

Coleção de *Cadernos* – Chamada de trabalhos

Submissão de propostas até 15 de junho de 2018

Na sequência da informação difundida na Circular 01/2018, que anunciou o lançamento de uma coleção de *Cadernos* em formato eletrónico e regime de livre acesso, a direção da Sopcom informa que está aberta uma chamada para propostas de publicação de trabalhos científicos tipo mini-livro. De acordo com as indicações previamente divulgadas e o regulamento da coleção (em anexo a esta circular), a ideia consiste em publicar trabalhos de autoria singular ou de pares de membros da associação.

Para a primeira edição, cada grupo poderá propor à direção a publicação de um máximo de dois cadernos sujeitos a revisão de pares. No sentido de diluir eventuais dúvidas sobre o carácter destas publicações, informamos que:

- cada caderno deve corresponder a um texto único, ou seja, não se trata de uma edição composta por artigos diversos, mas antes da edição de um texto singular;
- os trabalhos a publicar podem resultar da adaptação de dissertações de mestrado ou partes de teses de doutoramento, bem como de trabalhos originais sobre o estado da arte de uma área específica ou ainda de apresentação de resultados de investigações desenvolvidas a título individual ou no quadro de projetos coletivos (do tipo *extended paper*);
- os textos devem ter uma extensão entre 12 e 15 mil palavras e seguir as normas estabelecidas no regulamento da coleção;
- as propostas devem ser submetidas sob a forma de texto integral (ficheiro Word) aos coordenadores dos grupos de trabalho (ver contactos no site da Sopcom ou em baixo) e corresponder aos tópicos/temas da chamada de cada grupo que aderiu à iniciativa (ver em baixo).
- Todos os volumes dos cadernos terão registo de ISBN.

Calendário da primeira série:

- Receção das propostas sob a forma de texto completo (enviadas pelos autores diretamente aos coordenadores dos GT): até 15 de junho
- Revisão de pares e notificação dos autores: até 15 de setembro
- Entrega do manuscrito final: até 15 de outubro

Chamadas por Grupo de Trabalho:

CIBERCULTURA

Coordenadores: Vania Baldi (vbaldi@ua.pt) e Jorge Martins Rosa (dedalus.jmmr@gmail.com)

Um dos assuntos chave salientado pela pesquisa *cibercultural* é o da experiência da partilha nas suas articulações entre as dimensões *online* e *offline*, experiência que pode adquirir aspetos diferentes como o da colaboração guiada por interesses em comum, da ação em comum desafiada pela motivação em mudar/criar algo na esfera social, da troca de bens e serviços para fomentar economias e conhecimentos alternativos.

Assim sendo, consideramos estratégico refletir sobre um tema que alavanca para âmbitos de estudo de cariz metodológico (as metodologias participativas que assentam no auxílio dos media digitais), jornalístico (as formas de cocriar e distribuir conteúdos noticiosos), ético (as maneiras de agregar digitalmente interesses convergentes para finalidades cívicas), económico (a construção de novos mercados baseados na partilha tecnologicamente mediada), etc.

CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Coordenadores: Ana Lúcia Terra (anaterra@iscap.ipp.pt) e Óscar Mealha (oem@ua.pt)

No âmbito interdisciplinar das Ciências da Comunicação, a Ciência da Informação promove uma visão integradora, analítica e crítica, da informação, da comunicação e da mediação tecnológica, considerando as pessoas e os contextos (sociais, culturais, organizacionais, etc). Aceitam-se propostas de textos enquadráveis na temática geral *Ciência da Informação: A Relevância das Pessoas, do Contexto e da Mediação Tecnológica* tanto de índole ensaística, teórica ou teórico-empírica.

COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL

Coordenadores: Isabel Macedo (isabelmaced@gmail.com) e Rosa Cabecinhas (cabecinhas@ics.uminho.pt)

O GT de Comunicação Intercultural da Sopcom aceita manuscritos que explorem as dinâmicas associadas às relações interculturais contemporâneas. Estudos que analisem o papel dos média enquanto instrumento contra-hegemónico, de reflexão e aprofundamento do conhecimento sobre o "Outro" são bem-vindos. De entre os possíveis, mas não exclusivos, tópicos de análise, constam os seguintes: Políticas de diversidade cultural; Migrações, média e memória; Relações internacionais, fronteira e diversidade; Migrações, relações interculturais e educação; Indústrias culturais e representação; Média, identidade e alteridade.

