



1. UNIDADE CURRICULAR (COM ECTS)

CURRICULAR UNIT (WITH ECTS)

MEDIA, SOCIEDADE E CULTURA

6 ECTS

MEDIA, SOCIETY & CULTURE

2. DESIGNAÇÃO DO CICLO DE ESTUDOS EM QUE SE INSERE A UNIDADE CURRICULAR (COM SEMESTRE E ANO LETIVO)

STUDY CYCLE TO WHICH THE CURRICULAR UNIT BELONGS (WITH ACADEMIC SEMESTER AND SCHOLAR YEAR)

Mestrado em Ciências da Comunicação / 1.º Semestre / 2023-2024

Master in Communication Studies / 1st Semester / 2023-2024

3. DOCENTE(S) DA UNIDADE CURRICULAR

ACADEMIC STAFF

Nelson Ribeiro

Catarina Duff Burnay

Catarina Valdigem

4. CARGA LECTIVA NA UNIDADE CURRICULAR

LECTURING HOURS IN THE CURRICULAR UNIT

3 horas/semana (Total: 24 horas)

3 hours/week (Total: 24 hours)

5. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES)

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT

Pretende-se que os alunos:

- desenvolvam um espírito reflexivo e crítico sobre e a partir de temas e autores fundamentais nos estudos de comunicação;
- compreendam a centralidade dos media na produção cultural;
- adquiram uma compreensão extensiva da multiplicidade de perspetivas existentes no que se refere à interação entre os media, a sociedade e a cultura.

It is intended that students:

- *develop skills of critical thinking on topics central to communication studies;*
- *understand the centrality of the media in cultural production;*



- *acquire an extensive understanding of multiple perspectives regarding the interaction between media, society and culture.*

6. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

SYLLABUS

1. Media e Modernidade

- 1.1. A centralidade dos media nas sociedades modernas e pós-modernas

2. Mediação e Reprodução Cultural

- 2.1. Os campos sociais de produção e consumo cultural
- 2.2. Compreender os campos de produção e receção
- 2.3. A produção cultural de larga escala e o funcionamento do mercado: o caso dos media

3. Media e Tecnologia

- 3.1. “Destruição criativa” e “media change”
- 3.2. Utopias da internet: entendimento global e disseminação da democracia

4. Media e Globalização

- 4.1. Conteúdos locais, globais e glocais
- 4.2. Homogeneização versus hibridização cultural
- 4.3. Os Mercados mediáticos: fluxos e contra fluxos

5. Media e Representações

- 5.1. Cinema, Audiovisual e Espaços digitais
 - 5.1.1. Narrativas mediatizadas
 - 5.1.2. Apresentações e Construções
 - 5.1.3. Estudos de Caso

1. Media and Modernity

- 1.1. *The centrality of the media in modern and post-modern societies*

2. Mediation and Cultural Reproduction

- 2.1. *Social fields of cultural production and consumption*
- 2.2. *Understanding the fields of production and reception*
- 2.3. *The field of large-scale production and the rules of the market: the case of the media*

3. Media and Technology

- 3.1. *“Creative destruction” and “media change”*
- 3.2. *Internet utopias: global understanding and the dissemination of democracy*



4. *Media and Globalization*

- 4.1. *Local, global and glocal content*
- 4.2. *Cultural homogenization versus hybridization*
- 4.3. *Media Markets: flows and counter flows*

5. *Media and Representations*

- 5.1. *Cinema, Audiovisual and Digital Spaces*
 - 5.1.1. *Mediatization of Narratives*
 - 5.1.2. *Presentation and Creation*
 - 5.1.3. *Case Studies*

7. METODOLOGIA DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA) TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION)

As aulas serão teórico-práticas. Os alunos serão incentivados a discutir textos, cujas leituras serão recomendadas ao longo do semestre, e a participar ativamente.

Elemento de avaliação	% da classificação final
Recensão crítica de um artigo científico	45%
<i>Take Home</i>	45%
Participação e assiduidade	10%
Total	100%

Qualquer evidência de plágio será punida com a atribuição de zero ao elemento de avaliação que tenha utilizado indevidamente textos de terceiros.

The classes will be theoretical-practical. Students will be encouraged to discuss texts, whose readings will be recommended throughout the semester, and to actively participate.

