

Curso: 2º CICLO; 120 ECTS MESTRADO EM PUBLICIDADE Curso Nº: 6412 Nº de Registo:	Unidade Curricular: MEDIA E CULTURA Código:
---	---

Ano: 1º	Créditos ECTS: 3	Tipo: Teórica	Tempo de Trabalho (Horas)
Semestre: 2º			Total: 80 Contacto: 20
Área Científica: Ciências Sociais e Humanas Código: SH		Regente: Doutor Rodrigo Cunha, Prof. Associado	
<b>Competências a Adquirir:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compreender a noção polimórfica de “Cultura da comunicação”.</li> <li>2. Compreensão a noção de “livre escolha da informação” a assimilar.</li> <li>3. Entender a diferença de papéis do “publicista” e do “publicitário” e a respectiva história.</li> <li>4. Saber efectuar uma reflexão interdisciplinar crítica, por um lado, da cultura tecnocientífica e por outro, da situação do ser humano no universo da globalização.</li> </ol>			
<b>Descrição do Programa:</b> <p>Os dispositivos mediáticos, que regem a sociedade contemporânea, enformam um tipo específico de cultura, aqui entendida como campo de possibilidades de programas de acção. Nela, o “consumo de informação” difunde-se e justifica-se com base na ideia de “cultura da comunicação”, propagando desse modo a ideia de livre escolha na adesão à informação. Um tal processo decorre em redes telemáticas entre o espaço público e o privado, oscilando ambigualmente entre os conceitos de “informação de interesse público” e o sentido lato de “publicidade”, alimentando a dialéctica entre os “media da cultura” e a “cultura dos media”. Importa compreender como a ideia de “publicidade” se metamorfoseia no trajecto que se estende do cosmopolitismo do século XVIII até à globalização do século XXI planetário e desse modo entender a trajectória que vai desde a figura do “publicista” clássico até ao jornalista e ao publicitário actuais, actores paradigmáticos da “cultura mediática”. Nesta, o “círculo mediático” e o <i>design</i> dos comportamentos programam-se mutuamente para garantir que o indivíduo contemporâneo seja contactável 24 horas por dia em qualquer ponto do globo, particularmente através dos dois media personalizados que são o computador portátil e o telemóvel. Ao âmbito desta unidade curricular, pertence assim esclarecer os conceitos polivalentes de cultura, comunicação, informação, publicidade, dispositivos mediáticos e a noção de liberdade, definidora da verdadeira cultura. Só uma reflexão interdisciplinar está, pois, em posição de efectuar uma crítica capaz de mostrar como se entretecem a cultura tecnocientífica dominante e os interesses dos mercados na era dos processos de massificação, e qual a situação do indivíduo humano em semelhante cenário.</p>			
<b>Metodologia:</b> <p>Nas aulas de vertente teórica, a abordagem oral e literária de temas de referência colocarão os discentes dentro da especificidade da unidade curricular, consistindo a ordem do programa naquela que se verificar como mais válida no decurso do trimestre. As aulas de incidência prática constarão de apresentação oral, escrita e visual de trabalhos sobre pontos do programa, com base em investigação, de acordo com as preferências e as necessidades sentidas pelos alunos. Pretende-se assim um processo de aquisição dos instrumentos essenciais de aprendizagem dirigidos para uma inteligência activa do real, bem como o desenvolvimento qualitativo de competências de diversos níveis.</p>			
<b>Avaliação:</b> <p>Classificação: de 0 (zero) a 20 (vinte) valores de acordo com a escala: negativo - F (reprovado - abaixo de 10 valores); positivo - D (a partir de 10 valores); positivo com mérito de clareza - C (a partir de 14 valores); Positivo com mérito de clareza e correcção - B (a partir de 16 valores); Excelente - A (a partir de 18 valores). Condições para aprovação: Além da atenção presencial e dialogal (20%), um trabalho individual (80%) traduzirá os resultados qualitativos do conjunto dos desenvolvimentos ao longo do trimestre, sendo determinantes a compreensão dos conceitos centrais da unidade curricular, bem como a capacidade de recurso à língua portuguesa na sua expressão oral e escrita.</p>			
<b>Bibliografia:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1/ BENJAMIN, Walter, “A Obra de Arte na Era da sua Reprodutividade Técnica” (tradução de Maria Luz Moita), in <i>Sobre Arte, Técnica, linguagem e política</i> (Introdução de T. W. Adorno), Lisboa, Relógio D’Água, 1992.</li> <li>2/ DAVIS, Erik, <i>Tecnognose - mito, magia e misticismo na era da informação</i> (tradução de Xavier Cardoso), Lisboa, Editorial Notícias, 2002.</li> <li>3/ FLUSSER; Vilém, <i>Ensaio sobre a Fotografia - Para uma Filosofia da Técnica</i>, Lisboa, Relógio D’Água, 1998; - <i>Ficções Filosóficas</i>, São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 1998; - <i>Pós- História, vinte instantâneos e um modo de usar</i>, São Paulo, Livraria Duas Cidades, 1983.</li> <li>4/ GIANNETTI, Cláudia (ed.), <i>Ars Telemática. Telecomunicações, Internet e ciberespaço</i>. Lisboa, Relógio D’Água, 1998.</li> <li>5/ LÉVI, Pierre, <i>Filosofia World - o Mercado, o Ciberespaço, a Consciência</i>, Lisboa, Instituto Piaget, 2001.</li> </ol>			