

Comunicação, Cognição e Media

VOLUMES 1 & 2

Organização de

Augusto Soares da Silva

José Cândido Martins

Luísa Magalhães

Miguel Gonçalves

Publicações da Faculdade de Filosofia

Universidade Católica Portuguesa

BRAGA 2010

Ficha Técnica

Título: **Comunicação, Cognição e Media**

Organização: Augusto Soares da Silva • José Cândido Martins
Luísa Magalhães • Miguel Gonçalves

Edição: ALETHEIA – Associação Científica e Cultural
Faculdade de Filosofia
Universidade Católica Portuguesa
Praça da Faculdade de Filosofia, 1
4710-297 BRAGA
Tel. 253 208 080 / Fax 253 208 081
<http://www.facfil.ucp.pt>

Tiragem: 200 exemplares
Julho 2010

Design da capa: Cenárea - Comunicação e Multimédia

Execução gráfica: Tipografia Abreu, Sousa & Braga, Lda - Braga

ISBN: 978-972-697-194-8

Depósito Legal: 314080/10

ÍNDICE

VOLUME 1

| | |
|--|-----|
| Nota Prévia | V |
| Introdução: Comunicação, Cognição e Media AUGUSTO SOARES DA SILVA | 1 |
| Parte 1 - Teorias e Modelos | |
| The screen is a mental space. Cognitive and semiotic aspects of communication PER AAGE BRANDT | 19 |
| The social brain ALEXANDRE CASTRO-CALDAS | 33 |
| Why and how study metaphor, metonymy, and other tropes in multimodal discourse? CHARLES FORCEVILLE | 41 |
| What we know and what the media tell us: A sociologist's view of media, knowledge and ignorance PETER GOLDING | 61 |
| Linguagem, verdade e conhecimento. As Ciências da Comunicação e o contemporâneo MOISÉS DE LEMOS MARTINS | 77 |
| Blending meanings: cognizing and communicating, mediatingly FLOYD MERRELL | 87 |
| Le signe iconique, du mimétisme à l'intégration conceptuelle JEAN-PIERRE MEUNIER | 115 |
| 'Low carbon diet': Reducing the complexities of climate change to human scale BRIGITTE NERLICH & NELYA KOTEYKO | 141 |
| La comunicación y el nuevo humanismo del siglo XXI: hacia una ética mundial dialógica de la acción comunicativa MANUEL ÁNGEL VÁZQUEZ MEDEL | 157 |

Parte 2 - Jornalismo

| | |
|--|-----|
| Conteúdos vídeo nos jornais <i>online</i> – o caso português VÂNIA CARVALHO, MARIA JOÃO ANTUNES & ANA VELOSO | 175 |
| Anúncios publicitários do século XIX na imprensa paulista: evolução de uma tradição discursiva ALESSANDA CASTILHO DA COSTA | 191 |
| Los inicios de las políticas sociales en la prensa española MARIA ISABEL FEBREIRO LEAL | 207 |
| Instituição e memória no jornalismo brasileiro de revista RENNÉ OLIVEIRA FRANÇA | 215 |
| Vetores estruturantes na construção da percepção no noticiário em “tempo real” WALTER TEIXEIRA LIMA JUNIOR | 231 |
| Reformulaciones periodísticas en tiempos de crisis XOSÉ LÓPEZ GARCÍA | 245 |
| Analisando as notícias sobre doença: um primeiro retrato SANDRA MARINHO, FELISBELA LOPES, TERESA RUÃO & ZARA PINTO-COELHO | 253 |
| Production and consumption process in terms of health news: Sample of <i>Posta Daily</i> ŞULE YÜKSEL ÖZTÜRK & HALUK BIRSEN | 265 |
| Figurações do acontecimento: quatro revistas em revista PAULO BERNARDO FERREIRA VAZ | 279 |
| Dos acontecimentos no mundo à notícia: relações entre o jornalismo e o geopolítico ANGELA MARIA ZAMIN | 295 |

