

Unidade Curricular	Sociologia dos Media	Área Científica	Sociologia				
Licenciatura em	Comunicação e Jornalismo	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela				
Ano Letivo	2022/2023	Ano Curricular	2	Nível	1-2	Créditos ECTS	6.0
Tipo	Semestral	Semestre	1	Código	9662-657-2105-00-22		
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 60 PL - TC - S - E - OT - O -				

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutórica; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Alexandre Jose Parafita Correia

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Perceber a importância do conhecimento sociológico sobre a comunicação
2. Identificar o papel da comunicação e dos media na constituição do espaço público
3. Analisar os diferentes estudos que acompanham o devir e a fragmentação da esfera pública e compreender o seu reflexo no espaço público atual
4. Ter uma visão crítica sobre o papel dos media no desenvolvimento social
5. Saber analisar a evolução dos produtos mediáticos na sociedade
6. Perceber a ligação entre a comunicação e a democracia

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não aplicável

Conteúdo da unidade curricular

Definição do objeto da Sociologia dos Media; Cultura e Sociedade de Massas; A comunicação e o espaço público; A problemática dos efeitos da comunicação; A sociedade em rede na era da internet.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Definição do objeto da Sociologia dos Media
 - A comunicação como processo de socialização
 - Dos primórdios aos media de massas
2. Cultura e Sociedade de Massas
 - O conceito de "massas"
 - A comunicação de massas e a cultura
 - Críticas da cultura de massas
3. A comunicação e o espaço público
 - A constituição do espaço público moderno
 - Habermas e o espaço público
 - Os novos espaços públicos autónomos
 - Os novos media e o espaço público
4. A problemática dos efeitos da comunicação
 - Os processos de opinião pública
 - Dos efeitos ilimitados (teoria hipodérmica) aos efeitos limitados (teoria empírica de campo)
 - Teoria de "agenda-setting"
5. A sociedade em rede na era da internet
 - O ciberespaço e as comunidades virtuais
 - Comunicação e democracia

Bibliografia recomendada

1. Castells, Manuel. (2003). A Galáxia da Internet. Zahar. ISBN: 9788537814802
2. Esteves, Pissarra. (2004). O Espaço Público e os Media. Edições Colibri. ISBN: 9789727724451
3. McQuail, Denis. (2013). Teorias da Comunicação de Massa. Penso (6ª edição). ISBN: 9788565848275
4. Parafita, Alexandre (2012). Antropologia da Comunicação, Âncora Editora. ISBN: 9789727803491
5. Rieffel, Rémy. (2004). Sociologia dos Media. Porto Editora. ISBN: 9789720452535

Métodos de ensino e de aprendizagem

Exposição dos conteúdos e discussão sobre os mesmos. Análise crítica de textos.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Prova Intercalar Escrita - 60%
 - Trabalhos Práticos - 40%
2. Avaliação de recurso e especial - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%
3. Alunos em Mobilidade - (Ordinário) (Final, Recurso, Especial)
 - Trabalhos Práticos - 100%

Língua em que é ministrada

Português

Validação Eletrónica

Alexandre Jose Parafita Correia	Manuela Dolores Ferreira Carneiro	Carlos Sousa Casimiro da Costa	Luisa Margarida Barata Lopes
11-10-2022	12-10-2022	12-10-2022	16-10-2022