

# LIVRO DE ABSTRACTS



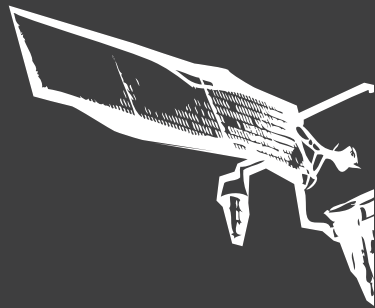
## VI SOPCOM IV CONGRESSO IBERICO VIII LUSOCOM II COLOQUIO PORTUGAL-BRASIL



UNIVERSIDADE LUSÓFONA  
de Humanidades e Tecnologias  
*Humani nihil alienum*

Escola de Comunicação,  
Artes e Tecnologias da Informação





# ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| Apresentação. ....                           | 5  |
| Comissões 8º LUSOCOM. ....                   | 7  |
| Comissão Organizadora. ....                  | 7  |
| Colaboradores da Comissão Organizadora. .... | 7  |
| Comissão Científica. ....                    | 7  |
| Comissões 6º SOPCOM/ 4º IBÉRICO. ....        | 9  |
| Comissão Organizadora. ....                  | 9  |
| Colaboradores da Comissão Organizadora. .... | 9  |
| Comissão Científica. ....                    | 9  |
| Programas dos congressos                     |    |
| 8ºLUSOCOM/6ºSOPCOM/4ºIBÉRICO .....           | 11 |
| Conferências Principais. ....                | 13 |
| Sessões Plenárias. ....                      | 14 |
| 8º LUSOCOM. ....                             | 15 |
| 1. Teorias da Comunicação. ....              | 17 |
| 2. História dos Media. ....                  | 24 |
| 3. Sociologia da Comunicação. ....           | 27 |
| 4. Semiótica e Análise do Discurso. ....     | 35 |
| 5. Economia e Políticas da Comunicação. .... | 41 |
| 6. Comunicação Política. ....                | 50 |
| 7. Retórica e Argumentação. ....             | 58 |

|   |     |  |     |
|---|-----|--|-----|
| 8. Comunicação Audiovisual e Multimédia. ....         | 62  | 5. Economia e Políticas da Comunicação .....         | 254 |
| 9. Estudos Fílmicos. ....                             | 73  | 6. Comunicação Política .....                        | 260 |
| 10. Imagem e Cultura Visual. ....                     | 84  | 7. Retórica e Argumentação .....                     | 275 |
| 11. Sociedade da Informação e Novas Tecnologias. .... | 92  | 8. Comunicação Audiovisual e Multimédia .....        | 279 |
| 12. Direito e Ética da Comunicação. ....              | 106 | 9. Estudos Fílmicos .....                            | 294 |
| 13. Estética, Arte e Design. ....                     | 109 | 10. Imagem e Cultura Visual .....                    | 309 |
| 14. Comunicação nas Organizações. ....                | 116 | 11. Sociedade da Informação e Novas Tecnologias .... | 319 |
| 15. Publicidade e Relações Públicas. ....             | 125 | 12. Direito e Ética da Comunicação .....             | 331 |
| 16. Jornalismo. ....                                  | 138 | 13. Estética, Arte e Design. ....                    | 335 |
| 17. Estudos Culturais e de Género. ....               | 158 | 14. Comunicação nas Organizações .....               | 345 |
| 18. Comunicação e Educação. ....                      | 170 | 15. Publicidade e Relações Públicas .....            | 357 |
| 19. Comunicação e Ciência. ....                       | 185 | 16. Jornalismo .....                                 | 372 |
| 20. Cibercultura. ....                                | 189 | 17. Estudos Culturais e de Género .....              | 393 |
| VI SOPCOM, IV CONGRESSO IBÉRICO. ....                 | 203 | 18. Comunicação e Educação .....                     | 408 |
| 1. Teorias da Comunicação. ....                       | 205 | 19. Comunicação e Ciência .....                      | 422 |
| 2. História dos Media. ....                           | 216 | 20. Cibercultura .....                               | 435 |
| 3. Sociologia da Comunicação. ....                    | 227 | Informações Gerais .....                             | 444 |
| 4. Semiótica e Análise do Discurso. ....              | 238 | Equipa de Revisão .....                              | 446 |

## **Apresentação**

A Escola de Comunicação, Artes e Tecnologias da Informação da Universidade Lusófona irá acolher o 6º Congresso SOPCOM, o 8º Congresso LUSOCOM e o 4º Congresso IBÉRICO entre 14 e 18 de Abril de 2009, sob os respectivos temas, 'Sociedade dos Media: Comunicação, Política e Tecnologia', 'Comunicação, Espaço Global e Lusofonia' e 'Redes, Meios e Diversidade Cultural no Espaço Ibérico'.

