

## **Revista *Communicare*: chamada para trabalhos 2019**

Em 2019, a revista *Communicare* receberá artigos e resenhas inéditos para a edição referente ao 1º semestre, que incluirá o dossiê “Inovação nas estratégias comunicacionais”.

Os textos enviados à revista para publicação devem estar alinhados à área de concentração Comunicação na Contemporaneidade, cujas linhas de pesquisa são:

- Linha de Pesquisa 1 – Processos midiáticos: tecnologia, organizações e poder

Esta linha enfatiza as pesquisas voltadas aos processos comunicacionais na contemporaneidade, com destaque para organizações públicas, privadas e de cunho social e as relações de poder presentes nesse universo. São temas dessa linha de pesquisa: os modelos de organização e de negócios e a economia da comunicação no mundo permeado pelas tecnologias digitais; a constituição das redes nas interações e seus processos de gestão em espaços institucionais; os fluxos de poder presentes nas redes e nas relações entre cidadãos e instituições; as mudanças na percepção do tempo e do espaço, as dinâmicas culturais e os vínculos nos ambientes comunicacionais

- Linha de Pesquisa 2 – Produtos midiáticos: jornalismo, imagem e entretenimento

Nesta linha, o estudo da produção simbólica midiática envolve a discussão das interfaces com o entretenimento pelo viés das narrativas da contemporaneidade. Os discursos e as produções culturais que exploram o imaginário são objetos de reflexão das pesquisas desta linha, abordando temas que entrelaçam jornalismo e imaginário, realidade e ficção, espetáculo e recepção crítica da informação.

A revista *Communicare* é uma publicação do Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP) da Faculdade Cásper Líbero que tem como objetivos promover a reflexão acadêmica, difundir a pesquisa e ampliar o intercâmbio científico entre pesquisadores de diversas instituições de ensino e pesquisa no campo da Comunicação.

A *Communicare* destina-se à divulgação de trabalhos inéditos de pesquisadores e docentes de instituições de ensino e pesquisa nacionais e estrangeiras, na qualidade de autores e coautores, com a titulação mínima de mestre, exceto artigos escritos em coautoria com um doutor. As colaborações poderão ser apresentadas em forma de artigos, resenhas, levantamentos bibliográficos ou informações gerais, e estarão condicionadas à aprovação prévia do Conselho Editorial para verificação de sua aderência à área de concentração, às linhas de pesquisa, à natureza de sua autoria e adequação às normas para publicação. Os artigos passarão em seguida pela avaliação de dois pareceristas, doutores, externos ao CIP. Havendo necessidade, um terceiro parecerista externo será acionado. No caso de aprovação com ressalvas, o texto será encaminhado ao autor para as devidas correções.

## Datas de submissão de artigos para as edições de 2019

### **Edição 19.1 – Dossiê “Inovação nas estratégias comunicacionais”**

**Período de submissão: até 29 de abril de 2019.**

A revista *Communicare* faz nova chamada de trabalhos (Call for papers) para um dossiê temático a ser publicado em maio de 2019, tendo como tema “Inovação nas estratégias comunicacionais” sob edição do Prof. Dr. Eric de Carvalho.

Novas mediações culturais e tecnológicas estão afetando as práticas comunicacionais no dia-a-dia e mesmo seus formatos institucionais estabelecidos: a grande imprensa está cedendo espaço a individualidades e coletividades produtoras de conteúdo, grupos de mídia perdem investimento e não conseguem arcar com seus custos fixos, além de terem sua credibilidade questionada. Vagas em departamentos de comunicação escasseiam dando lugar a formatos híbridos de trabalho como hubs, colabs e áreas de coworking. Investimentos em publicidade na televisão são substituídos por criação de conteúdo e estímulo ao compartilhamento por prosumers; celebridades de filmes e telenovelas são substituídos por microinfluenciadores digitais como endosso de marcas. A massa dá lugar à clusterização dos públicos. Agências de notícia encolhem e observam a proliferação de nômades digitais que fazem da etnografia somada a tecnologias comunicacionais móveis sua forma de trabalho. Criação de conteúdo colaborativo aumenta a participação da audiência na prática jornalística e diminui o investimento em pessoal especializado para atuar em redações. A audiência televisiva migra para mídias digitais e a grade fixa de programação se vê esvaziada de espectadores. Algoritmos decidem por estratégias comunicacionais prometendo maior assertividade na comunicação a partir de cálculos realizados por meio da base de dados gerados pelos usuários das mídias digitais. A midiatização de processos comunicacionais e a perda de relevância dos formatos anteriormente estabelecidos, assim como o desaparecimento dos grandes players do meio e a mudança de perfil do profissional de comunicação tornam o estudo da “Inovação nas estratégias comunicacionais” uma necessidade urgente para um cenário em processo de transformação.

**EMENTA:** Inovação nas estratégias comunicacionais. Comunicação e cultura digital. Algoritmos e big data. Internet das coisas. Inteligência artificial. Estratégias disruptivas. Start ups. Incubadoras e aceleradoras de projetos mercadológicos e sociais. Mediações tecnológicas da comunicação. Midiatização da comunicação. Estratégias algorítmicas da publicidade. Fake News x fast checking. Espaços colaborativos de comunicação. Hubs criativos. Coworking, colabs, produção colaborativa. Influenciadores digitais. Microinfluenciadores. Nomadismo digital. Empreendedorismo social. Economia criativa. Metodologias ativas na pedagogia para comunicação. Abordagens interdisciplinares envolvendo inovação nas estratégias comunicacionais de todas áreas do conhecimento.

Lembramos, ainda, que a revista *Comunicare* aceita contribuições de pesquisadores doutores e de doutorandos e mestrados em coautoria com doutores.

A *Comunicare* aceitará submissão de trabalhos para o dossiê temático e outras seções até dia 29 de abril de 2019.

Data de publicação: maio de 2019.

**Edição 19.2 – Tema livre**

**Período de submissão: até 30 de agosto de 2019.**