

# CONGRESSO

## As Ciências da Comunicação na Viragem do Século

Resumos das Comunicações



Ensino e Investigação  
da Comunicação  
em Portugal

**Contemporaneidade,  
Pós-modernidade,  
Pós-história**

© Futuro da Comunicação

22 a 24 de Março de 1999

Organização

**SOPCOM**

# I CONGRESSO DAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

AS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA VIRAGEM DO SÉCULO  
22 A 24 DE MARÇO DE 1999

**SOPCOM – ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

SOPCOM – Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação  
79  
Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação  
Rua da Liberdade, 130  
1200-078 Lisboa  
Tel: 213 604 1000  
Fax: 213 604 1001

Tiragem: 1200 exemplares

Capa: Manuel José Damásio  
Composição e paginação: Jorge M. Rosa  
Impressão: Arte Mágica, Centro de Edição Gráfica, Lda.

Apoios à publicação:  
FLAD – Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento  
ICS – Instituto de Comunicação Social  
BPI – Banco Português do Investimento  
ULHT – Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias  
ESCS – Escola Superior de Comunicação Social

SOPCOM – Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação

Presidente:  
Aníbal Alves  
Departamento de Ciências da Comunicação  
Universidade do Minho  
Campus de Gualtar  
4709 Braga Codex PORTUGAL  
Tel: (053) 604 100 Fax: (053) 678 850  
e-mail: anibal@ci.uminho.pt

Sede provisória:  
Departamento de Ciências da Comunicação  
FCSH – Universidade Nova de Lisboa  
Av. de Berna, 26-C, 5.º  
1069-061 Lisboa PORTUGAL  
Tel: (01) 793 35 19 Fax: (01) 797 77 59

Comissão Executiva do I Congresso da SopCom:  
Escola Superior de Comunicação Social  
Rua Carolina Michaelis de Vasconcelos  
1549-014 Lisboa PORTUGAL  
Tel: (01) 711 90 00 Fax: (01) 716 25 40  
e-mail: dedalus@ip.pt

## ÍNDICE

Programa do congresso .....	13
Convidados especiais .....	19
Sessões plenárias.....	21
Mesas redondas .....	27
Sessões temáticas	
Jornalismo .....	35
Linguagem e interacção social .....	45
Teorias e filosofia da comunicação .....	55
Comunicação e educação .....	61
Comunicação política e opinião pública .....	69
Comunicação, arte e cultura .....	79
Comunicação organizacional e institucional .....	87
Comunicação, imagens e imaginário .....	97
História da comunicação.....	105
Ética e comunicação .....	109
Comunicação e <i>media</i> .....	115
Comunicação e novas tecnologias .....	125
Publicidade, marketing e relações públicas .....	133
Políticas e economia da comunicação .....	141
Audiovisual e <i>multimedia</i> .....	151
Direito da comunicação .....	159
Comunicação e ciência .....	167
SOPCOM – Associação Portuguesa das Ciências da Comunicação .....	175
Objectivos .....	177
Corpos dirigentes .....	179
Estatutos .....	181

## PROGRAMA DO CONGRESSO

22 de Março de 1999

9.30 – 10.15: *Sessão de Abertura* (Auditório 2)

Presidente da SOPCOM e do Congresso, Aníbal Alves  
Presidente da Comissão de Programa, José Bragança de Miranda  
Presidente da Comissão Executiva, Joel Frederico da Silveira  
Presidente da Fundação Calouste Gulbenkian, Vítor Sá Machado  
Sua Excelência o Ministro da Educação, Eduardo Marçal Grilo

10.30 – 11.00: *Conferência de Abertura* (Auditório 2)

Elihu Katz (Annenberg School of Communication, Univ. Pennsylvania; Hebrew Univ. of Jerusalem): «100 anos de investigação em ciências da comunicação»

11.15 – 13.00: *Mesa redonda* (Auditório 2)

*Ciências da Comunicação: Investigação e Ensino*

Coordenador: Mário Mesquita (UNL/ULHT)

Participantes: Daniel Bounoux (Univ. Stendhal, Grenoble III): «A comunicação na encruzilhada dos saberes»

Enrique Bustamante (Univ. Complutense de Madrid): «A necessária cooperação ibero-americana na investigação e no ensino»

José Marques de Melo (Univ. Metodista de S. Paulo): «Para uma história das ciências da comunicação...»

