consists of two components: (i) a poster presentation (50% of the final grade) and (ii) an individual written test (50% of the final grade).

All students who score less than 7 (seven) values in the written test will have to go to exam.

For working students, the evaluation will consist on individual written test (100% of the final grade).

Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

The methodologies used will meet the goals of the UC: theoretical content display, reading and discussion of texts on the issues addressed, in order to promote reflection and criticism about the social reality and, simultaneously, develop in students oral communication skills and teamwork.

In this way, we intend to achieve the stated goal of training future media professionals for the analysis and understanding of communication as well as a commitment to critical reflection on their role in postmodern societies.

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.

Liotard, 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 York: 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 Editio