Parte 3 - Estudos Televisivos

| | |
|--|-----|
| A cenografia da informação televisiva em Portugal: a memória do telespectador JOSÉ AZEVEDO, MARIA DO ROSÁRIO SARAIVA & LUCIANA FERNANDES | 309 |
| Pluralismo, informação e serviço público de televisão FRANCISCO RUI CÁDIMA | 319 |
| Attachment styles and intimate television viewing. Insecurely forming relationships in a parasocial way: Implications in a collectivist society JULIET DINKHA, CHARLES MITCHELL, MOURAD DAKHLI & SARAH MOBASHER | 337 |
| Representações sobre a UE: da informação mediática à opinião pública ANA HORTA | 355 |
| Relações comunicacionais entre a imagem da peregrinação medieval e a linguagem carnavalesca dos desfiles de escola de samba contemporâneos ALEXANDRE HUADY TORRES GUIMARÃES, MARCOS NEPOMUCENO DUARTE & JOSÉ MAURÍCIO C. MOREIRA DA SILVA | 367 |
| ‘Media appropriation’ from a critical realist point of view? Theoretical premises and empirical research STEFFEN LEPA | 379 |
| Representações dos adolescentes na ficção juvenil portuguesa – o caso dos <i>Morangos com Açúcar</i> e <i>Rebelde Way</i> MARIANA VEIGA PINTO | 391 |
| Eça de Queirós no audiovisual FILOMENA ANTUNES SOBRAL | 405 |

Parte 4 - Media Interactivos e Multimédia

| | |
|---|-----|
| Internet usage in the leisure time of young Turkish people FILIZ AYDOGAN | 419 |
| Formação para a literacia da informação: uma interactividade necessária com os Media MARIA INÊS PEIXOTO BRAGA | 427 |
| A model of the role of conceptual metaphors in hypermedia comprehension ANNE-SOPHIE COLLARD & PIERRE FASTREZ | 439 |
| Comunicação e cognição no ensino de línguas a distância: das tecnologias multimédia à criação de ambientes de aprendizagem HELENA BÁRBARA MARQUES DIAS | 455 |

| | |
|--|-----|
| Technologically mediated communication: Patching communication sciences ÓSCAR MEALHA | 469 |
| Interação socio-virtual: uma complementação do mundo virtual com o mundo real MAFALDA SILVA OLIVEIRA | 481 |
| <i>Games</i> , tecnologias de comunicação e capacitação cognitiva na cibercultura FÁTIMA REGIS & LETÍCIA PERANI | 491 |
| Medios deportivos y Web 3.0 CARLOS TOURAL BRAN & MOISÉS LIMIA FERNÁNDEZ | 503 |
| Parte 5 - Comunicação Política | |
| An economic and communicative investigation into the application of interactive citizen networks in the communication strategies of the US presidential candidates SABINE BAUMANN | 519 |
| Alternative Radio Broadcasting in Turkey: Case of Open Radio ÖZGÜL BIRSEN | 529 |
| Divided society, ideology of Europeanization and production of metaphors in public discourse: A case of Serbia JELENA KLEUT | 543 |
| O segredo e o problema da Esfera Pública: como o <i>krathos</i> dos partidos fomenta os segredos do poder HÉLDER FILIPE ROCHA PRIOR | 555 |
| A comunicação política clássica: das origens e sua consolidação J. ESTEVES REI | 567 |
| A comunicação política televisiva nas eleições europeias 2009. O paradigma da informação-espectáculo NILZA MOUZINHO DE SENA | 575 |
| O que sabemos da Europa? As eleições europeias e os debates televisivos em Portugal (2009): uma abordagem linguístico-política FRANCISCO VICENTE, PAULO VICENTE & VERA FERREIRA | 589 |

