

Editorial

Editorial Revista 2015.1 – v. 18, nº 1.

Comunicação & Informação

ISSN versão impressa: 1415-5842

ISSN versão eletrônica: 2317-675X

O volume 18, número 1, da Revista Comunicação & Informação apresenta nove artigos, revisados pelos pares, produzidos por pesquisadores de várias partes do País, e também um artigo internacional; além de dar continuidade às publicações do Caderno Especial Casadinho/Procad produzido com textos desenvolvidos pelos alunos e orientados por professores dos Programas de Pós-Graduação das Universidades Federal de Goiás e do Rio de Janeiro que desde 2012 desenvolvem o Projeto de Pesquisa apoiado pelo CNPq na Ação Transversal nº 06/2011 – 552283/201108 intitulado “Rupturas Metodológicas para uma Leitura Crítica da Mídia”. Os textos aqui expostos destacam pesquisas que se entrelaçam, se completam, se confrontam e criam uma diversidade de pensamentos enriquecedora para o desenvolvimento dos estudos na área da comunicação e da informação.

O artigo **Risco e insegurança no Correio do Povo e Zero Hora: a construção de sentidos relacionados às drogas ilícitas**, abre esta publicação, trazendo os sentidos no discurso dos jornais impressos Zero Hora e Correio do Povo nos textos que fazem referência ao consumo e à circulação de drogas ilícitas no Rio Grande do Sul. Nele, as autoras Anelise Schütz Dias, Mestranda do PPGCOM da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Isabel Padilha Guimarães, Professora na Universidade Federal de Santa Maria, adotaram a Análise do Discurso de linha francesa e como categorias de observação 19 matérias de ambos os jornais, a partir do marcador “drogas” para desenvolverem o trabalho.

Fábio Hansen, Docente do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná e Cátia Schuh Weizenmann, Docente na Escola Superior de Propaganda e Marketing de Porto Alegre assinam o texto: **Elas não querem criar? Apontamentos sobre a institucionalização do trabalho de criação publicitária no mercado de Porto Alegre**, que traz a inquietante pesquisa sobre a dissonância entre o número de homens e mulheres nos departamentos de criação de agências de publicidade de Porto Alegre/RS, bem como nas salas de aula do curso de graduação em Publicidade e Propaganda da ESPM Sul. O eixo central do trabalho está na

identificação de mecanismos que legitimam a criação publicitária como espaço de atuação masculino, configurando a divisão sexual do trabalho no universo publicitário.

Rodolfo Rorato Londero, Professor do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina descreve como os dois paradigmas dos Estudos Culturais (“culturalismo” e estruturalismo) estão relacionados na obra de Williamson, indicando o paradigma estruturalista como o mais influente, principalmente devido à predileção da autora pela semiologia barthesiana, pelo conceito althusseriano de interpelação e pela noção lacaniana de estágio do espelho, em seu artigo intitulado: **Publicidade, estudos culturais e seus paradigmas em *Decoding Advertisements*, de Judith Williamson.**

Da Argentina, o trabalho *Consumo y cultura masiva: reflexiones a propósito de la literatura de autoayuda y sus lectores*, de autoria da Professora e investigadora da UNJu, Vanina Belén Canavire, apresenta o fruto de sua tese de doutorado sobre a leitura, especificamente sobre o gênero da cultura de massa que detém uma presença dominante no mercado editorial atual: a literatura de auto-ajuda, concluindo que o consumo de livros de autoajuda pode ser ligado, por um lado, com a necessidade de dar forma e sentido à história pessoal e, por outro, com a busca de sentimentos etéreos, a liberdade e felicidade.

O surgimento da Internet e a evolução da Web 2.0 é o foco do trabalho de Cristiano Max Pereira Pinheiro, Professor do Mestrado de Indústria Criativa da Universidade FEEVALE; André Conti Silva, membro do grupo de pesquisa Laboratório de Artefatos Digitais (LAD) da UFRGS; Mauricio Barth, Mestrando em Indústria Criativa na Universidade FEEVALE e Jeison Pacheco, Graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Feevale, com o título: **Interação, engajamento e crowdsourcing: um estudo do caso The Johnny Cash Project.** Segundo os dados da pesquisa, os usuários ganharam maior autonomia para a geração de conteúdo, fato que culminou com o surgimento de novas plataformas que apresentam inúmeras possibilidades de produção de material. Tais ambientes, com conteúdos criados pelos próprios usuários, atraem cada vez mais o interesse de participantes ao redor do mundo.

