



Editorial

As muitas interfaces da pesquisa em comunicação

Um ponto favorável e bastante significativo para a pesquisa em comunicação é a amplitude das interfaces com outras áreas do conhecimento. Não é de se estranhar, afinal, a comunicação permeia o cotidiano e é considerada fator primordial da evolução humana. Neste número da Revista de Estudos da Comunicação, essa diversidade de possibilidades de interfaces fica evidente nos artigos escolhidos.

O artigo de abertura da edição, “A produção, difusão e recepção da imprensa contracultural no Brasil (1968-1974), da Dra. Patrícia Marcondes de Barros (Unesp), por exemplo, analisa como a imprensa alternativa brasileira deu visibilidade à contracultura americana no período da ditadura militar e como os jornais que se dedicaram ao tema diferenciaram-se dos demais veículos, sendo considerados alternativos à época.

O segundo artigo, “A identidade jornalística da agência *Pública* na discussão sobre o jornalismo contemporâneo”, cujos autores são Dr. Cláudio Coração (Ufop) e Me. Lilian Juliana Martins (Unesp), por sua vez, investiga teoricamente a identidade da agência, que realiza reportagens e trabalha para pautar a imprensa com questões de interesse social, contando com financiamento coletivo ou de fundações. A *Pública* vale-se das plataformas digitais para fomentar o debate democrático.

Na sequência, a comunicação interna e externa das organizações públicas e suas relações com o clima organizacional mereceram pesquisa envolvendo grupo focal e análise de conteúdo que, aliados à revisão de literatura nas áreas de gestão do conhecimento, teoria da comunicação e cultura organizacional, apontaram os “ruídos” dos processos comunicacionais, levando em conta o clima organizacional. O artigo resultante do estudo é assinado pelos pesquisadores Dra. Helga Cristina Hedler (UCB), Me. Rosinete Borges da Silva (Terracap), Dra. Luiz Beth Nunes Alonso (UCB), Dr. Rodrigues Lima de Campos (UCB) e Me. Eliane Almeida do Carmo (Fiocruz).

A construção da nossa imagem internacional mereceu o estudo “O Brasil na ótica do jornal norte-americano *The New York Times*”, dos professores Me. José Rosamilton de Lima (UERN) e Dr. Ivanaldo Oliveira dos Santos Filho (UERN). Seu trabalho vale-se de análise de conteúdo do editorial “A voz do Brasil no cenário mundial”, publicado em março pelo jornal, um dos mais influentes do mundo. Os resultados revelam uma imagem negativa e que os esforços da presidente Dilma Roussef não têm sido suficientes para fazer o país avançar no cenário mundial.

A prof. Me. Tânia Regina Vizachri (USP) e o Prof. Luís Carlos de Carvalho Piassi (USP) realizaram o estudo “Como as animações de longa-metragem têm acompanhado a discussão em torno dos direitos dos animais: um estudo a partir de *Bee Movies* e *Fuga das Galinhas*”, no qual verificam que os direitos dos animais, discussão recorrente na sociedade, estão cada vez mais presentes nos filmes de animação, mas nem sempre de acordo entre si.

O uso de mídias móveis simultaneamente com o ato de assistir televisão, como forma de interação, fenômeno que vem sendo denominado “segunda tela”, é o tema de pesquisa realizada pelo Prof. Dr. Alan César Belo Angeluci (UCS) em parceria com a graduanda Bianca Pasquim Santa (UCS), e apresentada no artigo “‘É gol na TV... e no *Smartphone*?’: um estudo sobre o comportamento do telespectador na segunda tela”. A pesquisa coletou experiências de telespectadores do Campeonato Brasileiro de 2014 que usaram *smartphones* concomitantemente à transmissão.

O artigo “Perspectivas para pensar os estudos de recepção e a masculinidade a partir dos estudos culturais e de gênero”, de autoria do Dr. Flavi Ferreira Lisboa Filho (UFSM) e do Me. Felipe Bordinhão dos Santos (UFSM) busca articular estudos de gênero e culturais como vertente de debate das pesquisas de comunicação. Este artigo, como os demais desta edição, mostra bem a pluralidade de interfaces possíveis na pesquisa em comunicação.

E, finalmente, o artigo “Do lambe-lambe à mídia exterior: 100 anos do cartaz de rua na cidade do Rio de Janeiro”, da Dra. Laura Martino Bedran (UFF), encerra a edição traçando um panorama do cartaz de rua desde o início do século XX até a atualidade. O cartaz, em suas diferentes materialidades, espelhou costumes, desen-

cadeou diálogos e diversificou a linguagem urbana de comunicação. A pesquisa iconográfica foi realizada em diferentes acervos de periódicos e de fotografias.

Diversidade de pesquisa e pluralidade de interfaces colocadas, desejamos boa leitura e boas pesquisas.

Prof. Dr. Zanei Ramos Barcellos

Editor-chefe