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E INSTITUCIONAL

Coordenadores: José Gabriel Andrade (jgandrade@braga.ucp.pt) e Ana Raposo (alraposo@gmail.com)

O GT de Comunicação Organizacional e Institucional acolhe propostas que reflitam sobre Responsabilidade Social Corporativa (RSC). As organizações devem ser agentes de mudança parceiras em projetos comuns com outras forças da sociedade (organizações da sociedade

civil, entidades governamentais ou supragovernamentais). Nas sociedades democráticas, a questão da cidadania corporativa ultrapassa em muito a noção de comunidade pensada como comunidade local. Hoje, o grande desafio parece ser o ser-se globalmente responsável e ser-se um verdadeiro cidadão do mundo, não esquecendo, contudo, que urge ainda garantir a ação cidadã a nível local.

ESTUDOS FÍLMICOS

Coordenadores: Ana Catarina Pereira (anacatarinapereira4@gmail.com) e Luís Nogueira (nog.luis@gmail.com)

Numa associação que reúne, essencialmente, investigadores e investigadoras de língua portuguesa, consideramos que os estudos dedicados às cinematografias que partilham o mesmo idioma devem ser incentivados. Nesse sentido, a chamada de trabalhos aqui iniciada apela à reflexão em torno de histórias e estéticas dos cinemas dos diversos países lusófonos. Sem se postular um modelo rígido de análise fílmica, considera-se que as reflexões poderão advir das diferentes áreas das Ciências da Comunicação, sendo, por isso, realizadas de diferentes perspetivas, de ordem essencialmente cultural ou filosófica, estilística ou técnica. Os cadernos resultantes desta chamada de trabalhos deverão funcionar como referencial bibliográfico para pesquisadores/as em Estudos Fílmicos, podendo ser usados como ferramentas pedagógicas em unidades curriculares de Cinema ou de estudos do audiovisual.

PUBLICIDADE

Coordenadores: Helena Pires (hpirez@ics.uminho.pt) e Francisco Mesquita (fmcs@ufp.edu.pt)

São escassos, em Portugal, os estudos que visam dar conta do estado da arte respeitante à produção publicitária (ou veiculação de publicidade) com origem em agências que operam, ou estão inseridas no território (geográfico e virtual) nacional. O que publicita a publicidade em Portugal? Como publicita? Usando que estratégias? Que meios? Quais as imagens e os discursos utilizados? Que mudanças ou permanências se observam nos últimos anos? De que modo a publicidade nos permite pensar criticamente a sociedade e a cultura, na nossa contemporaneidade? Como caracterizar a publicidade *made in* Portugal? De que forma, observando a publicidade, podemos interrogar o modo como participamos, sobretudo, de uma cultura de ressonância global?

Estas são apenas algumas das derivações possíveis que esta temática potencia, abrindo-se a estudos ou ensaios de carácter diverso e mesmo a subtemáticas capazes de articular a publicidade com as novas tecnologias, a cibercultura, os meios tradicionais, a criatividade e as artes, a cultura-cidadã e participativa, a crítica social, etc. Pretende-se, acima de tudo, valorizar a publicidade enquanto disciplina fundamental ao questionamento da cultura e da sociedade do futuro-presente, numa perspetiva que concilia a larga escala com o mapeamento das dinâmicas agenciadas em Portugal.

RÁDIO E MEIOS SONOROS

Coordenadores: Ana Isabel Reis (aisabelreis@gmail.com) e Fábio Ribeiro (fabior@utad.pt)

Nos últimos anos, temos assistido a um aumento da produção de estudos sobre a Rádio e o Som nomeadamente para a obtenção de graus académicos. É nosso objetivo dar mais

visibilidade a esses estudos, aos que estão em curso, e também à investigação que os membros do GT têm desenvolvido. Nesse sentido, serão bem-vindas propostas de temáticas abrangentes desde que centradas na rádio e no som: narrativas sonoras, estética sonora, identidade e memória, publicidade, internet, plataformas digitais, redes sociais, audiências e diferentes consumos de produtos sonoros, rádios comunitárias, história da rádio, jornalismo, regulação, modelos de negócio.

SEMIÓTICA

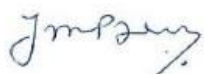
Coordenadores: Catarina Moura (catarinamoura@gmail.com) e Anabela Gradim (anabela.gradim@labcom.ubi.pt)

