

## EDITORIAL

É com alegria que brindamos aos nossos leitores com uma edição que traz textos sobre diversas temáticas e autores nacionais e internacionais. Informo que estamos tendo sucesso na implantação do nosso periódico na plataforma SEER, como pode ser observado desde a edição 14 (v.15, n.1, jan-jun de 2011), e que já estão disponibilizadas as versões digitais das edições compreendidas entre 05 (2001) e 13 (2005). Recentemente, procedemos a indexação do “Cadernos de Comunicação” no indexador “Sumarios.org” e fizemos a solicitação também ao “DOAJ”.

A 16ª edição – correspondente ao v.16, n.1, jan-jun de 2012 –, traz artigos que versam sobre pesquisas em: **audiovisual e identidade**, com abordagem de cinema, televisão e dualidades; **jornalismo** pelo ângulo dos esportes e da história, por meio de objetos que se contextualizam na Argentina; **publicidade e propaganda**, a partir de reflexões sobre a construção identitária nos anúncios e o ensino da profissão; e **relações públicas** no âmbito da comunicação pública. Já na seção dossiê apresentamos quatro trabalhos da área de **produção editorial**, que trazem desde charges a fanzines, tensionando política, cultura, história e literatura.

O texto “Marcas da mutação: violência e identidade no cinema de Cronenberg”, de autoria de André Gustavo de Paula Eduardo e de Deborah Cunha Teodoro, mestrandos da Universidade Estadual Paulista, proporciona reflexões acerca de identidade, do cinema de David Cronenberg e do que se entende por pós-moderno. Já em “A estética do desconforto em ‘21 gramas’: entre a redenção e o inferno”, Cláudio Rodrigues Coração, doutorando da ECA/USP, se questiona quanto às dualidades da referida película com base na desintegração dos personagens e de suas trajetórias. Marcelo Rocha, doutor em teoria da literatura, e Luciano Costa, jornalista, em “Simulação e simulacro: a realidade do Big Brother Brasil” discutem a televisão e seus hibridismos por meio de um reality show que ganhou popularidade no país e conquistou grandes audiências. Algumas ideias de Platão e de Baudrillard são apresentadas no artigo.

O contexto argentino está presente em análises jornalísticas de, pelo menos, dois estudos. Ximena Carreras Doallo, doutora e professora da Universidad Nacional de Quilmes, em “Perón en el Congreso: un análisis discursivo de las aperturas de sesiones ordinarias durante el peronismo histórico (1946-1955)” nos propõe uma reflexão sobre conceitos de representação a partir da análise da nação Argentina e sua relação com as

demais regiões do país nas sessões ordinárias do Congresso Nacional. Já o jornalista Eduardo Covalesky em “Esporte na sociedade midiaticizada: o futebol argentino sob as lógicas políticas e midiáticas”, tensiona aspectos da mídia, da política e de sua influencia na cobertura esportiva através da análise semiológica de alguns títulos de o Clarín e discursos de Cristina Kirchner e Julio Grondona disponibilizados em sites específicos.

A área de publicidade e propaganda, nesta edição, tem suas discussões calcadas no ensino da profissão, presente no texto “O papel pedagógico da propaganda”, de Mérli Leal Silva, doutora em Educação e professora da Universidade Federal do Pampa, que traz como pressuposto o fato de que a publicidade de massa representa valores hegemônicos da sociedade e auxilia na construção dos papéis sociais. Nesta vertente, porém com outro viés, o publicitário e mestrando em Comunicação, Filipe Bordinhão dos Santos, discute a representação da masculinidade em anúncios por meio de categorias como sexualidade, família e trabalho – tudo situado no contexto da contemporaneidade, em seu texto “Identidade de gênero: anotações sobre a masculinidade contemporânea na publicidade”.

Em “Comunicação pública digital: reflexões teóricas para a análise de portais governamentais”, do doutorando Bruno Kegler e da professora doutora Maria Ivete Trevisan Fossá, por meio de revisão da bibliografia existente e de uma discussão teórica, podemos pensar sobre as relações públicas no que tange ao relacionamento entre Estado e cidadãos, mediados pelos portais digitais de governo.

No dossiê temático sobre “Produção Editorial” temos duas contribuições estrangeiras e outras duas nacionais. As internacionais refletem sobre objetos de nacionalidade argentina, enquanto que nas nacionais discute-se sobre a história da área e a literatura de fanzine.

Amadeo Gandolfo, doutorando da Universidad de Buenos Aires, no artigo “El laboratorio de los dibujantes: sociabilidad y política entre los caricaturistas argentinos (1930-1960)”, por meio da análise do humor em produtos editoriais de uma época procura identificar filiações, o desenvolvimento e possíveis vinculações que certos autores possuíam. Isto serve para pensar sobre sua sociabilidade e organização em torno de uma rede ou círculo de produtores. Em “Colecciones editoriales de la década de 1960 y principios de 1970 en Argentina. Las colecciones sobre comunicación”, o professor Bruno De Angelis da Universidad Nacional de Quilmes, reflete sobre questões políticas a partir de coleções editoriais de seu país datadas dos anos 1960 e 70.

A professora doutora Marília de Araújo Barcellos, no texto “Produção de Editorial e início do Século XXI” discute sobre mudanças, posturas e inovação no campo editorial e sua profissionalização a partir do livro digital e as perspectivas que ele traz para o trabalho na área. O artigo “A virótica contaminação burroughiana na literatura de fanzine” da acadêmica Luciane Bernardi de Souza discute sobre fanzine, a técnica literária *cut-up* e as possibilidades de intertextualidades neste meio.

Desta forma apresentamos a edição n.16 dos “Cadernos de Comunicação”, que foram retomados a partir da edição de janeiro-junho de 2011. Ressaltamos que artigos podem ser enviados em regime de fluxo contínuo para avaliação de nossos pareceristas e possível publicação. A próxima edição deverá estar disponível em dezembro de 2012.

Flavi Ferreira Lisboa Filho  
Editor



Esta obra está licenciada sob uma Licença *Creative Commons*