

## Programa | Course Description

### Unidade Curricular | *Course Unit*

**Tópicos de Cultura e Comunicação: Processos de Gestão e Produção Cultural, de Tendências e de Comunicação Criativa | Topics in Culture and Communication: Processes of Cultural Management and Cultural Production, Trends and Creative Communication**

### Código da UC | *UC Code*

922207

### Créditos ECTS | *ECTS Credits*

12 ECTS

### Horas de Trabalho | *Work Hours*

336H (12 ECTS)

### Ciclo de Estudos | *Level*

Mestrado | MA

### Ano lectivo e semestre | *Academic year and Semester*

2024/2025, S2

### Nome do(s) docente(s) | *Faculty*

Nuno Medeiros e Nelson Pinheiro

### Turma | *Class*

TP 1

### Língua de ensino | *Language of instruction*

Português

### Programa de Turma | *Class Description*

- I) Produção Cultural na Sociedade Contemporânea
- » Sociedades contemporâneas como espaços sociais de produção cultural.
  - » Cultura global e cultura local: intersecções, resistências, sobreposições.
  - » Sincretismo, hibridismo e transnacionalidade discursiva: circulações, mediações e tensões.

## II) Estudos de Tendências

- » Conceitos e teorias dos Estudos de Tendências.
- » Sistemas e processos de disseminação das tendências socioculturais.
- » Coolhunting, imersão urbana e sistematização de dados.
- » Tendências e Comunicação Criativa.
- » Identificação de tendências: modelos de análise para o desenvolvimento de relatórios estratégicos no contexto da comunicação criativa.

## I) Cultural Production in Contemporary Society

- » Contemporary societies as social spaces of cultural production.
- » Global culture and local culture: intersections, resistances, juxtapositions.
- » Syncretism, hybridism, and discursive transnationality: circulations, mediations, and tensions.

## II) Trend Studies

- » Concepts and theories of Trend Studies.
- » Systems and dissemination processes of sociocultural trends.
- » Coolhunting, urban immersion and data systematization.
- » Trends and Creative Communication.
- » Trend identification: analysis models for the development of strategic reports in the context of creative communication.

## **Avaliação | *Grading and Assessment***

Módulo I: Cada sessão do módulo será constituída pela apresentação de conteúdos e discussão de textos previamente preparados e outros documentos (musicais, fílmicos, literários ou outros), proporcionando um debate e o confronto de ideias, bem como o aprofundamento de questões fundamentais. Avaliação: Redacção de um ensaio sobre os textos de um dos três primeiros pontos da matéria 40%; Participação oral 10%.

Módulo II: Cada sessão do módulo será dividida em dois momentos. O primeiro momento será dedicado à apresentação de conteúdos e à discussão de textos previamente preparados, proporcionando um debate e o confronto de ideias, bem como o aprofundamento de questões fundamentais. Este é o momento do enquadramento de conceitos e métodos para aplicação no desenvolvimento da investigação e dos trabalhos, bem como a discussão de casos de estudo que ilustram a aplicação dos mesmos. No segundo momento, os estudantes desenvolvem e discutem em grupo um conjunto de casos de comunicação criativa e o seu projeto aplicado, em simulação de ambiente de consultoria, beneficiando de uma articulação próxima com o docente e com os restantes colegas. Apesar da forte carga conceptual e teórica, este módulo aposta muito na componente aplicada e de projeto. Avaliação: Exercício aplicado de tendências 30%; Teste de conhecimentos 20%.

Module I: Each module session will consist of the presentation of contents and discussion of previously prepared texts and other documents (musical, film, literary, or others), fostering a debate and confrontation of ideas, as well as the deepening of fundamental issues. Assessment: Essay on the texts of either one of the first three points of the syllabus 40%; Class participation 10%.

Module II: Each module session will be divided into two moments. The first moment will be dedicated to the presentation of content and the discussion of previously prepared texts, providing a debate and comparison of ideas, as well as delving deeper into fundamental issues. This is the time to frame concepts and methods for application in the development of research and work, as well as the discussion of case studies that illustrate their application. In the second stage, students develop and discuss in groups a set of cases focused on creative communication and their applied project, in a simulated consultancy environment, benefiting from close coordination with the professor and other colleagues. Despite the strong conceptual and theoretical focus, this module focuses heavily on the applied and project component. Assessment: Applied trends exercise 30%; Knowledge test 20%.

### **Bibliografia | Bibliography**

- Appadurai, Arjun (2005) "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy"; "Global Ethnoscapes: Notes and Queries for a Transnational Anthropology"; & "Consumption, Duration, and History." In *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis & London: University of Minnesota Press, 27-85.
- Burke, Peter (2011) "Gilberto Freyre, Hybridity and Cultural Translation". *Portuguese Studies* v27 n1, 70-77.
- Dragt, E. (2017) *How to Research Trends*. Amsterdam: Bispublishers.
- Featherstone, Mike (1997) "Culturas globais e culturas locais." In Carlos Fortuna, ed. *Cidade, Cultura e Globalização. Ensaios de Sociologia*. Oeiras: Celta, 83-103.
- Frangella, Simone (2013) "Afro-Brazilian Culture in London: Images and Discourses in Transnational Movements". *Portuguese Studies* v29 n1, 78-93.
- Gans, Herbert (1999) "A Comparative Analysis of High and Popular Culture." In *Popular Culture and High Culture. An Analysis and Evaluation of Taste*. New York: Basic Books, 89-160.
- Gomes, N. et al. (2021) "Roteiros e modelos para a identificação de tendências socioculturais e a sua aplicação estratégica em produtos e serviços". *Modapalavra e-periódico* v14 n32, 228-272.
- Hall, Stuart (2015) "Creolité and the Process of Creolization". In Encarnación Gutiérrez Rodríguez e Shirley Anne Tate, eds. *Creolizing Europe: Legacies and Transformations*. Liverpool: Liverpool University Press, 12-25.
- Hesmondhalgh, David (2013) "Introduction: Change and Continuity, Power and Creativity." In *The Cultural Industries*. London: Sage, 1-34.
- Klinenberg, Eric, Benzecry, Claudio (2005) "Introduction: Cultural Production in a Digital Age". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* n 597, 6-18.
- Manovich, Lev (2009) "The Practice of Everyday (Media) Life: From Mass Consumption to Mass Cultural Production?" *Critical Inquiry* v35 n2, 319-331.
- Powers, D. (2018) "Thinking in trends: the rise of trend forecasting in the United States". *Journal of Historical Research in Marketing* v10 n1, 2-20.

- Tucker, Matthew (2008) "The cultural production of cities: Rhetoric or reality? Lessons from Glasgow". Journal of Retail and Leisure Property v7 n1, 21-33.
- Venancio, Giselle (2021) "Ibero-America in Writing". Lingua Franca: Book History in Translation n7, 1-25.
- Williams, Raymond (1995) "Towards a Sociology of Culture." In The Sociology of Culture. Chicago: The University of Chicago Press, 9-32.

**Requisitos (se aplicável) | Prerequisites (if applicable)**

-

-