

Editorial

O estudo da Comunicação Social não deve ser encarado apenas como um estudo secundário dentro das grandes áreas tradicionais das Ciências Humanas. Muito mais do que uma técnica ou uma condição humana, o vasto campo que as Ciências da Comunicação abrangem se caracteriza não pela cristalização de práticas, mas sim pela constante mutação de estratégias e ações.

Stuart Hall, em um dos principais textos da área¹, nos mostra como a comunicação é um ato de codificar e decodificar mensagens, cujos resultados não são previsíveis. Tanto produtor como receptor são indivíduos autônomos e dignos de estudo, por estarem permeados de discursos, de estruturas de produção e enquadramentos cognitivos.

Como já afirmamos nos editoriais passados, acreditamos na independência dos estudos comunicacionais e, dessa forma, a revista *Anagrama* cumpre seu papel ao publicar 12 interessantes textos em 7 campos da Comunicação Social, produzidos por graduandos de diversas instituições brasileiras.

No campo dos Estudos da Mídia, apresentamos três textos. *Infância, Consumo e Mídia: costurando a realidade das crianças na contemporaneidade* – escrito por Brenda Guedes, Fernanda Porto e Filipe Acácio – apresenta os resultados da pesquisa do GRIM (Grupo de pesquisa da Relação Infância e Mídia) de Fortaleza-CE, focando a reflexão sobre o apelo dos desenhos animados na preferência televisiva das crianças.

Por sua vez, o artigo *O Processo de Decisão do Voto* – de Daniele Cordeiro da Luz, Eduardo de Oliveira Ribeiro, Julia Batista de Santana, Juliana Carla Ponceano Moreira, Juliana Soares, Meggie Teixeira Corrêa e Monique Lima Leite – apresentam os resultados de uma pesquisa de campo quantitativa para identificar a atuação e o papel da mídia nas eleições.

A resenha *Para Compreender a Sociedade Espetacularizada: revisitando o pensamento de Guy Debord*, de autoria de Aristeu Portela Júnior, analisa o livro *Guy Debord: antes e depois do espetáculo*, de Cristiane Freitas Gutfreind e Juremir Machado da Silva. Ela ressalta como a reprodução constante de imagens midiáticas e a

¹ *Encoding and Decoding in the Television Discourse*, de 1973.

sistematização do cotidiano visando ao consumo desempenham um papel essencial no atual estágio da acumulação capitalista.

Já no campo dos Estudos do Cinema, a revista *Anagrama* apresenta um artigo. Cléver Cardoso T. de Oliveira, com o artigo *Deleuze: uma ontologia do cinema*, busca elucidar a concepção ontológica que o filósofo Gilles Deleuze dá ao cinema, culminando em uma zona de charco entre cinema e filosofia.

Dentro do campo dos Estudos da Imprensa, há um artigo publicado nessa edição. *Jornalismo Francês e Albert Camus*, de autoria de Pedro Zambarda de Araújo, faz a exposição e a análise dos editoriais e textos jornalísticos do escritor franco-argelino Albert Camus no jornal *Combat*, da Resistência Francesa na Segunda Guerra Mundial.

No campo dos Estudos Intermidiáticos, a presente edição publica um texto. Camila Cafuoco Moreno, com o artigo *Entre Castro Alves e Sebastião Salgado: o diálogo condoreiro*, desenvolve e reflete sobre o diálogo entre mídias distintas, ou seja, o dialogismo, no presente texto, entre um poeta (Castro Alves) e um fotodocumentarista (Sebastião Salgado).

Já no campo dos Estudos da Televisão, apresentamos dois textos. *Quando se domina o formato: estratégias de comunicação e construção da realidade na oitava edição do Big Brother Brasil*, de Gabriel Lautenschleger e Caroline Casali, procura mapear as estratégias discursivas que o programa *Big Brother Brasil*, da Rede Globo, utilizou em sua oitava edição para manter a atratividade da fórmula televisiva dos *reality shows*.

Mariana Moura Velozo, em *Ademar Guerra e o Teatro 2: levantamento de sua biografia artística e de seu trabalho no teatro na TV*, faz uma análise biográfica do trabalho de Ademar Guerra como diretor do programa *Teatro 2*, da TV Cultura, para mapear a extensão dos gêneros teleteatrais desenvolvidos por ele.

No campo da Comunicação Organizacional, a *Revista Anagrama* publica, nessa edição, três artigos. *Entidades Religiosas Cristãs: um ponto de vista administrativo* – de autoria de Ivan Alves Junior, Luanna Lopes Vilar, Marcelo Victor Gouveia de Lucena e Luciane Albuquerque Sá de Souza – retratam as estruturas organizacionais, nos diversos campos administrativos, das entidades cristãs brasileiras, a saber: a Igreja Católica Apostólica Romana, a Igreja Universal do Reino de Deus e a Igreja Batista.

Melissa Marques e Mirian Teresinha Pinheiro, em *A Influência da qualidade da hotelaria hospitalar na contribuição da atividade curativa do paciente*, estudam a

influência, em todos os aspectos, da hotelaria tradicional, proveniente do campo dos Estudos do Turismo, nas enfermagens dos hospitais.

Por sua vez, o artigo *Análise Crítica e Aplicação de Melhorias a partir dos Conceitos da Organização, Sistema e Métodos (OS & M)* – de autoria de Ivan Júnior, Joab Vasconcelos, Miguel Neto, Rosângela Andrade, Trícia Thaise Pontes e Luciane Souza – mostra o *layout* organizacional, em diversas áreas, da Coordenação de Transportes do CEFET-PB.

No campo dos Estudos da Propaganda & Publicidade, apresentamos um artigo. Maria Luciana Garcia Cunha, em *Vende-se o Multiculturalismo: um estudo sobre marcas, significados e cultura*, propõe estudar as diversas marcas comerciais, enquanto “microuniversos de significados”, para refletir o papel delas na construção do multiculturalismo atual.

Esperamos que a presente edição da revista *Anagrama* não signifique apenas um passo na carreira dos autores, mas sim um exercício de divulgação de pesquisas para seus pares e para a sociedade em geral. Uma boa leitura a todos.

Os Editores