A realização destes três eventos permitirá potenciar as sinergias decorrentes de uma maior proximidade de investigadores portugueses das Ciências da Comunicação com os seus colegas dos países de expressão de língua portuguesa por um lado, e, por outro lado, com os colegas que trabalham num contexto ibérico. O último evento em que a SOPCOM procedeu à organização conjunta de Congressos LUSOCOM e IBÉRICO foi na Covilhã, em 2004. A Universidade Lusófona espera poder recuperar essa tradição de cooperação inter-universitária num espaço lusófono e ibérico, com o intuito de repensar o futuro das Ciências da Comunicação em circunstâncias em que cada vez mais se diluem as fronteiras entre disciplinas tradicionais.

A investigação na área dos media afecta quase todos os aspectos da vida social e da produção cultural no nosso quotidiano. O desenvolvimento das novas tecnologias entrosa-se não só nas práticas de comunicação social como também na formação e desenvolvimento de identidades individuais. Tendo como objectivo consolidar os laços que unem as comunidades científicas num espaço lusófono e ibérico, os Congressos contribuirão para apoiar imaginários comuns, revelando-se de crucial importância para fazer face à crescente hegemonia de outros espaços geográficos globalizados. Ao promover a reflexão sobre identidades lusófona e ibérica, localmente contextualizadas, e tecnologias da informação de cariz global, realçam-se as manifestações 'localizadas' e 'globalizadas' da sociedade em rede.

Os Congressos acolhidos pela Universidade Lusófona vão proporcionar a oportunidade de reflectir sobre novas formas de cooperação no espaço lusófono e ibérico, difundindo novos conhecimentos que acalem o desenvolvimento das ciências da comunicação.

A Comissão Organizadora

# Programa dos Congressos 8º LUSOCOM/ 6º SOPCOM/ 4º IBÉRICO

**3ª feira 14/04/09**

**8º LUSOCOM**

8.00 - 9.00 Acreditação LUSOCOM

9.00 - 9.45 Abertura Congressos 8º LUSOCOM/6º SOPCOM/4º IBÉRICO

Reitor ULHT – Mário Caneva Moutinho  
Presidente LUSOCOM- Margarita Ledo  
Presidente SOPCOM - Moisés Lemos Martins  
Ecati ULHT – Manuel José Damásio  
Comissão Organizadora - Cláudia Álvares

9.45 - 10.45 Conferência Inaugural - Margarita Ledo

10.45 - 11.00 Intervalo

11.00 - 12.15 Plenária - Lusofonia e Globalização

Conferencistas: António Nhaga, Isabel Ferin Cunha, José Marques de Melo, Nelson Saúte  
Moderador: Fernando Santos Neves

12.15 - 12.30 Intervalo

12.30 - 13.30 Conferência - José Bragança de Miranda

13.30 - 14.30 Almoço

14.30 - 16.00 Temáticas

16.00 - 16.15 Intervalo

16.15 - 17.45 Temáticas

17.45 - 18.00 Intervalo

18.00 - 19.30 Temáticas e II Colóquio Portugal-Brasil

19.30 - 20.00 Reunião da Direcção do LUSOCOM

21.00 - 23.00 Lançamento de Livros e Assembleia Geral da SOPCOM

**4ª feira 15/04/09**

**8º LUSOCOM / 6º SOPCOM**

9.00 - 10.30 Temáticas

10.30 - 10.45 Intervalo

10.45 - 12.15 Temáticas

12.15 - 12.30 Intervalo

12.30 - 13.45 Plenária - Novos Media e Desenvolvimento

Conferencistas: António Câmara, José Rebelo, Massimo Felice, Manuel José Damásio  
Moderador: Manuel Costa Leite

13.45 - 14.45 Almoço

14.45 - 15.45 Conferência Encerramento - Ieda Tucherman

14.45 - 16.00 Acreditação 6º SOPCOM/4º IBÉRICO

15.45 - 16.00 Intervalo

16.00 - 16.15 Abertura SOPCOM

Presidente SOPCOM – Moisés Lemos Martins  
ECATI ULHT – António Machuco Rosa

16.15 - 17.15 Conferência Inaugural - Moisés Lemos Martins

17.15 - 17.30 Intervalo

17.30 - 19.00 Plenária - Serviço Público Televisivo

Conferencistas: Alberto Arons de Carvalho, Emili Prado, Enrique Bustamante, Pedro Jorge Braumann

Moderador: José Azeredo Lopes

20.30 - 23.00 Workshop de Cinema com Exibição de Documentário ‘«ORA (DIREIS) OUVIR ESTRELAS!»