José Rebelo (ISCTE): «Ensino e investigação da comunicação em Portugal»

14.30 – 16.30: *Sessões Temáticas*

Sala 1: *Jornalismo* (1.º painel)

Coords.: Nelson Traquina (UNL) e Rogério Santos (ULHT)

Sala 2: *Linguagem e interação social* (1.º painel)

Coord.: Moisés de Lemos Martins (U. Minho)

Sala 3: *Teorias e filosofia da comunicação*

Coords.: António Marques (UNL) e Tito Cardoso e Cunha (UNL)

Sala 4: *Comunicação e educação* (1.º painel)

Coord.: Manuel Pinto (U. Minho)

Aud. 3: *Comunicação política e opinião pública* (1.º painel)

Coord.: Joel Frederico da Silveira (ESCS)

16.45 – *Sessões Temáticas*

Sala 1: *Jornalismo* (2.º painel)

Coords.: Nelson Traquina (UNL) e Rogério Santos (ULHT)

Sala 2: *Linguagem e interação social* (2.º painel)

Coord.: José Augusto Mourão (UNL)

Sala 3: *Comunicação, arte e cultura*

Coord.: Maria Augusta Babo (UNL)

Sala 4: *Comunicação organizacional e institucional*

Coord.: José Viegas Soares (ESCS)

Aud. 3: *Comunicação política e opinião pública* (2.º painel)

Coord.: Joel Frederico da Silveira (ESCS)

22 de Março de 1999						
	Auditório 2	Sala 1	Sala 2	Sala 3	Sala 4	Auditório 3
9.30 - 10.15	SA					
10.30- 11.00	CA					
11.15- 13.00	MR: CCIE					
14.30- 16.30		ST: Jorn. (1.º painel)	ST: LIS (1.º painel)	ST: TFC	ST: CE (1.º painel)	ST: CPOP (1.º painel)
16.45-		ST: Jorn. (2.º painel)	ST: LIS (2.º painel)	ST: CAeC	ST: COI	ST: CPOP (2.º painel)

Legenda:

SA..... Sessão de Abertura  
CA..... Conferência de Abertura  
MR: CCIE..... Mesa Redonda: «Ciências da comunicação: investigação e ensino»  
ST..... Sessão Temática  
Jorn..... Jornalismo  
LIS..... Linguagem e interacção social  
TFC..... Teorias e filosofia da comunicação  
CE..... Comunicação e educação  
CPOP..... Comunicação política e opinião pública  
CAeC..... Comunicação, arte e cultura  
COI..... Comunicação organizacional e institucional

## PROGRAMA DO CONGRESSO

23 de Março de 1999

9.30 – 11.00: *Sessão plenária* (Auditório 2)

Adriano Duarte Rodrigues (UNL) [a confirmar]

Paul Beaud (Univ. de Lausanne): «O espaço público em construção»

Jean-Pierre Meunier (Univ. Catholique de Louvain): «Para uma semiótica cognitiva»

Henri-Pierre Jeudy (CNRS, Paris): «As vertigens da mediação»

11.15 – 13.00: *Mesa redonda* (Auditório 2)

*Contemporaneidade, Pós-modernidade, Pós-história*

Coordenador: José A. Bragança de Miranda (UNL)

Participantes: Augusto Santos Silva (Univ. do Porto)

Eduardo Prado Coelho (UNL)

Hermínio Martins (St. Antony's College)

José Gil (UNL)

Henri-Pierre Jeudy (CNRS, Paris)

Mário Vieira de Carvalho (UNL)

14.30 – 16.30: *Sessões Temáticas*

Sala 1: *Comunicação, imagens e imaginário* (1.º painel)

Coord.: Paulo Filipe Monteiro (UNL)

Sala 2: *História da comunicação*

Coord.: Isabel Vargues (IEJ – U. Coimbra)

Sala 3: *Ética e comunicação*

Coord.: José Manuel Santos (UBI)

Sala 4: *Comunicação e média* (1.º painel)

Coord.: João Pissarra Esteves (UNL)

