

NORMAS PARA COLABORADORES

1. Os editores da revista **Líbero** aceitam trabalhos inéditos, de autoria individual ou coletiva, assinados, preferencialmente, por professores dos Programas de Pós-graduação em Comunicação do Brasil ou por professores e pesquisadores doutores estrangeiros da área de Comunicação, sempre que aderentes à área de concentração do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCom) da Faculdade Cásper Líbero, “Comunicação na Contemporaneidade”. A assinatura de pelo menos um professor doutor é indispensável. Não se aceitam trabalhos de coautores que não tenham pelo menos o título de mestre.
2. Os textos, sob a forma de artigos ou resenhas, serão submetidos inicialmente à aprovação da Comissão Editorial para verificação de sua aderência à área de concentração, a natureza de sua autoria e adequação às normas aqui estabelecidas. Os artigos passarão em seguida pela avaliação de dois pareceristas externos ao PPGCom. Havendo necessidade, um terceiro parecerista externo será acionado. No caso de aprovação com ressalvas, o texto será encaminhado ao autor para as devidas correções.
3. Os textos devem ser enviados por e-mail (libero@casperlibero.edu.br), como arquivo anexo, digitados em Word para Windows, fonte Times New Roman, corpo 12, sem recuo na primeira linha, espaçamento 1,5, sem justificação à direita. Caso o trabalho seja acompanhado de imagens, estas devem ser gravadas nos formatos JPEG, GIF ou PNG, com resolução mínima de 300 dpi.
4. A extensão do artigo deve ser de 20.000 a 35.000 caracteres, com espaços. Deve ser enviado com título e (eventualmente) subtítulo, nome completo de cada autor, titulação máxima e instituição onde a obteve, PPGCom/instituição onde atua e e-mail.
5. O artigo em língua portuguesa deve ter na abertura um resumo em português, inglês e espanhol, em corpo 10 e espaçamento simples, pelo menos quatro palavras-chave, nos três idiomas, somando no máximo 650 caracteres, com espaços. O título deve também ser traduzido em inglês e espanhol. Artigos em espanhol não serão traduzidos.
6. As resenhas de livros, de até 6.500 caracteres, nem mais nem menos, com espaços, deverão possuir um título próprio, diferente do título da obra resenhada. Este deverá ser digitado após o título da resenha, com as referências completas (cidade, editora, ano de edição e número de páginas). Aceitam-se resenhas produzidas por mestrandos em Comunicação. O nome completo do(a) resenhista deve vir acompanhado de sua titulação e do PPGCom do qual faz parte e/ou da instituição onde atua, além do e-mail.
7. As citações diretas inferiores a 3 linhas devem ser digitadas entre aspas duplas, sem itálico ou negrito, no corpo do próprio texto. Em caso ordinário, ao final da citação, devem ser indicados entre parênteses o sobrenome do autor, com maiúscula apenas inicial, ano e página da publicação, no seguinte formato: (Martino, 2013, p. 45). Acima de 3 linhas, as citações devem ser deslocadas do parágrafo (recuo de 1,25cm) e digitadas em espaço simples, corpo 11 e sem aspas. No final da citação devem ser indicados entre parênteses o sobrenome do autor, data e número de página, como no caso anterior. O ponto final deve vir depois dos parênteses, nunca antes. Exemplo: (Buitoni, 2011, p. 59-60). As obras citadas deverão aparecer nas referências ao final do texto.
8. Quando um autor aparecer em citações com duas obras diferentes, ambas editadas no mesmo ano, deve ser feita a diferenciação utilizando-se letras acrescentadas ao ano de publicação. Exemplo: 2014a e 2014b.
9. As notas de rodapé, digitadas no final de cada página em corpo 10, deverão conter apenas comentários necessários ao desenvolvimento de conceitos dos textos, informações adicionais ou explicações.
10. Textos aprovados para publicação que não estejam rigorosamente de acordo com os padrões aqui definidos serão devolvidos aos seus autores para a necessária adequação às normas. O mesmo deve ser dito em relação a textos que demandem uma revisão gramatical mais cuidadosa.
11. As referências (e não bibliografia) deverão ser reunidas e colocadas no final do artigo, em ordem alfabética e corpo 10, de acordo com as seguintes normas:
 - a) - Livros

 CAZELOTO, E. **Inclusão digital**: uma visão crítica. São Paulo: Senac, 2008.
 COELHO, C. N. P.; KÜNSCH, D. A.; MENEZES, J. E. O. (Orgs.). **Estudos de comunicação contemporânea**: perspectivas e trajetórias. São Paulo: Plêiade, 2012.
 - b) - Capítulos de livros

 COELHO, C. N. P. Em torno do conceito de sociedade do espetáculo. In: COELHO, C. N. P.; CASTRO, V. J. (Orgs.). **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006, p. 13-30.
 MENEZES, J. E. O. Ritmos do rádio e ritmos da cidade. In: MENEZES, J. E. O. **Rádio e cidade**: vínculos sonoros. São Paulo: Annablume, 2007, p. 59-80.
 - c) - Artigos de periódicos

 KÜNSCH, D. A. Aquém, em e além do conceito: comunicação, epistemologia e compreensão. **Revista Famecos**, v. 1, n. 39, p. 63-69, ago. 2009.
 - d) - Textos da internet

 PERSICHETTI, S. Fotografia entre a tecnologia e a reflexão. **O Estado de S. Paulo**. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,fotografia-entre-a--tecnologia--e-a-reflexao-,1062224,0.htm>>. Acesso em: 18 nov. 2013.
 - e) - Trabalhos apresentados em eventos