## **5ª feira 16/04/09**

### **6º SOPCOM / 4º IBÉRICO**

9.00 - 9.15 Abertura IBÉRICO

Presidente IBÉRICO – Miquel de Moragas  
ECATI – Rui Estrela

9.15 - 10.15 Conferência Inaugural - Miquel de Moragas

10.15 - 10.30 Intervalo

10.30 - 12.00 Mesa-Redonda - Investigação nas Ciências da Comunicação

Conferencistas: Cristina Ponte, Erick Felinto, Gonzalo Abril Curto, José Manuel Paquete de Oliveira, Nico Carpentier  
Moderador: Joaquim Fidalgo

12.00 - 12.15 Intervalo

12.15 - 13.15 Conferência - Scott Lash

13.15 - 14.30 Almoço

14.30 - 16.00 Temáticas

16.00 - 16.15 Intervalo

16.15 - 17.45 Temáticas

17.45 - 18.00 Intervalo

18.00 - 19.30 Temáticas

## **6ª feira 17/04/09**

### **6º SOPCOM / 4º IBÉRICO**

9.00 - 10.30 Temáticas

10.30 - 10.45 Intervalo

10.45 - 12.15 Temáticas

12.15 - 12.30 Intervalo

12.30 - 13.45 Plenária - Sociedade dos Media

Conferencistas: António Fidalgo, António Machuco Rosa, Fernando Ilharco, Gustavo Cardoso  
Moderador: José Manuel Gomes Pinto

13.45 - 14.45 Almoço

14.45 - 16.15 Temáticas

16.15 - 16.30 Intervalo

16.30 - 18.00 Mesa-Redonda - Presidentes das Associações de Comunicação Europeias: Media e Cidadania

Conferencistas: Annabelle Sreberny, François Heinderyckx, Miquel de Moragas, Moisés de Lemos Martins  
Moderador: José Luís Garcia

18.00 - 18.15 Intervalo

18.15 - 19.15 Conferência Encerramento - Homi Bhabha

19.15 - 20.00 Cerimónia de Encerramento

Augusto Santos Silva, Ministro dos Assuntos Parlamentares  
Presidente do Conselho de Administração da ULHT – Manuel de Almeida Damásio  
ECATI ULHT – José Bragança de Miranda  
Presidente SOPCOM – Moisés de Lemos Martins  
Comissão Organizadora – Cláudia Álvares

## **Sábado 18/04/09**

9.00 - 19.15 - Programa Social

**\*Nota informativa:**

Os seguintes acontecimentos decorrem no Auditório Agostinho Silva:

Conferências principais, sessões plenárias, II Colóquio Portugal-Brasil, Reunião da Direcção do LUSOCOM, Assembleia Geral da SOPCOM e Workshop de Cinema.

O lançamento de livros realiza-se em tenda montada para esse efeito.

## **Conferências Principais**

### **8º LUSOCOM**

#### **3ª-feira 14/04/09**

9.45 - 10.45- Margarita Ledo - O(s) Sentido(s) da Relación Galiza-Países Lusófonos

12.30 - 13.30 - José Bragança de Miranda - Globalização e Netactivismo Artístico e Político

#### **4ª-feira 15/04/09**

14.45 - 15.45 - Ieda Tucherman - Mídia e Biopolítica: A Nova Retórica do Catastrofismo

### **6º SOPCOM/4º IBÉRICO**

#### **4ª-feira 15/04/09**

16.15 - 17.15 - Moisés de Lemos Martins - A Mobilização Infinita numa Sociedade de Meios sem Fim

#### **5ª-feira 16/04/09**

9.15 - 10.15 - Miquel de Moragas - Diversidad Cultural. Nuevos Retos de las Políticas de Comunicación

12.15 - 13.15 - Scott Lash - After the Meltdown: The Global Media Society

#### **6ª feira 17/04/09**

18.15 - 19.15 - Homi Bhabha - On Global Memory: Reflections on Barbaric Transmission

## Sessões Plenárias

### 8º LUSOCOM

#### 3ª feira 14/04/09

11.00 - 12.15 - Lusofonia e Globalização

Conferencistas: António Nhaga, Isabel Ferin Cunha, José Marques de Melo, Nelson Saúte

Moderador: Fernando Santos Neves

#### 4ª feira 15/04/09

12.30 - 13.45 - Novos Media e Desenvolvimento

Conferencistas: António Câmara, José Rebelo, Massimo Felice, Manuel José Damásio

Moderador: Manuel Costa Leite

### 6º SOPCOM/4º IBÉRICO

#### 4ª feira 15/04/09

17.30 - 19.00 - Serviço Público Televisivo

Conferencistas: Alberto Arons de Carvalho, Emili Prado, Enrique Bustamante, Pedro Jorge Braumann