Aud. 3: *Comunicação e novas tecnologias*

Coords.: António Fidalgo (UBI) e Joaquim Paulo Serra (UBI)

16.45 – *Sessões Temáticas*

Sala 1: *Publicidade, marketing e relações públicas*

Coord.: Rogério Andrade (ULHT)

Sala 2: *Políticas e economia da comunicação*

Coord.: Pedro Jorge Braumann (UNL)

Sala 4: *Comunicação e educação* (2.º painel)

Coord.: Manuel Pinto (U. Minho)

Aud. 3: *Audiovisual e multimedia*

Coord.: Francisco Rui Cádima (UNL)

## PROGRAMA DO CONGRESSO

24 de Março de 1999

9.30 – 11.00: *Sessões temáticas*

Sala 1: *Comunicação, imagens e imaginário* (2.º painel)

Coord.: Paulo Filipe Monteiro (UNL)

Sala 2: *Direito da comunicação*

Coord.: Monteiro Cardoso (ESCS)

Sala 4: *Comunicação e média* (2.º painel)

Coord.: João Pissarra Esteves (UNL)

Aud. 3: *Comunicação e ciência*

Coord.: José Luís Garcia (ICS – UL)

11.15 – 13.00: *Sessão Plenária* (Auditório 2)

Denis McQuail (Univ. of Amsterdam): «A teoria e o futuro da comunicação»

Muniz Sodré (Univ. Federal do Rio de Janeiro): «*Ethos e média* contemporâneos»

Lucien Sfez (Univ. Paris I – Sorbonne): «Os futuros da comunicação»

14.30 – 16.30: *Mesa redonda* (Auditório 2)

*O Futuro da Comunicação*

Coordenador: Paquete de Oliveira (ISCTE)

Participantes: Carlos Fortuna (Fac. de Economia, Univ. de Coimbra)

Daniel Dayan (CNRS, Paris; Univ. de Oslo)

Francisco Pinto Balsemão (UNL)

Lucien Sfez (Univ. Paris I – Sorbonne)

Manuel Parés i Maicas (Univ. Autónoma de Barcelona)

Manuel Villaverde Cabral (ICS – UL)

Madureira Pinto (Fac. de Economia, Univ. do Porto)

16.45 – 18.00: *Conferência de Encerramento* (Auditório 2)

Ricardo Petrella (Comissão da União Europeia): «A cidadania face à sociedade de comunicação»

Aníbal Alves (Univ. do Minho): «Competência social e competência comunicativa»

18.00 – *Sessão de Encerramento* (Auditório 2)

Presidente da SOPCOM, Aníbal Alves

Presidente da Comissão de Programa, José Bragança de Miranda

Presidente da Comissão Executiva, Joel Frederico da Silveira

Presidente do Instituto da Comunicação Social, Rui Assis Ferreira

Presidente do Instituto das Comunicações de Portugal, Luís Nazaré

S. Exa. o Sec. de Estado da Comunicação Social, Alberto Arons de Carvalho

S. Exa. o Ministro da Ciência e Tecnologia, José Mariano Gago

S. Exa. o Presidente da República, Jorge Sampaio

## PROGRAMA DO CONGRESSO

24 de Março de 1999

9.30 – 11.00: *Sessões temáticas*

Sala 1: *Comunicação, imagens e imaginário* (2.º painel)

Coord.: Paulo Filipe Monteiro (UNL)

Sala 2: *Direito da comunicação*

Coord.: Monteiro Cardoso (ESCS)

Sala 4: *Comunicação e média* (2.º painel)

Coord.: João Pissarra Esteves (UNL)

Aud. 3: *Comunicação e ciência*

Coord.: José Luís Garcia (ICS – UL)

11.15 – 13.00: *Sessão Plenária* (Auditório 2)

Denis McQuail (Univ. of Amsterdam): «A teoria e o futuro da comunicação»

Muniz Sodré (Univ. Federal do Rio de Janeiro): «*Ethos e média* contemporâneos»

Lucien Sfez (Univ. Paris I – Sorbonne): «Os futuros da comunicação»

14.30 – 16.30: *Mesa redonda* (Auditório 2)

*O Futuro da Comunicação*

Coordenador: Paquete de Oliveira (ISCTE)

