
Editorial

Você já viu esses filmes antes?

“Já vi esse filme antes” é uma das frases feitas mais frequentemente usadas para desqualificar uma eventual novidade ou ineditismo de uma situação ou fato. Esta edição da *Revista de Estudos da Comunicação*, a partir de dois artigos que se entrelaçam com a mídia cinematográfica, parece nos induzir a mudar o modo da oração, transformando a categórica afirmação em inquietante interrogação, transformando-a em questão que desafia uma possível sensação de domínio sobre determinados assuntos, e que em princípio autorizaria a descartar certas iniciativas, experiências e abordagens.

Uma ponte de quatro décadas separando dois filmes (o antológico *Bonequinha de luxo* e o recente *O Diabo veste Prada*) que exibem o ambiente da moda dá origem ao artigo “Consumo: uma construção identitária cultural na sociedade contemporânea”, que se debruça sobre as ligações entre marcas e padrões culturais de afirmação da identidade. A mitologia dos personagens da série cinematográfica *Star Wars* é o tema de “Mitologia e cinema: a propagação dos mitos por meio da trilogia clássica *Star Wars*”, que analisa a reverberação desse imaginário ancestral na atualidade, mediante a sua projeção na realidade tecnológica de um futuro de ficção científica.

Embora sem desenvolver os vínculos com o mundo dos atores e demais profissionais do cinema, que alimentam em grande intensidade a cobertura jornalística do mundo das celebridades, o artigo “A mídia de columnismo social porto-alegrense: uma análise do programa *Sociedade*” repercute conceitos e valores que estabelecem similaridades entre o seu objeto de estudo e aquele ambiente.

Se uma ponte de quatro décadas nos faz questionar se “já vimos esses filmes antes”, uma ponte de duas décadas nos faz refletir sobre um “filme que ainda estamos vendo”: a competição midiática entre as redes de televisão Globo e Record, em “Tente, Invente, mas faça o telespectador ser da gente: Globo e Record, a disputa de quase duas décadas”. Em outra mídia, a ousadia editorial da revista *piauí* é analisada à luz do construcionismo, em “A realidade ‘com um parafuso a menos’: teoria construcionista x revista *piauí*”.

Complementam a edição artigos sobre a importância da comunicação interna das organizações, em “O papel da comunicação empresarial na implantação do programa de remuneração variável”, e a utilização da informação visual como elemento essencial nas condições educacionais de nosso tempo (“Um mundo de imagens: inclusão do gênero discursivo imagético no processo de aprendizagem”), assim como “notas sobre protudos jornalísticos no Rio Grande do Sul”, além da apresentação, em resenha, de “Relações públicas: o guia completo”.

Modificando ligeiramente a forma da frase feita do título, fica aqui o convite para ler esses filmes, já.

Prof. Dr. Gil Nuno Vaz
Editor Científico