

Comunicação Política e Desafios Contemporâneos

Conferência

Universidade da Madeira, 17 e 18 de Outubro de 2024

Chamada de Trabalhos

A comunicação política é um campo dinâmico e crucial para a compreensão dos processos democráticos e da formação da opinião pública nas sociedades contemporâneas. Nas últimas décadas, temos testemunhado mudanças significativas no cenário político e mediático, o que envolve desafios e oportunidades para a investigação nesta área. O panorama de uma esfera pública em declínio (Mateus, 2024) onde a internet tem dificuldades em colocar-se como um espaço público deliberativo (Ferreira, 2012) contribuem para que surjam novos problemas relacionados a existência e atuação dos Media.

Um dos mais visíveis atualmente é a relação entre a desinformação e a emergência da “Pós-Verdade” perante a disseminação de informações inverosímeis, falsas e descontextualizadas, as quais têm impacto direto na esfera pública e na tomada de decisões políticas. Por outro lado, as redes sociais transformaram a forma como as pessoas se informam, envolvem e participam na política, inclusivamente no modo como agora contactam com discursos de ódio (Moura, 2016) e discursos populistas (Waisbord, 2018; Prior, 2021;). Salienta-se, também, o papel - inibidor ou potenciador- das plataformas digitais na mobilização de movimentos sociais (Gerbaudo e Trére, 2015), moldando a agenda política e influenciando a polarização (Rojo-Martínez; Crespo-Martínez, 2023).

Com efeito, a era digital oferece novas oportunidades para a participação política, mas também cria potenciais desigualdades. A investigação tem revelado os obstáculos enfrentados por distintos grupos sociais, evidenciando diferentes estratégias para promover a participação ativa e informada.

Por outro lado, emergem novas questões epistemológicas, teóricas e metodológicas ao estudar a política na era digital. Como adaptamos as teorias clássicas à nova realidade? Como medimos o impacto dos media digitais nas atitudes políticas? (Dimitrova e Matthes, 2018). Que impacto a Inteligência Artificial pode ter nas modernas campanhas políticas (Justo-Hanani, 2022)?

Comunicação Política e Desafios Contemporâneos pretende ser um fórum de ideias acerca da atual condição da comunicação política reunindo investigadores e profissionais interessados em debater o que está a ser feito e aquilo que pode vir a ser feito, no futuro.

A conferência *Comunicação Política e Desafios Contemporâneos* aceita propostas de comunicação em todos os tópicos da Comunicação Política incluindo:

1. Comunicação Eleitoral:

- Estratégias de comunicação em campanhas eleitorais.
- O Papel das redes sociais na formação da opinião do eleitorado.
- Propaganda e desinformação nas redes sociais.

2. Novos Movimentos Sociais e Contestação Política:

- O papel das redes sociais na mobilização de movimentos sociais.
- Análise de protestos e manifestações contemporâneas.

3. Opinião Pública e Teoria dos Efeitos dos Media:

- Influência dos media na formação da opinião pública.
- Estudos empíricos sobre a relação entre opinião pública e decisões políticas.

4. Representações da Imagem Política:

- Imagem pública de partidos políticos, governos e líderes.
- Construção de narrativas políticas e sua influência na percepção do público.

5. Novos Media e Movimentos Sociais:

- Impacto das plataformas digitais na organização e disseminação de movimentos sociais.
- Uso de memes, hashtags, tik toks e outras estratégias online.
- Desafios éticos e legais relacionados com a comunicação digital.

6. Questões e Problemas da Participação na Era Digital:

- Engajamento cívico online e offline.
- Inclusão e exclusão digital na esfera política.
- Discursos de ódio e extremismo discursivo em ambiente online

7. Retórica Política:

- Análise retórica de discursos políticos.
- Retórica visual em campanhas e debates.

8. Jornalismo e Política:

Escândalo político e mediatização da corrupção.

Cobertura jornalística das campanhas eleitorais.

Populismo mediático.

