

Updated On	2023/09/12											
Curricular Year / Period	2023/24 / S1											
Course	Journalism and Communication											
Curricular Unit	New Media, Culture and Society											
Language(s) of Instruction	Português											
ECTS/tempo de trabalho (horas)	ECTS	Total	Horas de contacto semestral									
	6	150	T	TP	PL	S	TC	E	O	OT	EC	
				60						15		
	T - Theoretical; TP - Theoretical and practical; LP - Laboratory Practice; S - Seminar; TG - Tutorial guidance; FW - Fieldwork; T - Training; ; EC - Clinical teaching; O* - Other hours typified as Clinical Training under the Directive 77/453/EEC of June 27, adapted by Directive 2005/36/EC.											
Teacher in charge (GDPR consent) <small>[complete name, email]</small>	Rosália Isabel Duarte Rodrigues / rosalia.rodrigues@ipportalegre.pt											
Teacher in charge (GDPR consent) <small>[complete name, email]</small>	Patrícia Alexandra Correia Ascensão / patricia.ascensao@ipportalegre.pt											
Prerequisites <small>[Curricular Units that must precede and specific entry competences]</small>	Not applicable.											
Learning outcomes <small>[Description of the overall and specific objectives] [Knowledge, skills and competences to be developed by students]</small>	This curricular unit aims to provide knowledge in the area of new media and to problematize the discourse of the media in the light of the main debates of postmodern culture theory. It is also intended to promote knowledge of the role of new media in contemporary public space. It will analyze the languages, applications and tools of interactive multimedia communication and the devices of the new media, in the context of migration to digital, seeking to create practical, critical and reflexive skills in the Web areas.											
Sustainable Development Goals												
Syllabus	<ol style="list-style-type: none"> The new media and postmodernity <ul style="list-style-type: none"> The condition of postmodern man Net Times The hyper-technological culture New Media and Identity <ul style="list-style-type: none"> .Communication and construction of identities New audiences and new consumption models Social networks and the socio-technical revolution <ul style="list-style-type: none"> Social networks and social movements Organizational communication and new media Journalism and new media New accesses, new platforms The era of new media <ul style="list-style-type: none"> The new media concept Media Ecology Analysis of practical cases 											
Teaching methodologies (including assessment) <small>[Specify the types of assessment and the weights and evaluation criteria]</small>	1 - Teaching methodologies It is intended with this discipline to provide an active formation, which contemplates moments of reflection and development of the abilities of critical spirit. Thus, after discussing the objectives to be											

achieved with the students, the syllabus and the forms of evaluation, the classes are based on active participation and the use of techniques (demonstrative, interrogative, expositive and inductive), and use of various pedagogical means.

Only those students who attended 75% of the academic period (except the previously identified exceptions) are eligible to be evaluated.

The evaluation assumes a continuous character, taking into account the intervention of the students in the subjects that are being exposed. In this sense, the UC consists of three moments of evaluation: A paper on the first part of the article (25%); a paper on the second part of the UC (25%); and a final work, with a presentation equivalent to 50% of the final grade..

2 - Period assessment

The UC consists of three moments of evaluation:

A paper on the first part of the article (25%); a paper on the second part of the UC (25%); and a final work, with a presentation equivalent to 50% of the final grade.

3 - Examination assesement

Completion of an exam corresponding to 100% of the Course Unit.

