



Revista Comunicação Midiática

ISSN: 2236-8000

v. 13, n. 1, p. 5-7, jan./abr. 2018

Apresentação

O ano de 2018 será e já está sendo decisivo para o mundo científico brasileiro. Atenta às eleições presidenciais que definirá os rumos do país nos próximos quatro anos, a comunidade científica brasileira de todas as áreas do conhecimento acompanha e vivencia de perto uma crise histórica, com a falta de verbas para a manutenção das pesquisas e a escassez de novos investimentos em infraestruturas, em bolsas de estudos e em centros de pesquisa e investigação, entre outras coisas. Se os tempos de crise são comumente reconhecidos como momentos em que, de maneira equívoca, fala-se em cortes que podem colocar em riscos anos de árduo trabalho de centros e de pesquisadores, ou ainda são tempos em que se pode privilegiar, de forma desigual, o investimento em supostas atividades científicas de maior visibilidade em detrimento a áreas de menor influência no setor científico do país, são ocasiões e circunstâncias como essas que podem ser também momentos de grande oportunidade para as revistas científicas refletirem sobre a sua função social. O papel de um periódico científico, nesse contexto, deve ser o de catalisar este *zeitgeist* científico, transformando-o em matéria explícita para a reflexão sobre o nosso passado e o nosso presente e possibilitando ainda um pensamento crítico com vistas a um futuro mais solidário.

No espírito do seu tempo, a *Revista Comunicação Midiática* chega com mais uma edição e consegue mais uma vez acolher uma grande variedade de formas de pensamento e de metodologias presentes no campo da Comunicação. Se as revistas científicas constituem o lugar, por excelência, que dá vazão e difunde o pensamento mais atual sobre a nossa realidade, não é exagero dizer que nossos periódicos são espaços de resistência e persistência. Parafraseando o excepcional pensador italiano Antonio Gramsci, de *Cadernos do Cárcere*, talvez as nossas revistas, nesses tempos de grande dificuldade, possam ajudar a criar pessoas sóbrias e por si pacientes, que possam não se exaltar diante de tolices e horrores: será necessário “pessimismo da inteligência, otimismo da vontade”.

Neste ano, nossa revista começa a ser publicada em nova plataforma. Aos poucos, dentro dos recursos disponíveis, migraremos o conteúdo presente no antigo sistema para o novo sistema, este, muito mais amigável aos nossos usuários. Por ora, esperamos que os

nossos leitores tenham uma leitura transformadora (e reflexiva!) com a seleção realizada de artigos.

Abre o nosso número o artigo “Sobre a construção de uma gramática do promoci-
onal televisivo”, de autoria de Maria Lília Dias de Castro, Janderle Rabaiolli e Fernanda
Sagrilo Andres, que investiga o conceito de promoção, algo tão difundido na televisão co-
mercial brasileira. Um dos seus enfoques centrais é baseado nas noções de gêneros, subgê-
neros e formatos, de modo a examinar as regras e regularidades presentes nas produções
televisivas.

O artigo “O funcionamento da metáfora no discurso jornalístico de revista: temas
sindicais em *Veja* e *Revista do Brasil*”, com autoria de Patrícia R. Schuster, reflete sobre o
funcionamento da metáfora no jornalismo, sob a perspectiva da Análise de Discurso de
linha francesa. Dois objetos de análise, postos em perspectiva comparada, são mobilizados
pela autora: a revista *Veja* e *Revista do Brasil*.

A autora Vânia Maria Torres Costa, em “Entrevistadores e entrevistados em cena: a
negação do ‘outro’”, discute a relação entre o entrevistador e a personagem entrevistada, no
âmbito do telejornalismo brasileiro. Sob as bases teóricas constituídas a partir dos trabalhos
de Norman Fairclough, a autora com um *corpus* de pesquisa extraído de reportagens da Re-
de Globo sobre a Amazônia colocou em questão as relações de poder no diálogo entre
jornalistas da região Sudeste do Brasil e os habitantes da região amazônica.

