



Editorial

Editorial

Eric de Carvalho

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo

Coordenador do Centro Interdisciplinar de Pesquisa da Faculdade Cásper Líbero

E-mail: ecarvalho@casperlibero.edu.br

Fabio Caim

Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP

Docente do curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Cásper Líbero

E-mail: fcviana@casperlibero.edu.br

Promover a prática da pesquisa entre a comunidade acadêmica, estimulando o olhar científico para o cotidiano do pesquisador de comunicação é o caminho mais objetivo para incentivar a ciência como práxis. Contrariando o senso comum, teoria e prática não compõem uma dicotomia, tendo em vista que são complementares, reflexão e ação. O profissional de comunicação deve escapar da armadilha do pensamento do lugar comum de que a teoria inibe a prática; ao contrário, deve entender que ela a aperfeiçoa, tornando passíveis de teorização e aplicação métodos analisados e testados em estudos com objetos cotidianos, problemas frequentes do desafio diário de sua profissão. A aproximação entre cultura, comunicação e cotidiano evidencia o olhar científico para toda manifestação cultural, revelando ao profissional de comunicação que o bom exercício de sua atividade exige a prática da pesquisa científica para aprimoramento e disseminação de uma teoria que analisa e aperfeiçoa o seu fazer. Trata-se do estímulo de uma práxis de um fazer precedido pelo estudo, “do texto à ação”, em uma livre apropriação do conceito utilizado pelo estudioso francês Paul Ricoeur.

Meio de promoção da prática da pesquisa acadêmica, a Revista *Communicare* traz nesta edição artigos, entrevista e resenha que orientam esse olhar para objetos presentes em nosso dia-a-dia. José Geraldo de Oliveira, mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, doutorando da UAB (Universitat Autònoma de Barcelona) e professor do Centro Universitário Fiam-Faam, realizou uma entrevista com o professor José Manuel Pérez Tornero, catedrático da UAB e consultor da UNESCO e da União europeia e diretor do grupo de pesquisa Gabinete de Comunicación y Educación (UAB) e do EduMediaLab, laboratório dedicado a pesquisas sobre inovação em comunicação e educação. O diretor do programa de doutorado do Departamento de Jornalismo e Ciências da Comunicação da UAB discorreu sobre o perfil do jornalista na contemporaneidade, o papel do webjornalismo nesse cenário e as competências e atitudes necessárias a esse profissional para a prática de uma atividade cada vez mais ligada ao empreendedorismo e ao domínio de técnicas para elaboração de produtos jornalísticos relevantes.

Mais desafios contemporâneos do jornalismo, assim como formatos e produtos midiáticos e a relação entre comunicação e consumo estão presentes nas páginas dos artigos dessa *Communicare*. No primeiro artigo, “A esfera pública em Cuba na era da informação”, Alexei Herrera, mestre em Comunicação Social pela UFMG, aborda a relação entre internet, grande imprensa e grupos independentes de mídia na construção da esfera pública no país sob uma perspectiva habermasiana.

A juventude é objeto de representações superficiais e heterogêneas por parte da mídia. Facilitada pelo crescente acesso a equipamentos de registro audiovisual, a autorrepresentação por meio de imagens oferece uma alternativa como estratégia de afirmação de identidade cultural de uma categoria tão vasta quanto

heterogênea. Essa é a discussão proposta por Danielle Parfentieff de Noronha, mestre em Antropologia pela Universidade Federal de Sergipe em “Eu mesmo me represento! A autorrepresentação em imagens na pesquisa sobre juventudes”.

O PIB não é um índice econômico adequado para a mensuração do bem estar da população de um país. Novos índices baseados em fatores mais adequados a esse levantamento deveriam ser utilizados, segundo “Além do PIB: novos indicadores de prosperidade como fonte para o Jornalismo Econômico”, de Filipe Domingues, jornalista pela Faculdade Cásper Líbero, pós-graduado em Jornalismo Econômico pela PUC-SP e mestre e doutorando em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Gregoriana de Roma (2016).

As representações do amor e de vínculos em animes é o tema de “Sakura Card Captors e os vínculos: narrativas de amor nos animes japoneses”, artigo produzido em colaboração entre Ana Catarina Santilli, mestranda em Comunicação e Semiótica na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Rodrigo Fonseca Fernandes, doutor em Comunicação e Semiótica na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e docente na Universidade Municipal de São Caetano do Sul e Centro Universitário Belas Artes. O artigo lança um olhar sensível para esse anime, que exalta a geração de vínculos como alternativa à solução de problemas por meio do discurso comum do embate e da violência.