Referências Bibliográficas:

Ferreira, Gil Baptista (2012). *Novos Media e vida cívica: estudos sobre deliberação, internet e jornalismo*, Covilhã, Livros Labcom.

Gerbaudo, Paolo; Treré, Emiliano (2015) In search of the ‘we’ of social media activism: introduction to the special issue on social media and protest identities, *Information, Communication & Society*, 18:8, 865-871, DOI: [10.1080/1369118X.2015.1043319](https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043319)

Dimitrova, Daniela. V., & Matthes, Jörg. (2018). Social Media in Political Campaigning Around the World: Theoretical and Methodological Challenges. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 333-342. DOI: <https://doi.org/10.1177/1077699018770437>

Justo-Hanani, R. (2022). The politics of Artificial Intelligence regulation and governance reform in the European Union. *Policy Sci* **55**, 137–159. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11077-022-09452-8>

Mateus, Samuel (2024). *O Fim da Esfera Pública e a nova Teoria da Publicidade*, São Paulo, Pimenta Cultural.

Moura, Marco Aurélio (2016). O Discurso de ódio em Redes Sociais, São Caetano do Sul, Lura Editorial.

Prior, Hélder. (2021). Digital populism and disinformation in «post-truth» times. *Communication & Society*, 34(4), 49-64. DOI: <https://doi.org/10.15581/003.34.4.49-64>

Rojo-Martínez, José Miguel, & Crespo-Martínez Ismael. (2023). Lo Politico como algo personal: una revisión teórica sobre la polarización afectiva. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 43(1), 25-48. <https://dx.doi.org/10.4067/s0718-090x2023005000102>

Waisbord, Sílvio. (2018) The elective affinity between post-truth communication and populist politics, *Communication Research and Practice*, 4:1, 17-34, DOI: [10.1080/22041451.2018.1428928](https://doi.org/10.1080/22041451.2018.1428928)

Submissões:

Os interessados podem submeter as suas propostas de comunicação (max. 300 palavras) até **30 de Maio de 2024** para os emails: samuelmateus@uma.pt e hprior@autonoma.pt. O título da mensagem deve ser “Conferência: Comunicação Política e Desafios Contemporâneos”.

As propostas devem ser acompanhadas por uma curta biografia do(s) autor(es) ou da(s) autora(s) (max. 150 palavras), a qual deve incluir a sua afiliação e informações de contacto.

O resultado da aceitação será comunicado até dia **31 de Julho de 2024**.

A duração máxima de cada comunicação é 20 minutos.

Os autores cujas comunicações sejam aceites serão convidados a apresentar um artigo, original e não publicado anteriormente, de 5000 palavras, **até 19 de Dezembro de 2024**, para publicação, no segundo semestre de 2025 (sujeito a um processo de revisão por pares).

Datas Importantes:

Envio de Propostas de Comunicação- 30 de Maio de 2024

Comunicação dos resultados da Avaliação das propostas: 31 de Julho de 2024

Inscrições: Entre 1 de Agosto e 15 de Setembro de 2024

Conferência: 17 e 18 de Outubro de 2024

Submissão de Capítulo: 19 de Dezembro de 2024

Informação sobre aceitação: 7 de Março de 2025

Publicação do Livro: 2º Semestre de 2025

Para mais informações sobre as diretrizes de submissão, consulte regularmente <https://sopcom.pt/grupos-de-trabalho/comunicacao-e-politica/>

Esperamos receber contribuições valiosas que enriqueçam o debate sobre comunicação política e os desafios enfrentados na era digital.

Organização:

Coordenação do GT “Comunicação e Política” da SOPCOM

Samuel Mateus (samuelmateus@uma.pt)

Hélder Prior (hprior@autonoma.pt)

Com o Apoio de:

SOPCOM
Associação Portuguesa de
Ciências da Comunicação

SOPCOM-Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação



UNIVERSIDADE da MADEIRA
Faculdade de Artes
e Humanidades

Faculdade de Artes e Humanidades da Universidade da Madeira