A influência da interface na popularização do serviço de streaming de vídeo pirata Popcorn Time é apresentada pelos investigadores Liana Gross Furini, Professora assistente na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e na Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT) e Roberto Tietzmann, Professor na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e Faculdade de Comunicação Social (FAMECOS). Aqui o foco são as discussões com relação à pirataria de produtos audiovisuais

que, para os autores, se tornaram mais intensas depois da popularização das tecnologias digitais, uma vez que elas colaboraram para a criação de um grande leque de possibilidades de circulação que vão além das formas oficiais de distribuição. Em contrapartida, a prática da pirataria através de tecnologias digitais exige uma quantidade de conhecimento técnico do interessado, o que acaba por ser uma barreira para grande parte dos usuários em adotar esta prática. Com uma interface simples, o serviço de streaming de material pirata Popcorn Time busca superar essa barreira técnica, reunindo elementos conhecidos de interface a um sistema de distribuição paralela.

Os pesquisadores Hudson Rodrigues Costa, Mestrando e Rosalvo Ermes Streit Professor do Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Gestão do Conhecimento e da Tecnologia da Informação, na UCB contribuem com o trabalho **Utilização de técnicas de jogos para a análise visual de informações**. Para os autores, excesso de informações e a abundância de dados, com diversidade na forma e no conteúdo, tornam os processos de tomada de decisão mais complexos. O artigo descreve pesquisas que utilizam o conceito de jogos. Explora-se a importância da gestão da informação, a utilização do gamification para a análise visual de informações, bem como as motivações psicológicas relacionadas às mecânicas de jogos no processo decisório. Em função da baixa quantidade de estudos sobre o emprego de gamification nessa área, o artigo traz reflexões relevantes sobre o tema.

Hugo César Peixoto Coutinho, Mestrando do Programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional em Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável pela Universidade de Pernambuco (UPE) e José Luiz Alves, Professor adjunto da Faculdade de Ciências da Administração da Universidade de Pernambuco (UPE), apresentam a **Lei de Acesso à Informação como ferramenta de controle social de ações governamentais**. Os autores afirmam que ter acesso às informações é fundamental para que os cidadãos possam conhecer a gestão da coisa pública e, assim, participar efetivamente das decisões que envolvem os interesses coletivos, através da criação, monitoramento ou controle das ações conduzidas pela administração pública. Os objetivos deste artigo foram discutir a importância da Lei de Acesso à Informação para a construção de uma comunicação pública no Brasil, e analisar a implantação desta lei como ferramenta de controle social das ações governamentais.

Numa proposta de discutir a construção da simbologia da sustentabilidade e a sua utilização como argumento de vendas por empresas de bens de consumo, Vivian Soares de Araujo, Pós-Graduada em Administração de Empresas, pela Fundação Getúlio Vargas; Luiz Alberto de Farias Doutor em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação em

Integração da América Latina (Prolam) da USP e Marcos Henrique Bedendo Mestre pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP-FGV), apresentam o trabalho **O valor simbólico da sustentabilidade e as formas de sua apropriação pelas empresas: o exemplo das marcas Prius, Natura e Patagonia**. Para eles a sustentabilidade é um tema de importância crescente em nossa sociedade e nas organizações. A simbologia positiva que ela desperta gera interesse de empresas dos mais variados perfis que a incorporam em seus discursos e ações com diferentes abordagens. Para isso, os pesquisadores realizaram um debate teórico e exemplos de apropriações do conceito pelas marcas Toyota Prius, Natura e Patagonia, que possuem diferentes perspectivas para a utilização do conceito de sustentabilidade. Como um valor ainda em evolução, concluem que há dois paradigmas que precisam ser quebrados para a adoção da sustentabilidade: o paradigma simbólico, em que a redução do consumo passe a ser vista simbolicamente como positiva, e o paradigma econômico, no qual a redução dos volumes vendidos pelas empresas possa ser uma possibilidade.

Os Cadernos Procad estão compostos por quatro artigos, sendo dois da Universidade Federal de Goiás – UFG e dois da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ.

