



FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

201312038 - SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO E DO CONSUMO

Tipo

Obrigatória

Ano lectivo

2022/23

Curso

Lic Design

Ciclo de estudos

1º

Créditos

3.50 ECTS

Idiomas

Português ,Inglês

Periodicidade

semestral

Pré requisitos

Ano Curricular / Semestre

2º / 2º

Área Disciplinar

Ciências Sociais e do Território

Horas de contacto (semanais)

Teóricas	Práticas	Teórico práticas	Laboratoriais	Seminários	Tutoriais	Outras	Total
3.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00

Total Horas da UC (Semestrais)

Total Horas de Contacto

42.00

Horas totais de Trabalho

98.00

Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

Maria Teresa Salgueiro Vasconcelos e Sá

Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

Maria Teresa Salgueiro Vasconcelos e Sá 0.00 horas

Elisabete Caldeira Neto Tomaz 3.00 horas

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

Estimular a capacidade de problematização e discussão de algumas temáticas particularmente relevantes no contexto das sociedades contemporâneas, nomeadamente, as transformações tecnológicas e as dinâmicas da globalização.

Dar a conhecer, de uma perspetiva sociológica, as principais propostas teórico-metodológicas de análise dos fenómenos comunicacionais.

Apresentar as principais abordagens sociológicas no estudo do consumo de forma a contribuir para a compreensão das práticas e processos de consumo, estilos de vida e cultura.

Refletir sobre a relação entre a pesquisa social e as práticas do design.

Conteúdos Programáticos / Programa

1. Introdução à sociologia, problemas e práticas.
2. Análise das sociedades contemporâneas: grandes mudanças e continuidades
3. Comunicação e sociedade
4. Questões conceptuais e metodológicas sobre consumo e estilos de vida
5. Investigação e prática em Design e Sociologia

3.

1.

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

O objetivo é dar a conhecer as principais propostas teóricas e metodológicas que permitam ler e interpretar criticamente as questões ligadas à comunicação e ao consumo, relevantes para a compreensão da contemporaneidade.

Abordar a comunicação e o consumo enquanto fenómenos sociais, é perceber como estes se constituem e são constituintes da sociedade, de que modo integram e configuram processos, práticas e representações de carácter político, económico, tecnológico e sociocultural.

Importa, também, demonstrar a relevância da pesquisa sociológica para a investigação e práticas de design e refletir sobre o significado contemporâneo do design, o papel dos seus profissionais e os efeitos e a aplicação do seu trabalho na resposta aos complexos processos de mudança social e cultural.

Pretende-se que os conteúdos ensinados e as abordagens utilizadas contribuam para a resolução de problemas e a colocação de novas questões, mas também para o desenvolvimento de novos produtos e serviços de design.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Nesta unidade curricular adota-se várias estratégias, sendo que a aprendizagem beneficia da articulação entre a exposição dos conteúdos programáticos em sala de aula; a análise de artigos de natureza científica, artigos em jornais e redes sociais; material audiovisual, etc.; e a realização dos trabalhos individuais e de grupo.

Avaliação

A classificação final na unidade curricular é calculada a partir da média ponderada das classificações obtidas em cada uma das componentes de avaliação:

- Participação nas dinâmicas de sala de aula, através da leitura e discussão dos textos propostos: 15%
- Elaboração de um trabalho individual: 45%
- Apresentação escrita e oral de um trabalho de grupo: 40%

Para além da participação, a assiduidade é um fator de ponderação na avaliação contínua.

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

As metodologias de ensino e de avaliação adotadas pretendem fomentar nos alunos o desenvolvimento de competências ao nível da leitura, pesquisa e escrita científica com vista ao desenvolvimento de perspetivas analíticas e críticas sobre os fenómenos socioculturais contemporâneos e o design.

Procura-se que o aluno aplique conhecimentos teórico-metodológicos no trabalho autónomo e em equipa, com apoio do professor nas aulas práticas, e futuramente nos seus projetos de design.

A avaliação contínua permite ajustar o processo de ensino-aprendizagem e tornar o aluno um elemento ativo desse mesmo processo, avaliando não são a aquisição de conhecimentos, mas também o desenvolvimento de competências e atitudes. A avaliação sumativa no final do semestre, baseia-se na informação recolhida em contexto de sala de aula e traduz-se um juízo globalizante quantitativo sobre a aprendizagem realizada e as capacidades desenvolvidas pelo aluno.

Bibliografia Principal

- Appadurai, Arjun (2004) *Dimensões culturais da globalização: a modernidade sem peias*, Lisboa: Teorema.
- Baudrillard, Jean (2010) *A Sociedade de Consumo*, Lisboa: Ed. 70.
- Bitti, Pio Ricci (s.d.) *A comunicação como processo social*, Lisboa: Ed. Estampa.
- Esteves, João Pissarra (2011) *Sociologia da Comunicação*, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Esteves, J. Pissarra (Org.) (2002) *Comunicação e Sociedade*, Lisboa: Livros Horizonte.
- Featherstone, Mike (1991) *Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage.
- Giddens, Anthony (2004) *Sociologia*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Lupton, Deborah (2018) "Towards design sociology". *Sociology Compass*, 12(1), 1-11. [e12546].
<https://doi.org/10.1111/soc4.12546>
- Lury, Celia (2011) *Consumer culture*, 2nd ed., Cambridge: Polity Press.
- Miles, Steven (2010) *Spaces for Consumption*, London: SAGE Publications.
- Ransome, Paul (2005) *Work, Consumption & Culture: Affluence and Social Change in the Twenty-First Century*, London: Sage.
- Ritzer, George (2004) *The Macdonaldization of Society: Revised New Century Edition*, Thousand Oaks: Sage.

