

Chamada para Publicação em Livro

“Estudando cultura, comunicação e sociedade com as mídias sociais”

O **Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados** informa a chamada de propostas de capítulos para o próximo livro do Instituto, “Estudando cultura, comunicação e sociedade com as mídias sociais” (nome provisório).

A obra tem como objetivo reunir colaborações de participantes, conteudistas e professores da rede IBPAD. A chamada está aberta para qualquer pesquisador ou profissional que já tenha participado de alguma atividade do instituto, como cursos presenciais, cursos online, cursos in-company, simpósios, seminários, consultorias ou fornecimento de serviços de pesquisa.

A obra, em formato *e-book* (PDF e Mobi), será composta de 14-18 capítulos sobre temas variados, priorizando a aplicação de metodologias de pesquisa e análise a dados de mídias sociais:

- métodos mistos de pesquisa (apropriação e adaptação de *surveys*, painéis, etnografia, grupos focais, diários etc)
- monitoramento em mídias sociais
- etnografia em ambientes online
- análise de redes em mídias sociais
- saúde pública e mídias sociais
- visualização de dados em mídias sociais
- consumo e marketing nas mídias sociais
- ativismo e mobilização online
- gestão pública e mídias sociais
- identidade, performance e auto-apresentação nas mídias sociais
- raça e contra-narrativas ao racismo nas mídias sociais
- gênero e ativismo LGBTQ+ nas mídias sociais
- públicos, audiências e personas nas mídias sociais
- enriquecimento de dados em mídias sociais
- perspectivas integradas de mídias sociais
- privacidade e proteção de dados em mídias sociais

Organizadores

Tarcízio Silva - Diretor de Pesquisa em Comunicação no IBPAD. Mestre (UFBA) e doutorando (UMESP) em Comunicação. Professor convidado de especializações (Digicorp-USP, Unisinos etc) e pesquisador acadêmico com diversas publicações, incluindo a organização de livros como “Para Entender o Monitoramento de Mídias Sociais” e “Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais: metodologias, aplicações e inovações”. Experiência em agências digitais, ferramentas de monitoramento e pesquisa aplicada de inovação (Social Figures, Flagcx, Coworkers e outras).
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8992630383672112>

Pedro Rogedo - Mestre e doutor em Administração pelo Coppead/UFRJ. Membro da Academy of Management nas divisões "Critical Management Studies" e "Strategizing Activities and Practices". Gerente de Mídia na pmweb e professor na Faculdade Cásper Líbero, curso de graduação em Publicidade e Propaganda. Desenvolve pesquisas nos seguintes temas: a) estratégia em mídias digitais; b) ROI de mídias digitais; c) história de modelos de negócios relacionados à tecnologia; d) planejamento estratégico em mercados sujeitos a alto grau de mudança tecnológica; e) leituras sobre tecnologia em Martin Heidegger.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7871436371217249>

Critérios de avaliação

- Qualidade e rigor científico da publicação
- Uso e aplicação de dados
- Transparência sobre os procedimentos metodológicos
- Ineditismo e criatividade
- Qualidade da escrita e argumentação
- Aderência ao universo de produções do IBPAD

Cronograma

- Envio de proposta de resumo - 08/12/2017
- Lista de resumos aprovados - 12/12/2017 (aprovação em fluxo contínuo - alguns aprovados serão informados antes desta data)
- Consultas e orientações por videoconferência - 15/12/2017 a 10/01/2018
- Prazo para envio do capítulo completo - 31/01/2018
- Prazo para envio de solicitação de revisões - 15/02/2018
- Envio da versão final - 28/02/2018
- Publicação - abril a junho de 2017

Resumo

O resumo para aprovação deve conter os seguintes itens:

- Título
- Autor(es)
- Mini-biografia do autor(es), incluindo currículo lattes
- Atividade(s) realizada(s) com o IBPAD
- Texto do resumo, com 600 a 1200 palavras
- Dataset e Ferramentas - quando for o caso, descrever escopo de *dataset* e ferramentas utilizadas
- Bibliografia (incluir também referências não citadas no resumo, mas que os autores pretendem usar no texto completo)
- Enviar para tarcezio@ibpad.com.br

Capítulo - Texto completo

Caso o resumo seja aprovado, o capítulo completo deverá conter de 4.000 a 6.000 palavras. O template será fornecido depois da aprovação.

Universo Bibliográfico Recomendado

A publicação está aberta aos mais diversos referenciais teórico-metodológicos, mas a fim de conveniência incluímos lista de publicações úteis e próximas do referencial do IBPAD:

ACKLAND, Robert. Web social science: Concepts, data and tools for social scientists in the digital age. Sage, 2013.

BARABÁSI, Albert-László. Linked: how everything is connected to everything else.... London: Plume, 2003.

BEER, David. Metric power. London: Palgrave Macmillan, 2016.

CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla. Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos. Rio de Janeiro: E-papers, 2016.

CASTELLS, Manuel. Networks of outrage and hope: social movements in the Internet Age. Cambridge: Polity Press, 2012.

DANIELS, Jessie; GREGORY, Karen; McMILLAN, Tressie. Digital Sociologies. Policy Press, 2017.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, v. 1, 2011.

HALFPENNY, Peter; PROCTER, Rob (Ed.). Innovations in digital research methods. Sage, 2015.

KADUSHIN, Charles. Understanding social networks: theories, concepts, and findings. New York: Oxford University Press, 2012.

KENNEDY, Helen. Post, mine, repeat: Social media data mining becomes ordinary. Springer, 2016.

LEHMANN, Donald R., REIBSTEIN, David J. Marketing Metrics and Financial Performance. Cambridge, MA: Marketing Science Institute, 2006.

LOVINK, Geert. Networks without a cause: a critique of social media. Cambridge: Polity Press, 2013.

LURY, Celia; WAKEFORD, Nina (Ed.). Inventive methods: The happening of the social. Routledge, 2012.

MacKINNON, Rebecca. Consent of the Network: the worldwide struggle for Internet freedom. New York: Basic Books, 2012.

MARRES, Noortje. Digital sociology: The reinvention of social research. John Wiley & Sons, 2017.

McCHESNEY, Robert W. Digital disconnect: how capitalism is turning the Internet against democracy. New York: The New Press, 2013.

NAPOLI, Philip M. Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences. Columbia University Press, 2011.

QUAN-HAASE, Anabel; SLOAN, Luke. The SAGE Handbook of Social Media Research Methods. Sage Publications: Thousand Oak, 2017.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. Análise de redes para mídia social. Porto Alegre: Sulina, p. 19-33, 2015.

ROGERS, Richard. Digital Methods. Londres: The MIT Press, 2013.

SCHOLZ, Trebor (Ed.) Digital Labor: the Internet as playground and factory. New York: Routledge, 2013.

SCHULTE, Stephanie Ricker. Cached: decoding the Internet in global popular culture. New York: New York University Press. 2013.

SILVA, Tarcízio (org.). Para Entender o Monitoramento de Mídias Sociais. Bookess, Online, 2012.

SILVA, Tarcízio; STABILE, Max. (Orgs.) Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão, 2016.

VAN DIJCK, José. The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford University Press, 2013.

WELLER, K.; BRUNS, A.; BURGESS, J.; MAHRT, M.; PUSCHMANN, C. Twitter and society. Peter Lang, 2014.

WOODFIELD, Kandy (org.). Social Media in Social Research: Blogs on Blurring the Boundaries. Natcen: Ebook, 2014.