

Prefácio

O volume abre com um artigo de Esther Jové sobre o desdobramento do sistema espanhol de cuidados de longo prazo, o seu processo de reestruturação iniciado em 2008, as suas fragilidades e desafios futuros. A partir da análise de um caso de estudo, o estudo foca-se em quatro dimensões de análise, nomeadamente, natureza e princípios, acesso, prestação e organização de serviços, gestão e financiamento. O artigo assume um interesse relevante pois abre uma discussão sobre a provisão pública dos serviços de cuidado de longo prazo que, face ao processo de envelhecimento da população, adquire uma importância particular no contexto europeu. Utilizando uma metodologia mista, a autora conclui que a evolução do sistema espanhol de cuidados de longo prazo conheceu uma primeira fase de expansão no período 2008-2010, seguindo-se uma fase de contração assente na contenção de custos, no reforço da natureza familiar do sistema e num processo de re-familiarização e de re-mercadorização, originando a desregulamentação do mercado de cuidados.

Magnus Nilsson aborda a questão da organização do bem-estar e dos cuidados a idosos na Suécia. Face às transformações que o Estado de Bem Estar sueco tem conhecido nas últimas décadas, através da introdução de uma lógica de mercado e da contração das políticas sociais públicas, um número cada vez menor de idosos tem acesso a um sistema de cuidados. Através da análise das reações a um documentário televisivo que foram publicadas em diversos meios de comunicação social no mês seguinte à sua emissão, o autor parte de uma perspetiva psicológica discursiva, focando-se naquilo que é tido como garantido na forma como os cuidados a idosos devem ser organizados e nos conflitos que estão por detrás dos diversos artigos publicados na imprensa. Nilsson conclui que a discussão sobre os cuidados a idosos não pode ser desligada das questões de cidadania, identidade, migração e da legitimidade do sistema político e legal.

O artigo de Bruno Costa utiliza a Análise Temática Crítica de Lawless e Chen para estudar o modo como a marca Dove integra a discussão de estereótipos na campanha publicitária #MostremNos. Através da análise crítica sobre o papel da publicidade e dos processos adotados pela Dove no projeto #MostremNos, Bruno Costa explora a relação da marca Dove com o conceito publicitário de *Femvertising* e a forma

Prefácio

como os estereótipos de género são desconstruídos. Enquanto no plano teórico o seu estudo assenta na perspetiva interdisciplinar feminista, ao nível empírico parte da análise a quatro anúncios da Dove, utilizando o método de Análise Temática Crítica. Segundo o que o autor conclui, a estratégia da Dove fundamenta-se na “apresentação de padrões de beleza impostos por diferentes sociedades e na desconstrução das consequências associadas a esses processos históricos, sociais, culturais e económicos na vida de cada menina e mulher”.

A análise exploratória a plataformas digitais de verificação de *fake news* é o objeto do artigo seguinte de Fábio Ribeiro e Daniela Fonseca. Embora o fenómeno das “notícias falsas” não seja novo, como os autores realçam, a sua popularização está relacionada com a atenção que políticos e académicos lhe têm dado, desde a eleição de Donald Trump, em 2016. O artigo combina a utilização de uma amostra probabilística definida por conveniência com a análise qualitativa dos factos sociais e mediáticos para estudar o fenómeno tecnológico da desinformação. Os autores focam a sua análise nas plataformas digitais *Checazap*, *Fátima*, *NewsGuard*, *Polígrafo* e *Snopes* construídas para combater as notícias falsas. As conclusões do seu estudo mostram que as plataformas digitais de verificação, apesar da existência de relatórios de confiabilidade e do interesse crescente dos académicos no seu estudo, enfrentam ainda um desconhecimento do público em geral, sendo ainda prematuro afirmar a sua eventual relevância no futuro.

Kamoru Salaudeen e Mariam Omotosho analisam a perceção dos estudantes universitários de Osogbo, no sudoeste da Nigéria, sobre a promoção de vendas on-line. Os autores utilizaram uma metodologia qualitativa, tendo organizado várias sessões de discussão em grupo de foco com quarenta estudantes selecionados através de amostragem propositada e em bola de neve. O enquadramento teórico do estudo foi fundamentado na teoria da perceção do consumidor, o que lhes permite explicar as motivações dos consumidores para comprar, ou não comprar, um determinado bem. Os resultados da sua investigação foram categorizados em cinco áreas: perceção, preferência, fixação dos preços e negociação, fatores determinantes de angariação e promoção de vendas on-line e off-line. As conclusões mais significativas do seu estudo revelam que os estudantes universitários confiam na promoção de vendas on-line, usufruindo ativamente dos seus benefícios.

O artigo de Francisco Fontes analisa o discurso que se desenvolve nos espaços de comentário a notícias nos media portugueses, à luz do modelo de democracia deliberativa. A questão de partida que norteia o seu artigo é a seguinte: “Se a tecno-

logia favorece a participação democrática, de que modo a comunicação através dela cumpre as exigências para que a deliberação tenha as condições necessárias para se desenvolver na esfera pública virtual?”. A componente empírica do seu trabalho assenta na análise a 264 comentários de duas peças jornalísticas publicadas em 2018 em dois jornais portugueses sobre a desfiliação do Partido Socialista do ex-primeiro ministro de Portugal José Sócrates. Embora Francisco Fontes considere que os espaços de comentário às notícias nos jornais tenham um elevado potencial de diálogo, a conclusão do seu estudo mostra que os comentários às notícias analisadas ficam bastante aquém da democracia deliberativa, tal como foi idealizada por Habermas.

O artigo de Kwasu David Tembo encerra o presente número com chave de ouro, propondo uma leitura crítica da figuração simbólica do vampiro no cinema. Embora as aparições desta criatura folclórica na película cinematográfica remontem aos tempos do filme mudo, ao longo das últimas décadas, têm assumido uma proeminência inegável em diversos meios audiovisuais, constituindo um importante fenómeno da cultura popular. Através do estudo de caso do filme *Fome de Viver* (1983), e tendo por base um enquadramento conceptual fundeado no pensamento político e filosófico de Karl Marx, nomeadamente na metáfora do capital como criatura vampírica, Tembo reflete sobre o tempo como o derradeiro luxo, produzindo uma inflexão na perceção do vampiro “de monstro psíquico a consumidor capitalista perfeito cuja mortalidade, em última análise, significa que a figura do vampiro pode consumir sem fim”. Um final que acaba por encerrar potenciais (re)começos, abrindo as portas a novos e diversificados caminhos indagativos da sociedade contemporânea.

Henrique Vicente
Inês Amaral
Maria João Barata
Vasco Almeida