



Editorial

A crise no governo Dilma, pistas do leitor rastreável e reflexões sobre jornais da fronteira platina

A Revista de Estudos da Comunicação abre esta edição com o artigo “A crise no governo Dilma: enquadramentos propostos pela Revista Veja”, produzido pela Dra. Rejane de Oliveira Pozobon em parceria com a Me. Andressa Costa Prates, ambas da UFSM. Trata-se de um estudo de “enquadramento”, conceito norteador que permite uma compreensão ampla do objeto em análise. O exemplar da Veja analisado data de 18 de março de 2015, logo após manifestações nacionais pró-impeachment. A Revista, de acordo com o estudo, enquadra a presidente como tendo realizado “manobras malsucedidas”, “trapalhadas”, e em outros aspectos cuja conotação é negativa.

O artigo “Diálogo com uma mídia rastreável: pistas do leitor nos seis anos do *site* Imperatriz Notícias”, por sua vez, discute como a capacidade de reunir informações sobre os leitores, por meio de mecanismos de coleta de dados na internet, pode orientar ações dos veículos de comunicação e gerar interação com o receptor e, assim, fornecer-lhe conteúdos jornalísticos de melhor qualidade. O estudo, realizado em parceria pelos Drs. Lucas Santiago Arraes Reino e Thaisa

Cristina Bueno e o Me. Marco Antônio Gehlen, todos da UFMA, analisou dados de 802.134 mil acessos de leitores ocorridos em seis anos.

Uma "Reflexão sobre a região da fronteira platina e seus jornais" foi realizada pela Dra. Andréa Franciele Weber (UFSM), valendo-se da associação de diversos estudos envolvendo questões geográficas e socioculturais, com o objetivo de auxiliar outras pesquisas e abrir possibilidades de novos estudos sobre esta área da Bacia do Rio da Prata, quer sob a ótica histórica ou pela importância que ela assume devido aos incentivos à integração advindos do Mercosul e, também, pelas mudanças implícitas aos veículos de comunicação em geral advindas das novas tecnologias comunicacionais.

A cobertura da ação policial na manifestação de professores em Curitiba, realizada pelos *sites* das rádios Band News FM, Banda B, Cultura AM 560 e CBN Cascavel, mereceu o estudo "29 de abril: a cobertura *on-line* das emissoras de radiodifusão paranaenses no Centro Cívico", realizado pelo Dr. Carlos Willians Jaques Morais (UEPG) e pelo Me. Luãn José Vaz Chagas (UERJ). A coleta de dados foi feita com base em conceitos de radiojornalismo informativo de Medish (2001), hipermediático de Lopes (2010) e presença do jornalista nos locais dos acontecimentos (ORTRIWANO,1985); o artigo demonstra que os *sites* das rádios do interior do Paraná cobrem usando informações de outros veículos de comunicação, sem estarem presentes ao local dos acontecimentos, e que mesmo as rádios da capital valem-se de informações da redação, com poucas ações que caracterizam o imediatismo do rádio.

Com base em referencial feminista, o artigo "Publicidade e relações de gênero: nos 40 anos do Ano Internacional da Mulher, reflexões a partir de anúncio da Heineken" trata da importância da comunicação para garantir os direitos da mulher e humanos, a partir de revisão bibliográfica do papel da mulher na sociedade e representação feminina na comunicação e da análise de um anúncio de cerveja. As autoras do artigo são a Dra. Cláudia Regina Lahni (UFJF) e Juliana Neves Afonso (UFJF).

O artigo "Leituras de reparação: reflexões sobre as narrativas terapêuticas em literatura de autoajuda", da Dra. Vanina Belén Canavire (Universidad Nacional de Jujuy), parte do expressivo mercado da literatura de autoajuda na América Latina, de um estudo de caso e teorias de recepção e de que a leitura *per se* é um fenômeno de comunicação para identificar as maneiras pelas quais o leitor se reconhece nas narrativas terapêuticas.

A busca pela felicidade, pertencimento e aprazimento na sociedade de consumo e as consequências da decepção é o tema do artigo “A comunicação corporativa na sociedade de consumidores: do discurso da felicidade ao mundo da decepção”, do Dr. Marcelo da Silva (UFMA). A reflexão parte de que o consumo liga-se a um sistema ideológico que se trama ao redor de informações e significados que se expressam em diferentes linguagens e reflete, por meio de resgate bibliográfico, sobre a comunicação corporativa no contexto da sociedade de consumidores.

A partir de estudos teóricos e reflexões críticas sobre o conceito de poder e sob a perspectiva política e social mediada pelas redes sociais no contexto político das manifestações populares de junho de 2013, a mestrande Paula Izabela Nogueira Bartkiw (UTP) realiza uma análise das repercussões do movimento em veículos de comunicação internacionais, além da interação do Facebook como mediador do poder de comunicação, exercendo influência nas ações do poder público.

Boa leitura e boas pesquisas!

Prof. Dr. Zanei Ramos Barcellos
Editor-chefe