O primeiro trabalho é de autoria da acadêmica Patrícia da Veiga Borges, doutoranda da ECO-POS/UFRJ, vinculada à linha de pesquisa Mídia e Mediações Socioculturais e integrante do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC/UFRJ) e que também desenvolve pesquisa sobre comunicação e ruralidades no Rio de Janeiro, sob a orientação da profa. Dra. Raquel Paiva. O texto **Campesinato e Agricultura Familiar em Duas Imagens: o sem-terra raivoso e a família feliz**, foi elaborado com base nas contribuições da disciplina Comunicação e Sociedade – Comunicação, Emoções e Poder, ministrada pelo prof. Dr. João Freire Filho (ECO-POS/UFRJ) e tem por objetivo discutir qual natureza de representação podem ter o campesinato e a agricultura familiar, considerando como foco principal de análise o uso das emoções na formulação de enunciados midiáticos. Toma como pontos de análise duas imagens: uma fotografia apresentada como capa da Revista Veja, em 1998, e um desenho de 2014, estampado no selo promocional do Ano Internacional da Agricultura Familiar (AIAF). Como parte da reflexão teórica, faz uma associação entre os termos “campesinato” e “agricultura familiar” e discute a relação entre comunicação, emoções e poder. À guisa de conclusão, defende que os retratos do campo poderiam tornar explícitas as contradições da questão agrária brasileira.

Também é da UFRJ o trabalho de Adriana Gonçalves Saraiva pesquisadora do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC) da UFRJ, coordenado pela Profa. Dra. Raquel Paiva. **Desafios da comunicação de estatísticas públicas para o fortalecimento da cidadania das minorias** é o título da investigação que propõe uma reflexão acerca da Comunicação Pública das Estatísticas e Mídia a partir da constatação da existência de minorias invisíveis, que não são contempladas pelas estatísticas públicas produzidas pelo IBGE. Utilizando perspectivas diversas para se compreender a produção das Estatísticas - científica, social e política – busca razões para a invisibilidade de grupos sociais e aponta como consequência: o Estado não dispor de informações para auxiliar na definição de políticas públicas que auxiliem na melhora das condições de vida. O artigo traz resultados da análise documental sobre Comunicação pública no IBGE.

Da Universidade Federal de Goiás o trabalho da Mestranda em Comunicação Rhayssa Fernandes Mendonça, orientado pela Profa. Dra. Ana Carolina Rocha Pessôa Temer, tem como título: **A Agenda Setting: os meios de comunicação como construtores da realidade social** e aborda os estudos dos Efeitos em Longo Prazo, com enfoque naqueles que envolvem a *Agenda Setting*, a corrente que trata sobre os efeitos da mídia e que foi desenvolvida pelos pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw. As pesquisas tiveram início no final dos anos 60 durante as eleições presidenciais nos Estados Unidos e se desenvolveram, tendo como pressuposto central a afirmação que os meios de comunicação de massa são capazes de definir temas e assuntos na agenda das pessoas. Essa capacidade aponta uma consistência da mídia em definir a realidade social e o poder de modificar as imagens do mundo. Ao final, procura-se também estabelecer a correlação da *Agenda Setting* com a Teoria das Representações Sociais, corrente da Psicologia Social. Os principais autores utilizados são McCombs (2009), Wolf (2005), Nery e Temer (2009) e Moscovici (2003).

O artigo **Jornalismo de serviço: um aporte teórico em construção** da Mestranda Mayara Jordana Sousa Santana também orientado pela Profa. Dra. Ana Carolina Rocha Pessôa Temer, tem como objetivo relacionar as correntes teóricas da comunicação para a formulação de um aporte teórico condizente com as especificidades do gênero discursivo jornalístico, o jornalismo de serviço, que consiste em uma das categorias de enunciados presente no jornalismo brasileiro, cujo reconhecimento dentro a taxionomia dos gêneros do jornalismo é recente, data do final do século XX, necessitando, portanto, de mais contribuições para a consolidação dessa temática no âmbito acadêmico. Nesse estudo, o jornalismo e suas características elementares são apresentados por meio de referencial

bibliográfico já existente, com intuito de discutir sobre essa modalidade específica na comunicação de massa e destacar a importância da apreensão das especificidades do jornalismo a partir da teoria sobre os gêneros jornalísticos. Sem a intenção de exaurir o tema, o estudo propõe relações entre as teorias, que possam estabelecer leituras sobre esse objeto no campo científico da comunicação.

Pela rica produção acima acreditamos que este número da Revista **Comunicação & Informação** configura-se como mais um aporte para as futuras pesquisas na área da comunicação e informação. Desejamos aos pesquisadores, professores e acadêmicos que aqui buscam referências de pesquisa na área da comunicação e informação, uma boa leitura!

Simone Antoniaci Tuzzo - Universidade Federal de Goiás – Brasil

João de Melo Maricato - Universidade Federal de Goiás – Brasil

Editores da revista Comunicação & Informação.