Bibliography

1 - Main Bibliography

- Bauman, Z. (2000). *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2001). *Tempos Líquidos*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z, Engels, F., Geertz, G., A. & Marcarian, E. (1999). *O papel da cultura nas Ciências Sociais*.
- Bolter, J.D. e Grusin, R. (2000). *Remediation: understanding new media*. MIT Press.
- Cardoso, G. (2006). *The Media in the network society, browsing, news, filters, and citizenship*. Lisboa: CIES Centre for Research and Studies in Sociology.
- Byung-Chul, H (2016). *No Enxame. Reflexões sobre o digital*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Cardoso, G., Espanha, R. & Araújo, V. (2009). *Da comunicação de massa à comunicação em rede*. Porto: Porto editora.
- Castells, M. (2002). *A Sociedade em Rede. Volume I e II* . Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M. (2006). *A galáxia da internet, reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M. (2013). *O poder da comunicação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M. (2018). *O poder da Identidade: A era da Informação Vol 2. 9ª Ed.* São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Qiu, J.L. & Sey, Ara. (2009). *Comunicação Móvel e Sociedade Uma perspetiva global*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: where old and new media colide*. New York: New York University Press.
- Johnson, S. (1997). *Cultura da Interface*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Furtado, J.A. (2012). *Uma cultura da informação para o universo digital*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Lipovetsky, G. & Charles, S. (2004) *Os Tempos Hipermodernos*. S. Paulo: Barcarolla.
- Lipovetsky, G.; Serroy, J. (2010) *A Cultura-Mundo - Resposta a uma sociedade desorientada*. Lisboa: Edições 70.
- Lyotard, J-F. (2009). *A condição pós-moderna*. S. Paulo: José Olympio.
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. MIT Press.
- Marchiori (org.) (2013) *Comunicação em interface com cultura*. Rio de Janeiro: Senac.
- Meyerson, G. (2001) *Heidegger and Habermas, the mobile phone*. Icon Books, UK.
- Morozov, E. (2018) *Big Tech*. São Paulo: Ubu Editora
- Pavlik, J. (2001). *Journalism and New Media*. Columbia University Press, New York, USA.
- Santos, R. (1998) *Os novos media e o espaço público*. Lisboa: Gradiva.
- Wu, T. (2012) *Impérios da Comunicação - Do telefone à internet, da AT&T ao Google*. Rio de Janeiro: Zahar.

2 - Complementary Bibliography

- Dreyer, B. (2017). *Relações Públicas na contemporaneidade. Contextos, Modelos e Estratégias*. São Paulo: Summus Editorial. ISBN: 9788532310613.
- Fernandes, N (2018) *Shifter e Renascença: Reddit como plataforma de divulgação e recolha de informação*. In Livro de Atas do 2º Congresso Internacional de Redes Sociais. Évora: Universidade de Évora, pp.697,714
- Fialho, J.; Saragoça, J.; Baltazar, m.S.; Santos, M.O.(2018) *Redes Sociais. Para uma compreensão multidisciplinar da sociedade*. Lisboa: Sílabo.
- Ferreira, G.B. (2018). *Sociologia dos Media*. Covilhã: LabCom.IFP

	<p>FIGARO, R. (org.) et al. (2018) As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídias. São Paulo: ECA-USP. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/publicacoes_cat/1_livros/</p> <p>_____ (coord.) et al. (2020) Relatório de Pesquisa: Como trabalham os comunicadores em tempos de pandemia da Covid-19? São Paulo, ECA-USP. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/publicacoes_cpct/</p> <p>Gonçalves, G. & Filho, F. L. (org.) (2015). Novos Media e Novos Públicos. Coleção: Relações Públicas e Comunicação Organizacional: dos fundamentos às práticas (vol. 3). Covilhã: LabCom. ISBN 978-989-654-214-6.</p> <p>Naughton, J. (2012) From Gutenberg To Zuckerberg. What You Really Need To Know About The Internet. Quercus Publishing. ISBN: 9780857384263.</p> <p>Recuero, R. (2014) Redes Sociais. In Dicionário de Comunicação. (org. Citelli, O et al). São Paulo: Contexto, pp. 403-411.</p> <p>Scheid, D., Machado, J., Pérsigo, P. (orgs.) (2019) Tendências em Comunicação Organizacional. FACOS UFSM.</p> <p>Scolari, C.A. (2013). Narrativas Transmedia. Barcelona: Deusto.</p> <p>Scott, D. M. (2008). As Novas Regras do Marketing e das Relações Públicas. Ideias de Ler. Porto Editora. ISBN: 978-972-0-45104-0.</p> <p>Silveirinha, M. J. (2011). Mulheres, tecnologias e comunicação: para além das receitas, Media e Jornalismo, nº. 18, vol. 10, nº. 1, pp. 62-83.</p> <p>Van Dijck, J. (2013). You have one identity: performing the self on Facebook and LinkedIn, Media, Culture & Society, 35: pp. 199-215.</p>
<p>Special Situations [Students with special status]</p>	<p>1 - Period assessment - Students with special status</p> <p>2 - Examination assesement - Students with special status</p>