Ritzer, George (2005) *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption*, Thousand Oaks: Pine Forge Press.

Scott, A. J. (2008) *Social Economy of the Metropolis: Cognitive–Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*. Oxford: Oxford University Press.

12. Observações

Os conteúdos programáticos podem sofrer pequenas alterações em função do número de alunos e de outras atividades curriculares.

Bibliografia Complementar



CURRICULAR UNIT FORM

Curricular Unit Name

201312038 - Sociology of Communication and Consumer

Type

Compulsory

Academic year

2022/23

Degree

B. Design

Cycle of studies

1

Unit credits

3.50 ECTS

Lecture language

Portuguese ,English

Periodicity

semester

Prerequisites

Year of study/ Semester

2 / 2

Scientific area

Social and Territory Sciences

Contact hours (weekly)

Tehoretical	Practical	Theoretical-practicals	Laboratory	Seminars	Tutorial	Other	Total
3.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00

Total CU hours (semester)

Total Contact Hours

42.00

Total workload

98.00

Responsible teacher (name /weekly teaching load)

Maria Teresa Salgueiro Vasconcelos e Sá

Other teaching staff (name /weekly teaching load)

Maria Teresa Salgueiro Vasconcelos e Sá 0.00 horas

Elisabete Caldeira Neto Tomaz 3.00 horas

Learning objectives (knowledge, skills and competences to be developed by students)

Stimulate the capacity to problematize and discuss some particularly relevant themes in the context of contemporary societies, namely technological transformations, and dynamics of globalization.

To introduce, from a sociological perspective, the main theoretical-methodological proposals for the analysis of communication phenomena.

To present the main sociological approaches in the study of consumption to contribute to understanding consumption practices and processes, lifestyles, and culture.

To reflect on the relationship between social research and design practices.

Syllabus

1. Introduction to sociology, problems, and practices.
2. Analysis of contemporary societies: main changes and continuities
3. Communication and society
4. Conceptual and methodological questions about consumption and lifestyles
5. Research and practice in Design and Sociology

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

The objective is to make known the main theoretical and methodological proposals that allow a critical reading and interpretation of issues related to communication and consumption, which are relevant to understanding contemporaneity.

To consider communication and consumption as social phenomena, it is to understand how they are constituted and are constituents of society, how they integrate and configure processes, practices, and representations of political, economic, technological and sociocultural nature.

It is also essential to demonstrate the relevance of sociological investigation for research and design practices and to reflect on the contemporary meaning of the design, the role of its professionals and the effects of their work in responding to complex social and cultural change processes.

It is intended that the contents taught and the approaches used can contribute to problem-solving and the placement of new questions, but also to the development of new design products and services.

Teaching methodologies (including evaluation)

In this course, several strategies are adopted, and the learning benefits from the articulation between the presentation of programmatic contents in the classroom; the analysis of scientific articles, articles in newspapers and social networks; audiovisual material, etc.; and the development of individual and group work.

Evaluation

The final classification in the curricular unit is calculated from the weighted average of the classifications obtained in each of the evaluation components:

Participation in classroom dynamics and reading and discussion of proposed texts: 15%

- Preparation of individual work: 45%

- Written and oral presentation of group work: 40%

In addition to participation, attendance is a weighting factor in continuous evaluation.

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

The teaching and evaluation methodologies adopted aim to foster the development of skills in reading, research and scientific writing to develop analytical and critical perspectives on contemporary sociocultural phenomena and design. Hence, the student should be able to use theoretical and methodological knowledge in autonomous and in teamwork, with the teacher's support in practical classes and the future in his design projects.

Continuous evaluation allows to adjust of the teaching-learning process. It makes the student an active element in this process, evaluating more than the acquisition of knowledge but the development of skills and attitudes.

Main Bibliography

Appadurai, Arjun (2004) *Dimensões culturais da globalização: a modernidade sem peias*, Lisboa: Teorema.

Baudrillard, Jean (2010) *A Sociedade de Consumo*, Lisboa: Ed. 70.

Bitti, Pio Ricci (s.d.) *A comunicação como processo social*, Lisboa: Ed. Estampa.

Esteves, João Pissarra (2011) *Sociologia da Comunicação*, Fundação Calouste Gulbenkian.

Esteves, J. Pissarra (Org.) (2002) *Comunicação e Sociedade*, Lisboa: Livros Horizonte.

Featherstone, Mike (1991) *Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage.

Giddens, Anthony (2004) *Sociologia*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Lupton, Deborah (2018) "Towards design sociology". *Sociology Compass*, 12(1), 1-11. [e12546].

<https://doi.org/10.1111/soc4.12546>

Lury, Celia (2011) *Consumer culture*, 2nd ed., Cambridge: Polity Press.

Miles, Steven (2010) *Spaces for Consumption*, London: SAGE Publications.

Ransome, Paul (2005) *Work, Consumption & Culture: Affluence and Social Change in the Twenty-First Century*, London: Sage.

Ritzer, George (2004) *The Macdonaldization of Society: Revised New Century Edition*, Thousand Oaks: Sage.

Ritzer, George (2005) *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption*, Thousand Oaks: Pine Forge Press.

Scott, A. J. (2008) *Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*. Oxford: Oxford University Press.

12. Observations

Programmatic content may have some minor change depending on the number of students and other curricular activities.

Additional Bibliography