O GT de Semiótica acolhe propostas que se inscrevam no tema *Semiótica, hoje. Pertinência, desafios e perspectivas da Semiótica na contemporaneidade*. Conscientes da fragilidade de que esta área tem vindo a manifestar no âmbito da comunidade científica portuguesa, é nosso objetivo analisar e diagnosticar criticamente não só a relevância de que possa ainda revestir-se a Semiótica hoje, mas também compreender os caminhos que tem vindo a percorrer, as distintas metodologias que tem vindo a integrar e os desafios que quis abertamente assumir nas últimas décadas, à medida que, flexibilizadas as suas fronteiras, se fez também nova praxis, determinada por um caráter interdisciplinar que não teria como não lhe redesenhar os contornos. Os textos propostos podem interrogar a evolução sofrida na e até à atualidade por esta área científica, bem como os distintos modos e meios através dos quais se tem vindo a metamorfosear ou se preveja que venha a fazê-lo. Conscientes de que, nacional e internacionalmente, a Semiótica tem estabelecido um diálogo permanente e profícuo, para lá da Comunicação, com disciplinas tão variadas como o Design, a Arte, o Cinema, as Ciências da Cultura, o Marketing, a Publicidade, as Relações Públicas, a Antropologia, a Religião, a Moda, a Cibernética, a Ciência Cognitiva, a Educação e a Pedagogia, a Tecnologia, a Biologia, a Medicina, entre tantas outras, é nossa expectativa que possa e venha a ser essa diversidade a informar os trabalhos recebidos. A própria permeabilidade ao território do sensível que tem vindo a caracterizar alguns dos estudos mais recentes pode representar um avanço importante para a consolidação da investigação semiótica neste novo século. Apesar de incentivarmos uma total liberdade na abordagem à temática proposta, deixamos, ainda assim, algumas sugestões para possíveis enquadramentos ou pontos de partida: Desafios e perspectivas; Identidade e (re)definição; Pertinência científica e metodológica; Permanência e relevância (ou não) do cânone semiótico; Velhas referências, novos fenómenos; Praxis semiótica: aplicações; Abertura e interdisciplinaridade: consequências; Questionamentos, desvios e ruturas.

As chamadas agora divulgadas são da inteira responsabilidade dos GT. Dúvidas sobre as temáticas devem ser dirigidas aos respetivos coordenadores.

26 de abril de 2018

O Presidente da Direção



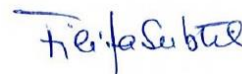
Joaquim Paulo Serra

Vice-Presidente (Pelouro dos GT)



Madalena Oliveira

Vogal (Pelouro das Publicações)



Filipa Subtil

**REGULAMENTO
APRESENTAÇÃO E AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS**

**Artigo 1º
(Definição e objetivos)**

A coleção *Cadernos SOPCOM*, editada pela Sopcom - Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, tem como principal objetivo promover a investigação e a publicação de curta/média dimensão realizada pelos sócios da associação nos vastos domínios que cobrem o campo de ação das Ciências da Comunicação. Os volumes publicados serão temáticos em cada especialidade; poderão ser coletivos, mas não constituir uma antologia. Pretende-se que discutam de forma simples, clara e rigorosa as complexas relações entre comunicação e sociedade de modo a que possam chegar a um público de leitores mais alargado. São bem acolhidas propostas tanto de natureza teórica e teórico-empírica como ensaística.

**Artigo 2º
(Âmbito)**

Esta coleção destina-se à publicação eletrónica, em regime de acesso aberto, de uma coleção de pequenos livros que resultem de trabalhos originais ou da adaptação de dissertações de mestrado ou teses de doutoramento. A coleção será organizada por áreas temáticas coincidentes com as áreas de atuação dos Grupos de Trabalho.

**Artigo 3º
(Condições)**

1. A edição da coleção é da responsabilidade da Direção da Sopcom em colaboração com os coordenadores dos Grupos de Trabalho.
2. Os custos de edição são suportados por verbas da associação que, no entanto, não financiará atividades de investigação inerentes à produção dos textos a publicar.
3. A coleção *Cadernos SOPCOM* apenas publicará trabalhos da autoria de sócios da Sopcom, com a situação de quotização regularizada.

**Artigo 4º
(Competências)**

1. À Direção da Sopcom compete:
 - a) fixar os prazos de submissão e análise de propostas para cada série de Cadernos;
 - b) receber as propostas submetidas pelos coordenadores dos GT e providenciar a sua edição gráfica e respetiva publicação no site da associação.

2. Aos coordenadores dos GT compete:

- a) fazer uma chamada pública para a receção de propostas de sócios na área específica do GT, devendo esta chamada ser difundida através da *mailing list* da Sopcom;
- b) rececionar as propostas sob a forma de texto completo (não apenas resumo) e submete-las a revisão por pares;
- c) seleccionar, a partir da pontuação obtida na revisão por pares, as duas propostas que devem seguir para publicação.
- c) verificar a conformidade das propostas com a chamada divulgada e as normas fixadas no Artº 5º do presente regulamento;
- d) encaminhar à Direção da Sopcom as propostas finais.

