



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**  
**COORDENAÇÃO DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

Campus Cidade Universitária  
50670-901 – Recife – PE

E-mail: csociaisufpe@yahoo.com.br  
Telefone: (81) 2126-8281

**PROGRAMA DE DISCIPLINA**

VÁLIDO PARA OS PERFIS CURRICULARES

**DADOS DA DISCIPLINA**

CÓDIGO	NOME	TIPO DE DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA SEMANAL		No. DE CRÉDITOS	CARGA HORÁRIA GLOBAL
			TEÓRICA	PRÁTICA		
CS402	SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO 1	ELETIVA	04	00	04	60

**EMENTA**

Comunicação e sociedade. Comunicação de massa e estrutura social. Teorias sociológicas sobre comunicação. Cultura, poder e classes sociais. Novas mídias.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Unidade I: O conceito de comunicação de massa e a problemática a partir da qual surge a preocupação sociológica com o fenômeno da comunicação

Unidade II: Diferentes abordagens da comunicação

1. A comunicação como fenômeno interpessoal e processo sistêmico
2. A Comunicação como Fenômeno Cultural-Tecnológico
3. A Comunicação como fenômeno político

Unidade III: Comunicação e Sociedade de Massa

1. Massa, público e opinião pública
2. Consumo, cidadania e exclusão

Unidade IV: Comunicação e mudança social

1. Mundialização e Desterritorialização

**BIBLIOGRAFIA**

*Bibliografia Básica*

ADORNO, T. Sociologia. São Paulo, Ática, 1991.

BAHIA, Ricardo. Das Luzes à desilusão. O conceito de indústria cultural em Adorno e Horkheimer. Belo Horizonte, Autêntica, 2004.

BENJAMIN, W.; HORKHEIMER, M.; ADORNO, T.; HABERMAS, J. Textos escolhidos. Coleção Os Pensadores. São Paulo, Abril Cultural, 1975.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BRAGA, J. L. A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

BRETON, Philippe. Sociologia da comunicação. São Paulo: Ed. Loyola, 2002.

CAMPBELL, Colin. A ética romântica e o espírito do consumo moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

## CS402- SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO 1

### *Bibliografia Básica (continuação)*

- CANCLINI, Nestor G. Consumidores e cidadãos. Rio de Janeiro, Editora da UFRJ, 1997.
- CASTELLS, Manuel. A Era da Informação: economia, sociedade e cultura. Vols. 1, 2 e 3. São Paulo, Paz e Terra, 1999.
- COHN, Gabriel. Sociologia da Comunicação: teoria e ideologia. São Paulo: Pioneira, 1973.
- DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ECO, Umberto. Apocalípticos e Integrados. São Paulo, Perspectiva, 1978.
- GABLER, Neal. Vida, o filme. Como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- GIDDENS, Anthony. As conseqüências da modernidade. São Paulo, Unesp, 1991.
- KELLNER, Douglas. A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001.
- KOFF, Rogério Ferrer. A cultura do espetáculo: sete estudos sobre mídia, ética e ideologia. Santa Maria: FACOS, 2003.
- LIMA, Luiz Costa (org.). Teoria da Cultura de Massas. São Paulo, Paz e Terra, 1990.
- MORAES, Denis de (org.). Por uma outra Comunicação. Rio de Janeiro, Record, 2003.
- NEVEU, Erick. Sociologia do Jornalismo. São Paulo: Loyola, 2004.
- SCHLESENER, Anita Helena. Hegemonia e cultura: Gramsci. Curitiba, Editora da UFPR, 2001.
- THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

### *Bibliografia Complementar*

- ARONS, Raymond. O marxismo de Marx. São Paulo, Arx, 2003.
- BAGDIKIAN, Ben H. O monopólio da Mídia. São Paulo: Ed. Página Aberta, 1993.
- BAUMAN, Zygmunt. Globalização. As conseqüências humanas. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- ELIAS, Norbert. Os estabelecidos e os outsiders. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- FEATHERSTONE, Mike (coord.). Cultura global. Nacionalismo, globalização e modernidade. Petrópolis, Vozes, 1999.
- FEATHERSTONE, Mike. O desmanche da cultura. São Paulo: Studio Nobel, 1997.
- GRAMSCI, Antonio. Cadernos do Cárcere. São Paulo, Civilização Brasileira, 2000. Diversos volumes.
- GRAMSCI, Antonio. Os Intelectuais e a organização da cultura. Rio de Janeiro, Ed. Civilização Brasileira, 1982.
- MARX, Karl. Diversos. Col. Os Pensadores. Vol. 1 e 2. São Paulo, Abril Cultural, 1987.
- ORTIZ, Renato. Mundialização e Cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- QUINTANEIRO, Tânia e outros. Um toque de clássicos. Marx. Durkheim. Weber. Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2002.
- RIAL, Carmem Silvia. Os charmes dos fast-foods e a globalização cultural. Florianópolis: Ed. PPGAS-UFSC. Cadernos Antropologia em primeira mão. - Japonês está para TV assim como mulato para cerveja: Imagens da publicidade no Brasil.
- ROCHA, Everardo. A Sociedade do Sonho. Comunicação, cultura e consumo. Rio de Janeiro, Mauad, 1995.
- SELL, Carlos Eduardo. Sociologia clássica: Durkheim, Weber e Marx. Itajaí, Univali, 2000.
- SENNETT, Richard. O declínio do homem público. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- SIMMEL, G. Sociologia. São Paulo, Ática, 1994.
- SOUZA, Jessé (org.). A atualidade de Max Weber. Brasília, UNB, 2000.

## **CS402- SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO 1**

### Bibliografia Complementar (continuação)

TARDE, Gabriel. A opinião e as massas. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna. Petrópolis: Vozes, 1995.

TRAQUINA, Nelson. O estudo do jornalismo no século XXI. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

VELHO, Otávio Guilherme (org.). O fenômeno urbano. Rio de Janeiro, Guanabara, 1987.

WEBER, Max. Economia e Sociedade. Vol. 1 e 2. Brasília, UNB, 2000.

WEBER, Max. Sociologia. IN: COHN, Gabriel (org). São Paulo, Ática, 1986.