Parte 6 - Sociologia da Comunicação

| | |
|--|-----|
| Ética e humanismo na cultura das novas tecnologias da informação e comunicação ARTUR JORGE DE MATOS ALVES | 607 |
| Memória colectiva e configuração mediática dos acontecimentos do ano ISABEL BABO-LANÇA | 619 |
| A arte da imagem e a imagem da arte JOANA MICAELA BEIRAMAR | 633 |
| A Propaganda na Democracia – Mito e Realidade. Uma perspectiva antropológica HELENA BARROSO CATALÃO | 645 |
| Making tracks: A case study in the role of digital communications technologies in cultural production JOHN CAWOOD | 661 |
| O impacto das revistas na imagem corporal das adolescentes: uma abordagem sociocultural num estudo de audiências MARIA JOÃO CUNHA-SILVESTRE | 675 |
| História, memória e identidade no jornalismo VIRGINIA PRADELINA DA SILVEIRA FONSECA | 691 |
| Educación para la participación en la sociedad de las pantallas ANDREA FRANCISCO AMAT | 703 |
| Entre crises: o que fica e o que muda nas notícias televisivas sobre energia ANA HORTA | 713 |
| Um olhar sobre a Modernidade em crise LURDES MACEDO | 725 |
| Germany's awakening to the reality of a multi-cultural society: Reflections in the media GABRIELE M. MURRY | 737 |
| Analysing HIV prevention for heterosexuals: Discourses, media campaigns and gender ZARA PINTO-COELHO, SILVANA MOTA-RIBEIRO, HELENA PIRES, EMÍLIA FERNANDES & PEDRO RIBEIRO DA SILVA | 745 |
| A cidadania no epicentro da cultura participativa nos media FÁBIO FONSECA RIBEIRO | 761 |

Parte 7 - Teorias da Comunicação

| | |
|---|-----|
| As ciências cognitivas nos cursos universitários de comunicação ANÍBAL AUGUSTO ALVES | 775 |
| A superfície, o tato e as ações comunicacionais no <i>design</i> de superfície RENATA OLIVEIRA TEIXEIRA DE FREITAS | 785 |
| Polifonia e representações disursivas MIGUEL GONÇALVES | 799 |
| Inscribir lo real: a propósito del texto documental ANTÍA MARÍA LÓPEZ GÓMEZ | 815 |
| Propaganda, behaviorismo, Leonard William Doob e o campo da comunicação RAFIZA VARÃO | 825 |

VOLUME 2

Parte 8 - Cognição e Linguagens

| | |
|---|-----|
| “Então hoje pelos vistos o tema disse-lhe qualquer coisinha mais de perto, não?”: <i>posições interaccionais</i> e a co-construção de <i>identidades discursivas</i> em emissões nocturnas de rádio (“radio phone-in programmes”) CARLA AURÉLIA DE ALMEIDA | 3 |
| Code-switching in Portuguese sports newspapers: The cognitive semiotics view MARIA CLOTILDE ALMEIDA | 17 |
| Hybrid processing of rhetorically elaborated texts ADRIANA BAPTISTA, ISABEL HUB FARIA & PAULA LUEGI | 29 |
| Cognitive and cultural models of sociocultural identity grounding: Conceptualising football as colour and/or wild creature in European Portuguese journalistic discourse HANNA JAKUBOWICZ BATORÉO | 47 |
| Afganistão e Iraque: a conceptualização metafórica da guerra SÉRGIO NASCIMENTO DE CARVALHO | 63 |
| A study of the interaction between cross-linguistic cognitive mapping and use of motion events JHYI CHEN | 73 |
| Casar com um carro: metáforas verbais e pictóricas na publicidade automóvel ROSA LÍDIA COIMBRA | 83 |
| A comunicação digital e sua relação com os aspectos cognitivos do sujeito. Reflexões a partir de uma experiência LUCILENE CURY | 99 |
| Construções gramaticais e subjetividade: as construções de futuro no discurso político LILIAN FERRARI & KAREN ALONSO | 111 |
| Signifying in virtual environment: A biosemiotic perspective MARIA ISABEL ALDINHAS FERREIRA | 127 |
| Hétérogénéité énonciative dans les textes médiatiques sur les enfants exposés à des risques ANCA GATA, ALINA GANEA, GABRIELA SCRIPNIC, RUI RAMOS, PAULA CRISTINA MARTINS, SARA PEREIRA & MADALENA OLIVEIRA | 137 |