Assessment component	% of final mark
<i>Critical review of a scientific paper</i>	45%
<i>Take home</i>	45%
<i>Participation and class attendance</i>	10%
Total	100%

Any evidence of plagiarism is a disciplinary offense and will result in a penalty. A mark of zero (0) will be awarded for the assignment.



8. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

MAIN BIBLIOGRAPHY

- Appadurai, Arjun (2004). *Dimensões Culturais da Globalização. A modernidade sem peias*. Lisboa: Teorema.
- Barker, Chris (2005), *Television, Globalization and Cultural Identities*. New York: Open University Press.
- (1997) *Global Television. An Introduction*, Great Britain: Blackwell Publishers.
- (1999). *Globalização. As Consequências Humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Bhabha, Homi (2007) *O Local da Cultura*. Belo Horizonte: UFMG.
- Bourdieu, Pierre (1993). *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity Press.
- Bolin, Goran (2011). *Value and the Media*. Surrey: Ashgate.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge, Massachusetts, London, England: The MIT Press.
- Bruns, Axel (2008) *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Prodosage*. New York: Peter Lang.
- Chalaby, Jean (2005). *Transnational Television Worldwide. Towards a new media order*. New York: I.B. Taurus.
- Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media & Society*, 10, 373-391.
- Curran, James; Fenton, Natalie; Freedman, Des (2012). *Misunderstanding the Internet*. London: Routledge.
- Dines, Gail, Humez, Jean M. (eds.) (2011). *Gender, Race and Class in Media. A Critical Reader*. London: Sage.
- Durham, M. G., & Kellner, D. M. (2006). *Media and Cultural Studies KeyWorks*. Malden, Oxford and Victoria: Blackwell Publishing Ltd.
- Featherstone, Mike. (1990). *Cultura Global. Nacionalismo, Globalização e Modernidade*. Petrópolis: Editora Vozes.
- (1995) *O Desmanche da Cultura. Globalização, Pós-Modernismo e Identidade*. São Paulo: Cidade Aberta.
- Flew, Terry (2007). *Understanding Global Media*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Gauntlett, David (2008) *Media, Gender and Identity: an introduction*. New York: Routledge.
- Hall, Stuart (1993). "Encoding, Decoding", in During, Simon (ed.), *The Cultural Studies Reader*, London and New York: Routledge.



- Moran, Albert (2009). *New Flows in Global TV*. Chicago: Intellect Books.
- O'Sullivan, John e Fortunati, Leopoldina (2021). "Media Convergence", in Gabriele Balbi, Nelson Ribeiro, Valerie Schäfer e Christian Schwarzenegger (eds.), *Digital Roots: Historicizing Media and Communication Concepts of the Digital Age*. Berlin and Boston: De Gruyter.
- Ribeiro, Nelson (2015). "The Discourse on New Media: Between Utopia and Disruption", in S. Kinnebrock, T. Birkner e C. Schwarzenegger (eds.), *Theorien des Medienwandels*. Köln: Herbert von Halem, pp. 77-96.
- Silverstone, R. (2005) 'Mediation and Communication'. in C. Calhoun, C. Rojek and B. Turner (eds) *The International Handbook of Sociology*. London: Sage, 188–207.
- Sinclair, John (2000) Geolinguistic Region as Global Space. The case of Latin America. In Wang, Georgette, Servaes, Jan, Goonasekera, Anura (eds.) (2000). *The New Communications Landscapes. Demystifying Media Globalization*. London: Routledge. pp. 19-32.
- Wu, Tim (2010). *The Master Switch. The Rise and Fall of Information Empires*. London: Atlantic Books.
- Tomlinson, J. (1991). *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*: The Johns Hopkins University Press.
- Thompson, John (1995). *The Media and Modernity*. New York: Stanford University Press.
- Thussu, Daya Kishan (2007) *Media on the Move. Global flow and contra-flow*. London and New York: Routledge.
- Varis, Tapio (1985). *International flow of television programming*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000068746>
- Varis, Tapio, Nordenstreng, Kaarle (1974). *Television traffic-a one way street? A survey and analysis of the international flow of television programme material*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000007560>
- Waisbord, Silvio. (2004). "McTV: Understanding the global popularity of television formats", *Television and New Media* 5 (4): 359-383.