Aline Aparecida de Souza Vaz analisa formatos e linguagens de produtos audiovisuais no artigo “A linguagem do reality show subvertida na série de ficção O Fantástico Mundo de Gregório”. A subversão das características do formato problematiza a relação entre realidade e ficção, misturando roteiro e elementos de narrativas reais de seu protagonista nesse formato híbrido, é o que discute Aline, doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná e pesquisadora no Grupo de Pesquisa Desdobramentos Simbólicos do Espaço Urbano em Narrativas Audiovisuais (GRUDES / PPGCom UTP).

O tónus de bipolaridade crescente no Brasil aparece como o problema de pesquisa abordado por Mara Rovida Martini em “Brasil, um país bipolar – alteridades antagônicas em disputa”. A pesquisadora busca por um arcabouço teórico adequado para delinear uma estratégia de abordagem dessa conjuntura brasileira contemporânea, conjugando estudos de áreas diferentes como a comunicação, as ciências sociais e a psicanálise, a partir da sistematização de dados quantitativos e qualitativos desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa do CNPQ Comunicação e Sociedade do Espetáculo (de 2013 a 2016). Busca uma forma de interpretar o processo de polarização social, tendo como suporte para reconstituir esse cenário narrativas jornalísticas, analisadas sob a óptica da noção de comportamento em grupo apresentada por Freud e a perspectiva de maiorias e minorias em dis-

puta de Arjun Appadurai. Mara é doutora pela Universidade de São Paulo e atua no PPGCC da Universidade de Sorocaba (UNISO).

“Consumir para vencer: mulher, trabalho e beleza no discurso jornalístico” aborda as representações jornalísticas sobre o trabalho e o sucesso feminino nas revistas *Veja* e *Você S/A Edição para Mulheres*, analisando o discurso a partir de uma perspectiva foucaultiana. A partir do incentivo a modelos específicos de beleza, essas narrativas midiáticas constroem um imaginário do que é ser mulher no mundo contemporâneo, apresentando o consumo como um dos principais pilares para a obtenção do sucesso profissional no mundo corporativo, é o que estuda Tatiane Leal, mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ).

Finalmente, em “Quem Tem Medo do Aquecimento Global? A Influência das Imagens na Mudança de Atitude”, Liliane Antunes Rohde, engenheira e mestre em marketing pela UFRGS e professora da ESPM-Sul, realiza um estudo exploratório para mapear as percepções e atitudes de pessoas em relação a diferentes representações comuns do aquecimento global, utilizando de uma análise de conteúdo de imagens utilizadas em diversas campanhas para conscientização ecológica e comparando as reações frente a imagens com apelos de medo a imagens informativas, buscando identificar quais as formas mais adequadas para sensibilizar a população e estimular mudanças de atitude comportamentais em relação à preservação do meio ambiente.

Encerrando esta edição, Bruno Hingst, doutor em Meios e Processos Audiovisuais pela Escola de Comunicação e Artes pela Universidade de São Paulo, docente e pesquisador da Faculdade Cásper Libero, realiza uma resenha de “O Fim do Cinema? Uma Mídia em Crise na Era Digital”, de André Gaudreault e Philippe Marion (Papyrus, 2016). Em sua obra, os autores debatem o suposto declínio da mídia cinema na Era Digital, a partir das mudanças de paradigma em relação à audiência, papel do receptor e fruição da mídia, uma vez que o formato tradicional do cinema segue determinados processos de produção e veiculação que foram bastante alterados a partir do desenvolvimento da internet, tecnologia digital e novos suportes. Bruno discute se essas mudanças decretam, de fato, o declínio dessa mídia ou se alteram seus processos. Afinal, o que é o cinema: a sala de exibição ou o formato de seu produto audiovisual?

Selfies, animes, reality shows e dress code dividem espaços e páginas com esfera pública, jornalismo econômico e ambiental nesta edição de *Communicare*, mostrando que a pesquisa científica não é uma atividade hermética, mas acessível a todos que possuem interesse, dedicação e olhar analítico, revelando quão tênues e híbridizadas são as fronteiras entre o cotidiano e o profissional sob a óptica da ciência.