



Código: 201340000	SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO E DO CONSUMO	Tipo de Unidade Curricular Obrigatória	
Ano Lectivo 2013-2014	Curso: Licenciatura em Design	Ciclo Estudos: 1º <input checked="" type="checkbox"/> 2º <input type="checkbox"/> 3º <input type="checkbox"/>	
Créditos: 3,5 ECTS	Idioma leccionado <input checked="" type="checkbox"/> Português <input type="checkbox"/> Inglês <input type="checkbox"/> Outro idioma	Ano Curricular: 1º <input type="checkbox"/> 2º <input checked="" type="checkbox"/> 3º <input type="checkbox"/> 4º <input type="checkbox"/> 5º <input type="checkbox"/>	
Área Científica: <input type="checkbox"/> Arq. ^a <input type="checkbox"/> Urb. ^o <input type="checkbox"/> Design <input type="checkbox"/> DCV <input checked="" type="checkbox"/> CST <input type="checkbox"/> TAUD <input type="checkbox"/> HTAUD		Anual: <input type="checkbox"/>	Semestral: 1º <input type="checkbox"/> 2º <input checked="" type="checkbox"/>
Pré-requisitos: Sim <input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/>	Não existem pré-requisitos para esta unidade curricular		Trimestral: 1º <input type="checkbox"/> 2º <input type="checkbox"/> 3º <input type="checkbox"/>

Docente(s) Responsável(eis)pela U.C.

Maria Manuela Mendes		
Categoria:	Email: mamendes@fa.utl.pt	URL: www.fa.utl.pt
Categoria:	Email:	URL:

Docente(s) da U.C.

Categoria:	Email:	URL: www.fa.utl.pt
Categoria:	Email:	URL:
Categoria:	Email:	URL:
Categoria:	Email:	URL:

Horas de Contacto:

Teóricas:	Práticas:	Teórico-Práticas:	Laboratoriais:	Seminários:	Tutoriais:	Outras:	Total Horas de Contacto:
3,0 H	0,0 H	0,0 H	0,0 H	0,0 H	0,0 H	0,0 H	3,0 Horas

Estimativa de Horas Totais de Trabalho:

Inclui o total de horas de contacto mais as horas extra dedicadas à unidade curricular.	Horas Totais de Trabalho: 98,0 Horas
---	--------------------------------------

Objectivos (tópicos) limite 900 caracteres

- Dar a conhecer, numa perspetiva sociológica, as principais propostas teórico metodológicas de análise dos fenómenos comunicacionais e ligados ao consumo.
- Estimular a capacidade de problematização, discussão e debate de algumas temáticas particularmente relevantes no contexto das sociedades pluri e multi culturais.

Conteúdos Programáticos / Programa limite 1500 caracteres

- I. A Sociologia como Ciência
 - 1.1. Perspetiva sociológica na actualidade.
 - 1.2. Alguns conceitos básicos em Sociologia.
- II. Análise das sociedades contemporâneas (portuguesa e europeia): principais continuidades e mudanças.



III. Consumo, estilos de vida e teorias da mudança social contemporânea

1.A cultura e o consumo

2. Fordismo e pós-fordismo.
3. Globalização. Reflexividade. Esteticização. Individualização.
4. Questões conceptuais e metodológicas da abordagem sociológica do consumo e estilos de vida.
 - 4.1. Teorias do consumo: A "massificação do consumo" e mercadorização da cultura.
A "sociedade de consumo" e a ideia de "valor-signo". Distinção e "habitus". A "mcdonaldização" da sociedade
 - 4.2. O consumo do turismo
 - 4.3.O consumo de tecnologia: espaço doméstico e estilos de vida.
 - 4.4. Consumo e cidadania: o consumo como eixo organizador da economia e da sociedade.

IV. A comunicação e o Espaço Público

1.O Público e o Privado nas sociedades modernas (diferenciação e articulação)

2.A estrutura da comunicação de massa - sistemas de propriedade, tecnologia e processos de recepção

3. O poder dos mass media.
4. O Impacto social da e-comunicação.
5. A Problemática dos Efeitos da Comunicação
- 6.Theoria de «agenda-setting» - a opinião pública na base critérios psicológicos de atenção

Competências a adquirir pelo discente (tópicos) limite 3000 caracteres

Desenvolver competências de análise e reflexão críticas relativamente a problemáticas que marcam as sociedades contemporâneas em geral, e a sociedade portuguesa contemporânea, em particular.

