

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

Página | 2

✂ ✂ ✂ ✂

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
<b>CIBERCULTURA</b> .....	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

Comunicação, Turismo e Cultura

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**

**Para uma genealogia das fake news: o Committee in public Information no quadro da I Guerra Mundial**

**Autora**

*Filipa Subtil*

ESCS / Instituto Politécnico de Lisboa

**Resumo**

As chamadas fake news estão hoje associadas às redes digitais, mas os fenómenos como os rumores, a manipulação da palavra e a propaganda, são bem antigos e não circunscritos a regimes ditatoriais. Nesta comunicação mostra-se como uma das origens da produção de desinformação na luta política moderna foi o Committee on Public Information (CPI), criado em 1917 nos EUA, pelo presidente Woodrow Wilson, e dirigido por Edward Bernays, um dos criadores da nova actividade das relações públicas. Composto por jornalistas, académicos especialistas de opinião pública e militares, o CPI foi uma organização burocrática responsável pela supervisão de toda a máquina de propaganda e censura do governo norte-americano durante a I Guerra Mundial. O CPI elaborou meticulosamente novas histórias e milhares de comunicados de imprensa, que foram publicados em

jornais, cartazes, folhetos, murais, fotografias, enviados pelos fios do telégrafo, emitidos pela rádio e projectados nas salas de cinema. Ao mesmo tempo, monitorizou de perto os media com o intuito de confirmar a sua adesão à causa nacional. O programa de propaganda do CPI estendeu-se também à instrução pública. A sua Divisão de Educação produziu, imprimiu e distribuiu mais de 75 milhões de materiais destinados aos estudantes de todos os níveis de ensino. Muita desta documentação foi elaborada por académicos contratados por Washington para desenvolver conteúdos para as campanhas de propaganda. Num curto espaço de tempo, o CPI transformou a população norte-americana numa população histórica, favorável à guerra e que, sob um imaginário quase religioso dos EUA, queria aniquilar tudo o que fosse alemão, ir para os campos de batalha e salvar o mundo.

**Palavras-Chave**

CPI, produção industrial de mentira, desinformação