No artigo “Inércia de atenção: utilização do equipamento eye-tracker no estudo de
memorização e raciocínio de uma publicidade externa”, Sérgio Roberto Trein se detém nas
formas de captação da atenção humana e seus modos de memorização e apreensão das
publicidades externas. Para isso, o autor propõe uma maneira de mensurar a chamada inér-
cia atencional na publicidade, por meio do uso do equipamento eye-tracker.

Em seguida, Nicholas Dieter Berdaguer Rauschenberg, no artigo “Para una breve
historia de la Ley de Medios de comunicación en Argen-tina. Del debate público al retorno
del neoliberalismo”, analisa o caso argentino da Lei de Serviços de Comunicação Audiovi-
sual. O autor ainda reflete sobre as dinâmicas atuais do governo de Mauricio Macri no to-
cante à aplicação dessa Lei de Meios, tal como ficou conhecida.

Em “Branquitude e regimes de visibilidade no cinema brasileiro: uma análise do
filme *Orfeu* (1999)”, a autora Conceição de Maria Ferreira Silva reflete sobre o caso das
mulheres negras no cinema brasileiro comercial, no período entre 2002 e 2012. Em particu-
lar, o artigo se dedica a analisar o filme *Orfeu* (1999), de Cacá Diegues.

Os autores Cristovão Domingos Almeida e Denise Maria Cogo, em “Imigração hai-
tiana na cidade de São Paulo: comunicação e consumo de mídias no mundo do trabalho”,
avaliam as dinâmicas comunicacionais envolvendo o consumo midiático pelos imigrantes
haitianos na cidade de São Paulo.

No artigo “Publicidade: analisando a (in)sustentabilidade nos anúncios impressos da
Coca-Cola”, Dinair Velleda Teixeira, sob a perspectiva da Análise de Discurso de linha
francesa, analisa os anúncios impressos da Coca-Cola e sua relação com os discursos da
sustentabilidade.

O autor Alfredo Suppia, com o artigo “A função da “atmosfera” e o efeito de “fan-
tástico” no cinema de ficção científica lo-fi contemporâneo: os casos de *Love, Sound of my
Voice* e *Under the Skin*”, detém-se na análise do fenômeno do cinema de ficção científica lo-
fi contemporâneo, com base em postulados estéticos debatidos por Lovecraft e Todorov.

Em “Alteridade, empatia e afetividade no jornalismo: um estudo sobre a desinstrumentalização e compreensão do outro na narrativa de informação”, José Augusto Mendes Lobato e Mayara Luma Assmar Maia Lobato analisa a narrativa jornalística buscando compreender como a alteridade é apreendida em gêneros jornalísticos.

No artigo “Jornalismo Investigativo e a Criação de Sentido na Leitura Social da Cidade”, Myrian Regina del Vecchio-Lima e José Carlos Fernandes analisam, interpretativamente, três reportagens investigativas, com vistas a compreender como a imprensa “estabelece visibilidades que permitem “ler” a cidade pelo mapeamento de seus territórios”.

Por fim, A autora Roberta Gregoli, em “Garotas e samba: gender and consumerism in the Vargas Era”, investiga a representação de gênero e sexualidade em chanchadas brasileiras. Como *corpus* de pesquisa, a autora privilegia o filme *Garotas e Samba* (1957), de Carlos Manga, como o lugar onde se pôde elaborar ideários de masculinidade e feminilidade, enfim um espaço de uma disputa simbólica entre homens e mulheres.

Ainda a edição conta com a resenha “O novo livro-reportagem”, de autoria de Luciano Victor Barros Maluly, sobre o livro *Livro-Reportagem: guia prático para profissionais e estudantes de jornalismo*, de Andréia Terzariol Couto.

Enfim, é preciso agradecer o trabalho sempre muito sério e dedicado dos colaboradores de nossa edição: pareceristas, corpo docente, corpo discente e demais envolvidos. Em especial, agradecemos o apoio recebido da Pró-Reitoria de Pesquisa, PROPe-UNESP, por meio de um edital específico para as revistas científicas ligadas à nossa instituição.

Desejamos uma prazerosa leitura!

Editores