| | |
|--|-----|
| Double path: A typology of Brazilian Portuguese VERENA KEWITZ | 153 |
| A necessária tradução do espetáculo televisivo das escolas de samba CYNTHIA ARANTES FERREIRA LUDERER | 169 |
| Observation and measurement of visual attention and acquisition of information in the users of Portuguese electronic newspapers. Studying the influence of visual composition in the process of message decoding based on the use of <i>Eye-Tracking</i> technology GALVÃO MEIRINHO & JOSÉ BELO | 181 |
| O papel da teledifusão na organização textual-interativa da retórica neopentecostal ERIK FERNANDO MILETTA MARTINS | 191 |
| La cuantificación de los sintagmas de medida adjetivales en las noticias de economía DANIEL MICHAUD MATURANA | 203 |
| The living organism metaphoric blend and its variations: A cognitive semiotic approach to online enterprise discourse and enterprise identity PAULA ÓRFÃO | 215 |
| A estruturação da informação no português brasileiro: um estudo em narrativas orais JULIANA ANTUNES NASSER | 233 |
| The discursive construction of national identity in the radio programme “Antena Aberta” dedicated to the topic “Is national identity in crisis?” FILIPA PERDIGÃO RIBEIRO | 245 |
| Conversa fictiva em espetáculo de realidade: cognição e <i>corpus</i> LUIZ FERNANDO MATOS ROCHA | 261 |
| O que a Semântica Cognitiva pode dizer aos estudos dos Media AUGUSTO SOARES DA SILVA | 275 |
| Questões comunicativas e cognitivas sobre o processo de imitação do carnaval brasileiro em outros ambientes JOSÉ MAURÍCIO C. MOREIRA DA SILVA | 295 |
| Texto jornalístico e metáforas de vida e morte no futebol JOSÉ TEIXEIRA | 305 |

| | |
|---|-----|
| Heroes and villains: Discursive strategies for (re)producing ‘myths’ of national identity in the newspaper coverage of international football KATE TORKINGTON | 323 |
| The influence of visual image recognition patterns on product design: Investigation of perception and text description on painting selections for conversion to product design YUNG-CHIN TSAO, CHING-CHIH LIAO & SHAO-CHUNG CHAN | 339 |
| Discursive representation of the transformation processes in post-Soviet Estonia in the English newspapers KSENIYA TYMKO | 355 |
| Valores perceptivo e epistémico segundo uma abordagem enunciativa. A variabilidade de <i>ver</i> HELENA TOPA VALENTIM | 367 |

Parte 9 - Publicidade

| | |
|---|-----|
| What advertising says: Psychoanalytical approach in understanding the advertising message “ <i>Analyzing fragrance advertisements in magazines</i> ” ISIL KARPAT AKTUĞLU & ICTEN DUYGU CALLI | 383 |
| Captioned images: Getting information between what is read and what is seen ADRIANA BAPTISTA, ISABEL HUB FARIA & PAULA LUEGI | 397 |
| Las estrategias divulgativas de la Seguridad Vial: análisis diacrónico de las campañas audiovisuales de la Dirección General de Tráfico ENRIQUE CASTELLÓ MAYO | 413 |
| Acerca da publicidade e do seu contributo para o (re)povoamento cognitivo MARIA HELENA SOUSA GONÇALVES | 427 |
| Television toy advertising and health representations along child play LUIÇA MAGALHÃES GOUVEIA | 441 |
| Bilingualism as a semiotic tool in modern advertising discourse IRINA KHOUTYZ | 457 |
| Publicidade <i>online</i> das empresas: estratégias actuais ROSA MAFALDA NORDESTE & MARIA JOÃO ANTUNES | 469 |
| Ser ou estar <i>online</i> ? A relação das marcas com o <i>prosumer</i> SANDRA OLIVEIRA | 481 |