Artigo 5º (Normas)

As propostas finais de cada GT deverão ser enviadas à Direção da Sopcom em documento Word no seguinte formato (e de acordo com o modelo anexo):

- a) Título: máximo de 50 caracteres (incluindo espaços);
- b) Nome e breve apresentação do autor: máximo de 100 palavras;
- c) Corpo do texto: entre 12 e 15 mil palavras;
- d) Figuras, Tabelas e Gráficos integrados no corpo do texto;
- e) Conformidade com as normas de referenciação bibliográfica da APA – 6ª Edição;
- f) Lista final de referências bibliográficas apenas com as referências realmente citadas ou mencionadas no texto.

Artigo 6º (Documentos complementares)

O presente regulamento é complementado por informação divulgada em Circular em cada edição da coleção, nomeadamente em relação aos procedimentos práticos e ao calendário, sem prejuízo do disposto nos princípios gerais aqui enunciados.

Modelo para documento do manuscrito

Tipo de Documento: Word

Tipo de letra: Times New Roman, Arial, Calibri ou Cambria

TÍTULO

Letra tamanho 14, tudo em maiúsculas, centrado, a negrito, máximo de 50 caracteres (incluindo espaços)

Nome do(s) autor(es)

Letra tamanho 12, justificado à esquerda, em itálico e a negrito

Breve apresentação do(s) autor(es)

Texto simples, letra tamanho 11, justificado, sem itálico nem negrito, entrelinhamento 1,15.

Corpo do texto

Formação do texto: Texto simples, letra tamanho 11, justificado, sem itálico nem negrito, entrelinhamento 1,5.

Entretítulos: O corpo do texto pode incluir entretítulos, de preferência, numerados.

Notas de rodapé: Sempre que necessário, poderão ser adicionadas notas de rodapé de página (e não de fim do documento). Sugere-se, porém, não utilizar este recurso em demasia para não comprometer o equilíbrio estético das páginas nem dificultar a leitura.

Elementos gráficos: Todos os elementos gráficos do texto deverão ser identificados por uma das três categorias seguintes: Figuras, Tabelas e Gráficos. Estes elementos – que deverão ser enviados simultaneamente em ficheiro isolado no formato jpg ou png – deverão ser integrados no corpo do texto (próximos da passagem de texto onde façam sentido) e devem, de preferência, estar referenciados no corpo do texto (ex. O Gráfico 12 apresenta os dados resultantes do inquérito...). Todos os elementos gráficos deverão estar legendados (não deve ser usado título para estes elementos, apenas legenda e indicação da fonte, sempre que essa informação for pertinente).

Normas de referência bibliográfica: Os textos devem seguir o estilo APA – 6ª edição – por ex., citações indicadas segundo a fórmula (McQuail, 2002, p. 50). Para todos os exemplos de referências, verificar estilo APA.

Lista final de referências: No final do documento devem ser listadas todas as referências bibliográficas (ou de outro tipo – jurídicas, por exemplo) mencionadas ou citadas no texto. Devem ser excluídas desta listagem outras indicações que não surjam explicitamente no corpo do texto.

Na página seguinte, ilustram-se as situações aqui anotadas (texto fictício).

JORNALISMO ESPECIALIZADO

Maria Costa

Maria Costa é doutorada em Ciências da Comunicação, na área de especialidade de Estudos Jornalísticos, pela Universidade de Évora. Leciona Jornalismo de Investigação e Jornalismo Especializado na Universidade Aberta e tem desenvolvido trabalhos de investigação especialmente dedicados ao jornalismo impresso. É presidente da Associação de Imprensa Infantil e membro da Sopcom. É autora do livro *Jornalismo Policial*, editado em 2015 pela Editora Iluminare, e tem publicado inúmeros artigos científicos em revistas nacionais e internacionais. Pontualmente colabora também com alguns órgãos de comunicação como especialista em assuntos de jornalismo e economia dos média.

1. O que é o jornalismo especializado?

A atividade jornalística define-se por um conjunto de princípios – como o de verdade, rigor e novidade. Independentemente do suporte¹ e da matéria tratada, o jornalismo define-se pelo interesse por matérias de atualidade. Não obstante estes princípios, o jornalismo pode ter especificidades em função das áreas temáticas a que se dedica. De acordo com Ana Abiahy, “faz sentido que a informação procure atender às especificidades ao se dirigir aos públicos diferenciados” (Abiahy, 2005, p. 5).

Conforme se ilustra na Figura 1, o jornalismo especializado pode inclusive estar ligado a configurações gráficas diversas...



Figura 1: Configurações gráficas de jornais especializados

Referências bibliográficas

- Baptista, C. (2004). Os outros jornalismo. *Revista Média e Jornalismo*, 3(3), 103-111
Piza, D. (2002). *Jornalismo cultural*. São Paulo: Editora Contexto

¹ Suporte escrito, sonoro, audiovisual ou multimédia.