BibliografiaPrincipal limite 3000 caracteres

- Appadurai, Arjun (2004), Dimensões culturais da globalização: a modernidade sem peias, Lisboa, Teorema.
- Baudrillard, Jean (2010), A Sociedade de Consumo, Lisboa, Ed. 70.
- Bauman, Zygmunt (2003), Trabajo, consumismo y nuevos pobres, Gedisa editorial, Barcelona.
- Bauman, Zygmunt (2007), Vida de Consumo, Fondo de Cultura Económica de Espanha, Madrid.
- Bitti, Pio Ricci (s.d.), A comunicação como processo social, Lisboa, Ed. Estampa.
- Chaney, D. (1996), Lifestyles, London, Routledge.
- Costa, António Firmino da (1992), Sociologia, Lisboa, Difusão Cultural.
- Esteves, J. Pissarra (Org.) (2002), Comunicação e Sociedade, Lisboa, Livros Horizonte.
- Habermas (1991), J., The Structural Transformation of the Public Sphere, Cambridge/Mass., The MIT Press.
- Falk, P. & Campbell, C. (eds.), (1997), The Shopping Experience, London, Sage
- Featherstone, M. (1991), Consumer Culture and Postmodernism, London, Sage.(Tradução brasileira Studio Nobel).
- Miles, Steven (2010), Spaces for Consumption, London, SAGE Publications.
- Ransome, P. (2005), Work, Consumption & Culture: Affluence and Social Change in the Twenty-First Century, London: Sage.
- Ritzer, G. (2004), The Macdonaldization of Society: Revised New Century Edition, Thousand Oaks, Sage.
- Ritzer, G. (2005), Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption, Thousand Oaks, Pine Forge Press.
- Sennett, Richard (1978), El declive del hombre publico, Barcelona, Ediciones Península.
- Urry, J. (1990), The Tourist Gaze, London, Sage.

Bibliografia Complementar limite 3000 caracteres

- Crane, Diana (ed.) (1994), The Sociology of Culture, Oxford, Blackwell.
- Judt, Tony (2010), Um tratado sobre os nossos descontentamentos, Lisboa, Ed. 70.
- Saperas, E. (1993), Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massa, Porto, Asa.
-



Avaliação (elementos e critérios) limite 900 caracteres

Opção 1

1 teste escrito + assiduidade, pontualidade e participação nas aulas através da realização de pequenos trabalhos de grupo ou individuais, comentários escritos, redacção de respostas a algumas questões relacionadas com a matéria leccionada (70,0%) + um trabalho de análise crítica de um texto (30,0%).

Opção 2

1 teste escrito + assiduidade, pontualidade e participação nas aulas através da realização de pequenos trabalhos de grupo ou individuais, comentários escritos, redacção de respostas a algumas questões relacionadas com a matéria leccionada (50,0%) + um trabalho de investigação (50,0%).

Data de actualização

Última actualização em: quinta-feira, 1 de Agosto de 2013



Code: 201340000	SOCIOLOGY OF COMMUNICATION AND CONSUMPTION	Curricular Unit Type Compulsory
Academic Year 2013-2014	Degree: Degree in Design	Cycle of Studies: 1° <input checked="" type="checkbox"/> 2° <input type="checkbox"/> 3° <input type="checkbox"/>
Unit Credits: 3,5 ECTS	Lecture Language <input checked="" type="checkbox"/> Portuguese <input type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Specify Other language	Curricular Year: 1° <input type="checkbox"/> 2° <input checked="" type="checkbox"/> 3° <input type="checkbox"/> 4° <input type="checkbox"/> 5° <input type="checkbox"/>
Scientific Area: <input type="checkbox"/> Archit. <input type="checkbox"/> Urban. PI <input type="checkbox"/> Design <input type="checkbox"/> DCV <input checked="" type="checkbox"/> CST <input type="checkbox"/> TAUD <input type="checkbox"/> HTAUD		Annual: <input type="checkbox"/> Semester: 1° <input type="checkbox"/> 2° <input checked="" type="checkbox"/>
Prerequisites: Yes <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	There are no prerequisites for this curricular unit	Trimester: 1° <input type="checkbox"/> 2° <input type="checkbox"/> 3° <input type="checkbox"/>

Responsible Professor(s)

Maria Manuela Mendes		
Rank:	Email: mamendes@fa.utl.pt	URL: www.fa.utl.pt
Rank:	Email:	URL:

Lecture(s)

Rank:	Email:	URL: www.fa.utl.pt
Rank:	Email:	URL:
Rank:	Email:	URL:
Rank:	Email:	URL:

Contact Hours:

Lectures:	Practical:	Lectures-Practical:	Laboratory:	Seminary:	Tutorials:	Others:	Total Contact Hours:
3,0 H	0,0 H	0,0 H	0,0 H	0,0H	0,0 H	0,0 H	3,0 Hours

Estimated Workload

Includes the total contact hours plus overtime devoted to the course unit

Total Workload: 98,0 Hours

Goals (topics) limit 900 characters

<ul style="list-style-type: none"> To present, in a sociological perspective, the main methodological and theoretical tools in order to analyze communication and consumption phenomenon. Encourage the capacity to questioning, discussion and debate some issues particularly relevant in the context of plural and multi cultural societies
--

Programmatic contents / Programme limit 1500 characters

<input type="checkbox"/> I. Sociology as Science 1.1. Sociological perspective in actual times.. 1.2. Some basic concepts in sociology.



II. Analysis of contemporary societies (Portuguese and European): major changes and continuities.

III. Consumption, lifestyles and contemporary theories of social change

1. A culture and consumption

2. Fordism and post-Fordism.

3. Globalization. Reflexivity. Aestheticization. Individualization.

4. Conceptual and methodological issues in sociological consumption and lifestyles.

4.1. Theories of consumption: The "mass consumption" and commodification of culture.

The "consumer society" and the idea of "sign-value". Distinction and "habitus". The "McDonaldization" of society

4.2. The tourism consumption

4.3. The consumer technology: domestic space and lifestyles.

4.4. Consumption and citizenship: consumption as the organizing axis of the economy and society.

IV. Communication and Public Space

1. The Public and Private in modern societies (differentiation and articulation)

2. The structure of mass communication - property systems, technology and processes receiving

3. The power of the media.

4. The social impact of e-communication.

5. The effects of communication.

6. The 'agenda-setting' theory - public opinion based on psychological criteria for attention

Competencies to be acquired by students (topics) limit 3000 characters

Develop skills of analysis and critical reflection regarding issues that affect contemporary societies in general and contemporary Portuguese society in particular.

Main Bibliography limit 3000 characters

- Appadurai, Arjun (2004), Dimensões culturais da globalização: a modernidade sem peias, Lisboa, Teorema.
- Baudrillard, Jean (2010), A Sociedade de Consumo, Lisboa, Ed. 70.
- Bauman, Zygmunt (2003), Trabajo, consumismo y nuevos pobres, Gedisa editorial, Barcelona.
- Bauman, Zygmunt (2007), Vida de Consumo, Fondo de Cultura Económica de Espanha, Madrid.
- Bitti, Pio Ricci (s.d.), A comunicação como processo social, Lisboa, Ed. Estampa.
- Chaney, D. (1996), Lifestyles, London, Routledge.
- Costa, António Firmino da (1992), Sociologia, Lisboa, Difusão Cultural.
- Esteves, J. Pissarra (Org.) (2002), Comunicação e Sociedade, Lisboa, Livros Horizonte.
- Habermas (1991), J., The Structural Transformation of the Public Sphere, Cambridge/Mass., The MIT Press.
- Falk, P. & Campbell, C. (eds.), (1997), The Shopping Experience, London, Sage
- Featherstone, M. (1991), Consumer Culture and Postmodernism, London, Sage. (Tradução brasileira Studio Nobel).
- Miles, Steven (2010), Spaces for Consumption, London, SAGE Publications.
- Ransome, P. (2005), Work, Consumption & Culture: Affluence and Social Change in the Twenty-First Century, London: Sage.
- Ritzer, G. (2004), The Macdonaldization of Society: Revised New Century Edition, Thousand Oaks, Sage.
- Ritzer, G. (2005), Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption, Thousand Oaks, Pine Forge Press.
- Sennett, Richard (1978), El declive del hombre publico, Barcelona, Ediciones Península.
- Urry, J. (1990), The Tourist Gaze, London, Sage.

Additional Bibliography limit 3000 characters

- Crane, Diana (ed.) (1994), The Sociology of Culture, Oxford, Blackwell.
- Judt, Tony (2010), Um tratado sobre os nossos descontentamentos, Lisboa, Ed. 70.
- Saperas, E. (1993), Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massa, Porto, Asa.
-

Assessment limit 900 characters

Option 1

1 written test + attendance, punctuality and participation in class by conducting small group work or individual, written comments, writing answers to some questions (70.0%) + a work of critical analysis of a text (30.0%).



Option 2

1 written test + attendance, punctuality and participation in class by conducting small group work or individual, written comments, writing answers to some questions (50.0%) + a research essay (50.0%).

Last updated

Last updated on: Thursday, 1 August 2013