| | |
|---|-----|
| Estereotipos de grupos minoritarios en la publicidad radiofónica española M ^a TERESA PIÑEIRO OTERO & LUIS JAVIER MARTÍNEZ ROLÁN | 495 |
| La representación de la identidad cultural gallega a través del discurso publicitario: <i>Vivamos como galegos!</i> NATALIA QUINTAS FROUFE & EVA QUINTAS FROUFE | 509 |
| Desarrollo de la Planificación de Cuentas: la importancia del consumidor en comunicación comercial CRISTINA SÁNCHEZ BLANCO | 521 |

Parte 10 - Comunicação Organizacional

| | |
|--|-----|
| Protocolo empresarial para países culturalmente heterogéneos: China DAVID CALDEVILLA DOMÍNGUEZ | 537 |
| El papel de la comunicación en las pequeñas y medianas empresas mexicanas. Resultados de investigación M ^a VICTORIA CARRILLO DURÁN, ANA CASTILLO DÍAZ, JUAN LUISTATO JIMÉNEZ & MARIA GARCÍA GARCÍA | 549 |
| Corporate image and cognition: Does adequacy result in success? A Portuguese case study (2004-2009) PATRÍCIA DIAS | 563 |
| Psychological contract as an innovative approach in media management in Turkey GÜZİN KIYIK | 579 |
| Valores socioculturais na comunicação organizacional ROSALICE PINTO | 593 |
| Quem manda na comunicação das organizações: as estruturas especializadas ou as elites bem colocadas? TERESA RUÃO | 607 |
| New green marketing and new communication for the new century JOSÉ SIXTO GARCÍA & MARÍA SALGUEIRO SANTISO | 621 |
| Conceitos (abóbada) de comunicação JOSÉ VIEGAS SOARES | 633 |

Parte 11 - Arte e Retórica

| | |
|--|-----|
| Rhetoric of consuming new media. Rhetorical strategies of searching non-linear contents PETRA ACZÉL | 645 |
| Cartas do leitor: a interatividade na imprensa paulista do século XIX MARIA LÚCIA DA CUNHA VICTÓRIO DE OLIVEIRA ANDRADE | 655 |
| Mídia impressa e argumentação. A constituição do <i>ethos</i> em artigos de opinião ZILDA GASPAR OLIVEIRA DE AQUINO | 671 |
| Argumentação e juízo de valor na crítica de cinema TITO CARDOSO E CUNHA | 685 |
| <i>As Pombinhas do Sr. Leitão</i> – ficção narrativa em BD ALEXANDRA DIAS | 695 |
| Retórica de las noticias sobre avances médicos en periódicos españoles: marcadores lingüísticos de valoración JOSÉ ANTONIO DÍAZ ROJO | 705 |
| A oratória religiosa de um líder da Renovação Carismática Católica: estudo de caso CINIRA MARIA BARBOSA LEITE | 719 |
| Media art as a way to the intercultural and inter-confessional dialogue YANA LUKASHEVSKAYA | 733 |
| Jornalismo e retórica: o humor como estratégia persuasiva em artigos de opinião JOSÉ CÂNDIDO DE OLIVEIRA MARTINS | 745 |
| A escrita electrónica: o <i>Poemário</i> de Rui Torres JOSÉ AUGUSTO MOURÃO | 765 |
| Da massificação à individualização da comunicação MANUEL JOAQUIM DE SOUSA PEREIRA | 779 |
| Francisco de Holanda e a Retorização da pintura IDALINA PROENÇA MAIA SIDONCHA | 793 |
| Diálogos entre a arte e a sociedade contemporânea JOÃO AMADEU OLIVEIRA CARVALHO DA SILVA | 803 |
| Retórica, cognição e desejo: o que nos leva a agir? AMÉRICO DE SOUSA | 813 |
| A invisibilidade social: uma análise hermenêutica JÚLIA CATARINA DE SÁ PINTO TOMÁS | 825 |