



## Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana

Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.  
Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 – Ponto Central CEP 44.032-620  
Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia  
Site: [www.fat.edu.br](http://www.fat.edu.br) E-mail: fat@fat.edu.br  
CGC: 01.149.432/0001-21

## PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>CURSO</b>	<b>ANO LETIVO</b>
COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA	2015.2
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>
PUB002	SOCIOLOGIA GERAL E DA COMUNICAÇÃO
<b>CARGA HORÁRIA</b>	<b>SEMESTRE DE OFERTA</b>
72H	1º

### EMENTA

Introdução às teorias sociológicas. Elementos para análise científica da sociedade, suas estruturas, classes, instituições e processos de mudança. Paradigmas. Crises paradigmáticas, modernidade e contemporaneidade. A era da sociedade de massas. Comunicação e linguagem social.

### OBJETIVOS

Apresentar aos discentes as origens do conhecimento científico, e das Ciências Sociais, com ênfase na sociologia, seus primórdios, desenvolvimentos, e sua relevância como ciência da ação humana, extremamente importante como subsídio à atuação em outras áreas do conhecimento, sobretudo na Comunicação social. Estimular e orientar uma reflexão sobre o papel da mídia na modernidade, através da análise das teorias sociais da mídia.

### PERFIL DO EGRESSO

O curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FAT, objetiva formar profissionais com capacidade de gestão, empreendedores, preparados para exercer funções de assessoramento, chefia, gerenciamento, direção de pesquisa e planejamento no âmbito da Publicidade e Propaganda. Esses profissionais devem ter

conhecimento científico, técnico, artístico e estético necessários para a compreensão dos fenômenos da comunicação no sentido de propor soluções a partir do domínio desses conhecimentos.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

#### I Unidade

Indivíduo e Sociedade

Relações Sociais

Status Social e Papel Social

Estrutura Social e Processos Sociais

Sociologia como ciência

Consolidação do capitalismo e sociedade industrial

Teoria sociológica clássica

Emile Durkheim: Fatos Sociais, Divisão Social do Trabalho e Coerção Social

Max Weber: Ação Social, Poder, Burocracia e Dominação

Karl Marx: Relações entre Capital e Trabalho

#### II Unidade

A Sociologia da comunicação, abordagens, objeto e perspectivas;

Construção social da realidade, indivíduo e representações sociais;

Identidade e alteridade, vida cotidiana, realidade objetiva e subjetiva, socialização, interação social;

Escola de Frankfurt e a Teoria Crítica.

Introdução à teoria do ator-rede

Sociedade de massas e a Indústria Cultural.

Comunicação e linguagem social.

### **METODOLOGIA**

a) Aulas expositivas;

b) Estudo de casos;

c) Leitura, discussão e resenhas de textos;

d) Seminários e trabalhos individuais e/ou em grupo.

## **AVALIAÇÃO**

I Unidade: Prova Escrita – Individual e Trabalhos

(resenhas/artigo/apresentação/fichamento)

II Unidade: Prova Escrita – Individual e Trabalhos

(resenhas/artigo/apresentação/fichamento)

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BRETON, Philippe. Sociologia da Comunicação. São Paulo: Loyola, 2002.

GIDDENS, Anthony. Sociologia. Trad. Sandra Regina Netz. 4 ed. São Paulo: Artmed, 2005.

LAKATOS, Eva Maria. Sociologia Geral. 6 ed. São Paulo. Atlas.1999

## **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ARON, Raymond. As Etapas do Pensamento Sociológico. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BACCEGA, Maria Aparecida (org.). Comunicação e Culturas do Consumo. São Paulo: Atlas, 2008.

COSTA, Cristina. Sociologia: Introdução à ciência da Sociedade. Moderna 1997.

DUARTE JR, João Francisco. O que é Realidade? São Paulo: Brasiliense, 1986.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. Raízes do Brasil. 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

LATOUR, Bruno. Reagregando o Social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede. EDUFBA, 2012.

MAIGRET, Eric. Sociologia da comunicação e das mídias. São Paulo: SENAC São Paulo, 2010.

MARTINS, C. B. O que é Sociologia? São Paulo: Brasiliense, 1986.

MATTELART, Armand & NEVEU, Érik. Introdução aos Estudos Culturais. São Paulo: Parábola, 2004.

MATTELART, Armand. Diversidade Cultural e Mundialização. São Paulo: Parábola, 2005.

NEIVA Jr., Eduardo. Comunicação: teoria e prática social. São Paulo: Brasiliense, 1991.

RAMOS, José Mário Ortiz. Televisão, Publicidade e Cultura de Massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

RIBEIRO, Darcy. Povo brasileiro: formação e o sentido do Brasil. 2. Ed São Paulo: Companhia das Letras, 2002

SELL, Carlos Eduardo. Sociologia clássica. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010

THOMPSON, J. Mídia e Modernidade. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

TURNER, Jonathan H. Sociologia: conceitos e aplicações. São Paulo: Makron Books, 2005.

VILA NOVA, Sebastião. Introdução à Sociologia. São Paulo. Atlas. 2006

**COLEGIADO DO CURSO PUBLICIDADE E PROPAGANDA**