Moderador: José Azeredo Lopes

#### 5ª feira 16/04/09

10.30 - 12.00 - Mesa-Redonda: Investigação nas Ciências da Comunicação

Conferencistas: Cristina Ponte, Erick Felinto, Gonzalo Abril Curto, José Manuel Paquete de Oliveira, Nico Carpentier

Moderador: Joaquim Fidalgo

#### 6ª feira 17/04/09

12.30 - 13.45 - Sociedade dos Media

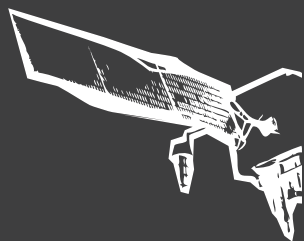
Conferencistas: António Fidalgo, António Machuco Rosa, Fernando Ilharco, Gustavo Cardoso

Moderador: José Manuel Gomes Pinto

16.30 - 18.00 - Mesa-Redonda: Media e Cidadania

Conferencistas: Annabelle Sreberny, François Heinderyckx, Miquel de Moragas, Moisés de Lemos Martins

Moderador: José Luís Garcia



# VIII LUSOCOM

## MESAS TEMÁTICAS

1. Teorias da Comunicação
2. História dos Media
3. Sociologia da Comunicação
4. Semiótica e Análise do Discurso
5. Economia e Políticas da Comunicação
6. Comunicação Política
7. Retórica e Argumentação
8. Comunicação Audiovisual e Multimédia
9. Estudos Fílmicos
10. Imagem e Cultura Visual
11. Sociedade da Informação e Novas Tecnologias
12. Direito e Ética da Comunicação
13. Estética, Arte e Design
14. Comunicação nas Organizações
15. Publicidade e Relações Públicas
16. Jornalismo
17. Estudos Culturais e de Género
18. Comunicação e Educação
19. Comunicação e Ciência
20. Cibercultura

## O poder do passa-palavra nas novas tecnologias

Autor(es)

Fernanda Andrade e Cláudia Lauro, Escola Superior de Ciências Empresariais, Instituto Politécnico de Setúbal

Resumo

O passa-palavra constitui, cada vez mais, uma poderosa ferramenta de comunicação ao serviço das organizações. O cansaço e a saturação dos consumidores em relação aos *media* tradicionais, comprovados em estudos científicos e de mercado, fazem com que esta forma de comunicação, potenciado pelas novas tecnologias, se repercuta nas escolhas dos consumidores. Além disso, o passa-palavra influencia também as seguintes fases do processo de compra, essencialmente em serviços e de modo crescente em produtos. Evidencia-se neste artigo, com base em fundamentação teórica, o efeito das novas tecnologias no passa-palavra e avalia-se a sua repercussão na imagem e notoriedade. Apresentam-se, de igual modo, linhas gerais para a implementação e gestão deste importante meio, perspectivando-se em função dos diferentes tipos de consumidores. A abordagem realizada salienta que o passa-palavra veio para ficar, e é compatível com as novas filosofias do Marketing Relacional.

## Processos de trans-nacionalização da linguagem publicitária

Autor(es)

Helena Figueiredo Pina, Escola Superior de Comunicação Social

Resumo

Este artigo analisa a questão da trans-nacionalização da linguagem publicitária e da sua eficácia. O mundo actual está num processo de grande transformação social e dele emerge um novo paradigma da comunicação comercial.

A trans-nacionalização da linguagem publicitária põe em marcha dois processos paralelos. Por um lado, contribui para uma certa homogeneização cultural (visível sobretudo nos conceitos globais e na utilização do inglês como língua de ancoragem de sentido universal) e para a emergência de valores sociais de cariz global, porque desterritorizados. Outro processo é o da diversificação cultural, com valores diferenciados (que nascem da apropriação e transformação e re-contextualização de significações) que passam a operar como códigos, mais ou menos fechados, de comunidades sociais, de toda a espécie, que em torno deles se estruturam. Essa ocorrência, parece ser mais frequente entre as novas gerações (mas não necessariamente) e estas também usam, normalmente, certas marcas e certos objectos de consumo, quase sempre ligados ao segmento da moda, que se transformam em símbolos de pertença da tribo.

A mudança de paradigma faz realçar o factor criatividade como garante da eficácia publicitária. Uma das principais consequências desta mudança de paradigma é que as marcas deixarão de entrar facilmente na casa do consumidor e na sua mente através de uma estratégia cerrada de «bombardeamento» e a linguagem publicitária deverá retornar aos valores humanos importantes, oferecendo espectáculo, sonho, significado e relação. Porque afinal não basta colocar as campanhas publicitárias internacionais no ar, é preciso que os conceitos criativos possam «voar».