

Car@s leitor@s,

Esse terceiro número do volume 21 que encerra o ano de 2017 é composto por oito artigos livres, uma comunicação de resultados de pesquisa e um relato de caso. Os trabalhos apresentados são totalmente plurais na abordagem da comunicação, perpassando temáticas como desigualdade, ensino, jornalismo, ambiente familiar, televisão, rádio, twitter, futebol, saberes localizados, comunicação organizacional, dentre outros, revelando, por conseguinte, o caráter contemporâneo do periódico Cadernos de Comunicação com os seus mais de 20 anos de existência. Apresentamos, abaixo, os títulos e respectivos resumos que compõem a presente publicação. São eles:

- *Práticas de letramento e compreensão leitora na escola: a multimodalidade em perspectiva* de Briane Schmitt, Ernani Cesar Freitas e Iverton Gessé Ribeiro Gonçalves: “este estudo propõe-se a compreender e analisar textos multimodais que permeiam as interações comunicativas em sociedade, focando especialmente na maneira como a instituição escolar os maneja e os apresenta aos alunos. O principal objetivo da pesquisa é entender de que maneira o processo de compreensão textual multimodal é realizado pelos estudantes, para que desse estudo possamos pensar formas mais eficazes de trabalhar a multimodalidade”.

- *Comunicação organizacional e futebol: análise das estratégias comunicativas do grêmio Gaviões da Fiel* de Núbia Azevedo e Nair Prata: “com a transformação do futebol em negócio, e cada vez mais independentes do clube que representam, tornando-se fundamental uma imagem positiva para sua manutenção, a comunicação organizacional passou a ter grande importância para as torcidas organizadas. Assim, o presente artigo busca analisar os meios de comunicação do Grêmio Gaviões da Fiel, investigando a maneira como a torcida se comunica com seu público. Palavras-Chave: comunicação organizacional; torcida organizada; Gaviões da Fiel”.

- *Bichas intelectuais: um manifesto pelos saberes localizados* de Dieison marconi: “este ensaio elabora, a partir da minha posição de bicha, um manifesto em defesa da produção de um conhecimento científico posicionado e localizado. Neste sentido, busco expor e contestar os mitos de imparcialidade e objetividade da ciência canônica branca e masculinista,

visualizando também uma profanação da figura do intelectual em um contexto contemporâneo de disputa política e luta por reconhecimento”.

- *Formação em jornalismo na perspectiva do docente: um estudo no interior do Maranhão* de Thaisa Bueno e Marco Antonio Gehlen: “este artigo discute a formação em Jornalismo a partir da realidade da Universidade Federal do Maranhão. O estudo verifica como os docentes enxergam os avanços e as perdas da formação com o desmembramento da Comunicação Social em cursos específicos. O levantamento qualitativo inclui entrevista as 25 professores que integram/integraram o curso na instituição que, em 2016, completou dez anos”.

- *#Impeachment e #foradilma: a emoção em 140 caracteres* de Thiago Perez de Moraes, Doacir Gonçalvez e Romer Mottinha Santos: “neste artigo mensuramos as frequências de publicações das hashtags #Impeachment e #ForaDilma, no período de março de 2015 a julho de 2016, totalizando 449 dias de análise, e identificamos 60 outras hashtags favoráveis à saída da Presidente Dilma no período. Conclui-se que a internet e suas novas mídias sociais – como é o caso do Twitter – tendem a privilegiar a sedução e a emoção para atrair os receptores das mensagens”.

- *Evaluación del capital cultural en la frontera uruguayo brasileira* de Ignacio Pablo Tejero, Juan Francisco Alvez e Jorge Rodríguez Monteblanco: “este estudo foi realizado em um espaço de interface com menor desenvolvimento humano. Foram coletados dados educacionais em dois países: Uruguai e Brasil e calculado o coeficiente de determinação de Pearson (R). Gerou se uma metodologia válida e conclui se que a escolaridade média dos pais explica em 0,33 a escolaridade dos filhos. A influência dos pais explica um terço do futuro capital cultural de um indivíduo tomado ao acaso, com um efeito maior do pai (0,37) que da mãe (0,27). Palavras-chave: desigualdade, educação, ensino, ambiente familiar”.

- *O clipping na avaliação dos resultados: um guia prático para profissionais de relações públicas* de Jones Machado: “este artigo tem como tema o clipping, técnica envolvida no processo de avaliação das práticas de relações públicas, e visa discutir um modo consistente de avaliar a presença das organizações na mídia por meio de análise quantitativa e qualitativa. Tendo isso em vista, propõe-se neste estudo um guia prático para auxiliar, de forma didática, os profissionais nesta importante fase do processo de relações públicas”.

- *Notas introdutórias sobre a rádio jovens haitianos progressistas no Brasil* de Cristóvão Domingos Almeida: “apresenta-se a Rádio, criada pelos haitianos, como espaço de trocas e socialização de conteúdos, visando ações concretas para se ter acessos aos bens, serviços e direitos. O estudo é de cunho qualitativo, apoiado em entrevistas. Constata-se o uso criativo das tecnologias e a necessidade de se ampliar o sentido de comunicação destinado a esses imigrantes, possibilitando estratégias na construção da rede migratória”.

- *#participe: a interatividade do fazer televisual* de Fernanda Sagrilo Andres e Maria Lília Dias de Castro: “este estudo, tomando como ponto de partida o papel da televisão frente a nova realidade oferecida por outros dispositivos e plataformas, busca investigar o fenômeno da interatividade, entre emissora e público, que contamina o fazer televisual no país, a partir das três temporadas dos programas SuperStar e MasterChef”.

- *“O pica-pau vai invadir sua praia”*: as comunicações interna, mercadológica e institucional de uma empresa criativa no Rio de Janeiro de Diego Santos Vieira de Jesus e Matheus Viana Rodrigues de Souza: “o objetivo é examinar as estratégias de comunicação institucional, mercadológica e interna de uma empresa criativa carioca, a Reserva. Com base em Kunsch (2003) e Bendassolli et al. (2009), argumenta-se que o desenvolvimento das comunicações institucional e mercadológica relaciona-se à tecnologia na difusão e distribuição de bens criativos e a interna ligada à informalidade do processo criativo para a geração de inovação”.

Boa leitura!

Flavi Ferreira Lisboa Filho – editor

Cristina Marques Gomes – editora-gerente