

XI CONGRESSO SOPCOM

COMUNICAÇÃO, TURISMO E CULTURA

UNIVERSIDADE DA MADEIRA | 13 A 15 DE NOVEMBRO DE 2019

LIVRO DE RESUMOS

COLÉGIO
DOS JESUÍTAS



SOPCOM
ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE

✂ ✂ ✂ ✂

XI Congresso da Sopcom

Comunicação, Turismo e Cultura

Universidade da Madeira :: Funchal

13-15 de novembro de 2019

*Livro de resumos das propostas de comunicação
aprovadas para apresentação no congresso*

Sumário

Nota introdutória	4
Comissão Organizadora	5
Comissão Científica	5
Secretariado	6
CIBERCULTURA	7
CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	30
COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO	36
COMUNICAÇÃO E LINGUÍSTICA	47
COMUNICAÇÃO E POLÍTICA	50
COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL	62
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E INSTITUCIONAL	76
COMUNICAÇÃO, TURISMO E TERRITÓRIO	101
CULTURA VISUAL	127
ECONOMIA E POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO	137
ESTUDOS FÍLMICOS	144
ESTUDOS TELEVISIVOS	153
EPISTEMOLOGIA E FILOSOFIA DA COMUNICAÇÃO	160
GÉNERO E SEXUALIDADES	167
HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO	180
JORNALISMO E SOCIEDADE	192
PUBLICIDADE	227
RÁDIO E MEIOS SONOROS	248
RETÓRICA	258
SEMIÓTICA	268

Nota introdutória

Depois de o X Congresso da SOPCOM ter celebrado os 20 anos da fundação da associação dos investigadores portugueses da área das Ciências da Comunicação, ocorrida em 29 de novembro de 1997, a Universidade da Madeira organiza o XI Congresso da SOPCOM, que se realiza no Funchal de 13 a 15 de novembro deste ano.

Em 2017, fez-se o balanço de 20 anos de investigação em Ciências da Comunicação em Portugal. Em 2019, vamos pôr em perspetiva caminhos emergentes, associando a Comunicação ao Turismo e à Cultura. Os participantes são convidados a desenvolver uma reflexão interdisciplinar, não só sobre o papel da Comunicação na dinamização do Turismo como também sobre a Comunicação e o Turismo como expressões da Cultura.

A ilha da Madeira é um dos destinos portugueses mais exuberantes para turistas nacionais e internacionais. Esperamos, por isso, que o Funchal seja também um lugar inspirador para os grupos de trabalho da Sopcom e para os investigadores que aceitem o desafio de pensar a Comunicação não apenas como um instrumento ao serviço da vocação turística dos nossos territórios – a Comunicação para o turismo – mas também como um processo no âmbito do qual se constroem identidades feitas desse movimento intercultural dos povos.

Neste livro reúnem-se os resumos das propostas de comunicação aprovadas para apresentação no evento. Organizados por Grupos de Trabalho, os resumos foram sujeitos à apreciação dos respetivos coordenadores.

Comissão Organizadora

Coordenadores:

Joaquim Pinheiro (Universidade da Madeira) e Samuel Mateus (Universidade da Madeira)

Diana Pimentel (Universidade da Madeira)

Luís Mota (Universidade da Madeira)

Madalena Oliveira (Universidade do Minho/Sopcom)

Mario Franco (Universidade da Madeira)

Nuno Moutinho (Universidade do Porto/Sopcom)

Paulo Serra (Universidade da Beira Interior/Sopcom)

Telmo Reis (Universidade da Madeira)

Comissão Científica

Paulo Serra | *Presidente do Congresso*

Ana Catarina Pereira – Universidade da Beira Interior

Ana Isabel Moniz – Universidade da Madeira

Ana Isabel Reis – Universidade do Porto

Ana Lúcia Terra – Instituto Politécnico do Porto

Ana Raposo – Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa

Anabela Gradim – Universidade da Beira Interior

António Bento – Universidade da Beira Interior

Carlos Camponez – Universidade de Coimbra

Catarina Burnay – Universidade Católica Portuguesa

Catarina Moura – Universidade da Beira Interior

Daniel Cardoso – Universidade Nova de Lisboa

Elsa Costa e Silva – Universidade do Minho

Fábio Ribeiro – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Filipa Subtil – Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa

Francisco Mesquita – Universidade Fernando Pessoa

Gisela Gonçalves – Universidade da Beira Interior

Helena Lima – Universidade do Porto

Helena Pires – Universidade do Minho

Isabel Macedo – Universidade do Minho

João Carlos Correia – Universidade da Beira Interior

Jorge Martins Rosa – Universidade Nova de Lisboa

José Gabriel Andrade – Universidade do Minho

José Azevedo – Universidade do Porto

José Gomes Pinto – Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

José Sílvio Fernandes – Universidade da Madeira

Josep Francesc Valls Giménez – Universidade da Madeira

Luís Nogueira – Universidade da Beira Interior

Madalena Oliveira – Universidade do Minho

Margarida Toscano – Rede de Bibliotecas Escolares

Maria da Luz Correia – Universidade dos Açores

Nuno Moutinho – Universidade do Porto

Óscar Mealha – Universidade de Aveiro

Patrícia Teixeira – Universidade Fernando Pessoa

Paula Espírito Santo – Universidade de Lisboa

Pedro Jerónimo – Universidade da Beira Interior

Ricardo Campos – Universidade Nova de Lisboa

Rosa Cabecinhas – Universidade do Minho

Silvana Mota Ribeiro – Universidade do Minho

Suzana Cavaco – Universidade do Porto

Vânia Baldi – Universidade de Aveiro

Vasco Ribeiro – Universidade do Porto

Secretariado

Petra Ferreira

Título da Comunicação**O paradoxo da privacidade entre estudantes do ensino superior: o caso do LLMCP****Autores***Filipe Montargil*

Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa

Branco Di Fátima

Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa

Resumo

Este artigo analisa o paradoxo da privacidade, entre estudantes portugueses do ensino superior, a partir de dados do Living Lab on Media Content and Platforms (LLMCP), um painel online de utilizadores da Internet financiado pela FCT.

Tema sensível na sociedade de informação, a privacidade é colocada à prova ao mesmo ritmo da popularização de novas tecnologias, como os motores de busca ou as redes sociais. Segundo muitas pesquisas, os utilizadores da Internet poderão estar a

desenvolver um paradoxo entre o discurso sobre a proteção dos dados pessoais e os seus comportamentos online (Lai, Liang, Hui, 2018; Norberg, Horne, Horne, 2007).

Por um lado, os utilizadores afirmam em entrevistas e questionários estar "muito preocupados" com sua privacidade e segurança na Internet (HFS Research, 2016; TRUSTe, 2014; Obercom, 2010). Por outro, quando conectados, adotam comportamentos que flexibilizam o acesso aos seus dados pessoais (Di Fátima,

Montargil, Miranda, 2019; Carrascal et al., 2013; Brown, 2001). De acordo com a literatura disponível, os indivíduos parecem dispostos a trocar as suas informações por incentivos económicos relativamente reduzidos, ao mesmo tempo que reproduzem o medo da invasão de privacidade (Kokolakis, 2017).

Um estudo conduzido por Dienlin e Trepte (2015), por exemplo, parece sustentar a hipótese de que a preocupação com a privacidade na rede é uma variável independente dos hábitos online. Indivíduos que se dizem especialmente preocupados com a privacidade são os mesmos que publicam os seus dados no Facebook e no Twitter – como fotos de família, número de telefone ou eventos em que participam. Em alguns casos, a decisão de flexibilizar a privacidade parece assentar num processo de escolha racional, em que são avaliados custos e benefícios de cada opção. Como afirmam Carrascal et al. (2013: 189), "os utilizadores da Internet preferem trocar informações por recompensas monetárias ou serviços aprimorados do que por serviços gratuitos e anúncios dirigidos".

Brown (2001) também identificou padrões semelhantes fora da rede, no mundo offline. Numa pesquisa sobre a fidelização aos supermercados, o autor confirmou que as reservas relativas à privacidade não impediam os consumidores de aceitar fazer um cartão de desconto nas compras, mesmo que tivessem de partilhar os seus dados. "Isso talvez apresente um paradoxo. Enquanto os nossos inquiridos expressam preocupações gerais com a privacidade, eles

estão dispostos a trocá-la por ganhos muito pequenos" (Idem: 18).

O LLMCP convidou cerca de 100 alunos da Escola Superior de Comunicação Social (ESCS) para integrar o painel de utilizadores da Internet. Após uma breve apresentação do estudo, em ambiente informal, os estudantes foram questionados individualmente sobre a sua disponibilidade para integrar o painel. Em troca do consentimento para monitorizar os seus comportamentos online, via a recolha do histórico de navegação do Google Chrome, os participantes receberiam o incentivo – uma powerbank, com custo aproximado de 10€ no mercado retalhista.

Os resultados mostram que a maioria dos inquiridos não se encontra disposta a flexibilizar a sua privacidade, parecendo contrariar a hipótese central do paradoxo da privacidade. Contudo, um grupo específico de inquiridos encontra-se disposto a ceder informação pessoal, desde que considere existir um propósito maior, relacionado com os avanços da investigação e do conhecimento científico. Embora os resultados tenham por base uma amostra relativamente reduzida, assente exclusivamente em alunos da ESCS, permitem questionar se o paradoxo da privacidade se encontrará relacionado com os níveis de literacia informática dos indivíduos? Assim como existe uma relação entre idade, escolaridade e acesso à Internet (Castells, 2012), poderá ser colocada a hipótese da existência de uma associação entre idade, escolaridade e flexibilização da privacidade em rede.

Palavras-Chave:

privacidade, Internet, estudantes, monitorização, comportamento