 CHIACHIRI, R.; CASAQUI, V. Estética e sedução do marketing: uma análise do filme “A fantástica fábrica de chocolate”. In: INTERCOM – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30, 2007, Santos. Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: mercado e comunicação na sociedade digital. São Paulo: Intercom, 2007.
12. Os textos enviados são de responsabilidade integral dos autores, sendo os direitos de publicação, inclusive no que diz respeito a eventuais imagens, cedidos à revista. Os trabalhos publicados, inéditos, serão considerados colaborações não remuneradas, uma vez que a revista tem caráter de divulgação científica, não comercial.
13. A revista **Líbero** se reserva o direito de introduzir modificações necessárias quanto à correção gramatical, diagramação dos originais e adaptações ao projeto visual da publicação.

Faculdade Cásper Líbero

Programa de Pós-graduação Mestrado em Comunicação

Área de concentração

“Comunicação na contemporaneidade” é a área de concentração ao redor da qual se constrói o Programa de Mestrado em Comunicação da Cásper Líbero, com suas linhas de pesquisa, disciplinas, seus grupos de pesquisa, projetos.

São fortes os vínculos dessa área com as mudanças profundas que se vêm operando no universo da informação e da comunicação. Ela abrange os avanços tecnológicos, os sentidos e as práticas atuais do mercado e as diferentes interações sociais que atravessam e delineiam os processos midiáticos, com sua importância decisiva para a reconfiguração da comunicação.

A área de concentração também reconhece que os produtos midiáticos adquirem novos contornos, tanto na esfera da informação jornalística quanto do entretenimento, dimensões estas cada vez mais entrecruzadas nas manifestações da mídia. Assume crescente importância a ampliação de espaços públicos articulados em rede e os novos perfis das interações comunicativas em diferentes arenas e espaços do cotidiano.

Linhas de pesquisa

Processos midiáticos: tecnologia e mercado

Na linha “Processos midiáticos: tecnologia e mercado”, a atividade comunicativa emerge dos múltiplos entrecruzamentos entre as práticas e experiências dos sujeitos, sociedades e culturas, a evolução de técnicas e dispositivos e a potencialidade presente nas novas formas de cognição e de reflexão por eles proporcionadas.

Grupos de pesquisa

- Comunicação e cultura do ouvir
- Linguagens e tecnologias comunicacionais: integração e exclusão - InEx
- Mídia, instituições e poder simbólico

Produtos midiáticos: jornalismo e entretenimento

Na linha “Produtos midiáticos: jornalismo e entretenimento”, 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 objeto de reflexão das pesquisas desta linha, abordando temas que entrelaçam jornalismo e imaginário, realidade e ficção, espetáculo e recepção crítica da informação.

Grupos de pesquisa

- Comunicação e cultura visual
- Comunicação e sociedade do espetáculo
- Comunicação, jornalismo e epistemologia da compreensão

Pareceristas desta edição

Ana Carolina Temer - Ana Maria Zilocchi - Anderson Gurgel - Antonio Carlos Hohlfeldt - Arquimedes Personi - Bruno Souza Leal - César Bolaño - Elizabeth Bastos Duarte - Gustavo Said - Ivone Oliveira - Jairo Ferreira - João Batista Freitas Cardoso - Karla Patriota Bronsztein - Luciana Coutinho Pagliarini de Souza - Luiz Alberto de Farias - Luiz Gonzaga Mota - Maria Ataíde Malcher - Mayra Rodrigues Gomes - Monica Martinez - Priscila Borges - Roberta Cesarino Iahn - Roberto Coelho - Virginia Pradelina da Silveira Fonseca - Wilson Bueno

Ed. anterior: v. 17 - nº 34 - jul./dez. 2014

- A semiótica de Peirce e a ficção de Borges: uma teia de inquéritos espelhados no poder signico (Parte II) - **9**
Fernando Andacht
- Ser jornalista na Colômbia hoje - **21**
Raúl Hernando Osorio Vargas
- Semiótica dos signos visuais e do design da informação - **31**
Bernard Darras
- Discurso e interação social: aparecimento e dissolução da autoria nas culturas do consumo - **45**
Tânia M. Cezar Hoff / Maria A. da Silva Abranches
- A crise ambiental no jornalismo de economia e negócios: da natureza deslocada à fantasia sustentável - **55**
Vinicius Prates
- La radio en tiempos de movilidad y networking - **65**
José Luis Fernández
- Campanhas eleitorais: senhoras e senhores, o espetáculo começou - **77**
Cláudio Luis de Camargo Penteado / Ivan Fortunato
- A apropriação da estética do amador no cinema e no telejornal - **89**
Felipe da Silva Polydoro / Bruno Simões Costa
- Varejo sustentável e comunicação: uma análise dos modelos de comunicação nas empresas varejistas de grande porte do Estado de São Paulo - **99**
Maria Aparecida Ferrari / Luiz Carlos de Macedo
- A comunicação, a explicação e a compreensão: ensaio de uma epistemologia compreensiva da comunicação - **111**
Dimas A. Künsch
- O espanto e o tédio - **123**
Norval Baitello Junior / Nádia Lebedev
- A comunicação como metáfora para compreensão do social - **131**
Carlos Alberto de Carvalho
- A “crise” do jornalismo: o que ela afirma e o que ela esquece - **145**
Bruno Souza Leal / Phellipy Jácome / Nuno Manna