Participantes: Carlos Fortuna (Fac. de Economia, Univ. de Coimbra)

Daniel Dayan (CNRS, Paris; Univ. de Oslo)

Francisco Pinto Balsemão (UNL)

Lucien Sfez (Univ. Paris I – Sorbonne)

Manuel Parés i Maicas (Univ. Autónoma de Barcelona)

Manuel Villaverde Cabral (ICS – UL)

Madureira Pinto (Fac. de Economia, Univ. do Porto)

16.45 – 18.00: *Conferência de Encerramento* (Auditório 2)

Ricardo Petrella (Comissão da União Europeia): «A cidadania face à sociedade de comunicação»

Aníbal Alves (Univ. do Minho): «Competência social e competência comunicativa»

18.00 – *Sessão de Encerramento* (Auditório 2)

Presidente da SOPCOM, Aníbal Alves

Presidente da Comissão de Programa, José Bragança de Miranda

Presidente da Comissão Executiva, Joel Frederico da Silveira

Presidente do Instituto da Comunicação Social, Rui Assis Ferreira

Presidente do Instituto das Comunicações de Portugal, Luís Nazaré

S. Exa. o Sec. de Estado da Comunicação Social, Alberto Arons de Carvalho

S. Exa. o Ministro da Ciência e Tecnologia, José Mariano Gago

S. Exa. o Presidente da República, Jorge Sampaio

24 de Março de 1999						
	Auditório 2	Sala 1	Sala 2	Sala 3	Sala 4	Auditório 3
9.30-11.00		ST: CII (2.º painel)	ST: DC (1.º painel)		ST: CM (2.º painel)	ST: CC
11.15- 13.00	SP					
14.30- 16.30	MR: FC					
16.45- 18.00	CE					
18.00-	SE					

**Legenda:**

SP ..... Sessão Plenária  
 MR: FC ..... Mesa Redonda: «O futuro da comunicação»  
 ST ..... Sessão Temática  
 CII ..... Comunicação, imagens e imaginário  
 DC ..... Direito da comunicação  
 CM ..... Comunicação e *media*  
 CC ..... Comunicação e ciência  
 CE ..... Conferência de encerramento  
 SE ..... Sessão de encerramento

«As significações da imagem publicitária como discurso organizacional»

Jorge Veríssimo  
Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa

Pretende-se nesta comunicação desenvolver algumas reflexões sobre o discurso publicitário enquanto discurso das organizações para os seus públicos externos, centrando-se sobre a imagem publicitária como processo gerador de significações simbólicas, sociais e culturais nos indivíduos, isto é, uma análise da imagem publicitária, da sua importância no discurso publicitário da sociedade de consumo actual, bem como uma reflexão sobre algumas questões que devem ser obedecidas no seu processo de produção.

Vivendo hoje numa sociedade que sofreu profundas transformações socioculturais, económicas e políticas, na qual o consumo não é apenas a aquisição de bens para satisfazer necessidades primárias, mas também para a satisfação de necessidades sociais e culturais, o discurso publicitário actual manifesta-se sugerindo ao consumidor modelos

de identificação e de comportamento em que muitas vezes o sujeito verdadeiro da comunicação deixa de ser o produto ele próprio, isto é, os atributos operativos, o benefício prático, real e de utilização do produto são secundarizados pelo simbolismo apresentado nos argumentos publicitários em que a imagem apela a uma maneira de ser, a um modo de vida.

A imagem publicitária emerge actualmente com um conteúdo revestido de sentido e de significação social ao qual o consumidor deverá aderir, não como simples comprador mas como um adepto do modo de vida sugerido. Devido ao seu poder analógico de associação com o real, a imagem do discurso publicitário transporta todos os valores sociais e culturais que lhe estão associados, conseguindo construir inconscientemente um conjunto de simulacros com os quais o consumidor irá identificar-se.

A imagem é hoje uma linguagem fundamental na comunicação publicitária, a par com a linguística, sendo necessário tratá-la com base em quatro itens fundamentais: *a analogia, o espaço, o tempo, as significações e o sentido.*

**Patrocínios** institucionais



**FCT** Fundação para a Ciência e a Tecnologia  
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA



**FLAD**  
Fundação Luso-Americana  
para o Desenvolvimento