

APRESENTAÇÃO

Nesta edição da revista Conexão, os artigos foram agrupados em seis blocos temáticos, que nos permitem diferentes ângulos de análise dos processos de Comunicação: Cultura, Comunicação e sociedade, Rádio e história, Jornalismo e sociedade, Questões do imaginário e Questões de método acolhem os 14 artigos que compõem a edição.

Cultura

Sobre preparação cultural, atenção e distração nos modos de assistir TV: uma análise do caso da experiência de múltiplas telas, de Carlos Eduardo Marquioni, mostra uma preparação cultural prévia associada ao modo como o público assiste a TV. O artigo analisa, como instâncias dessa preparação, tanto a atenção orientada ao televisor nas primeiras transmissões quanto a distração resultante do uso concomitante de vários dispositivos tecnológicos, enquanto se assiste a TV – o que constitui a experiência de múltiplas telas. Destaca, também, a necessidade de definição de um operador conceitual, que considere a preparação cultural e a experiência de uso como chave para minimizar o risco de determinismo tecnológico, nas análises e reflexões em relação à televisão.

Rádio, Gastronomia e Cultura: modos de endereçamento do boletim radiofônico Pitadas de Gastronomia, de Carla Montuori Fernandes e Christina Montuori, mostra a gastronomia como tema capaz de entrelaçar aspectos sociais e culturais. As autoras mostram como o modo de comer pode oferecer direcionamentos que perpassam vias alimentares regionais e culturais, além de incentivar leituras de revistas, livros ou programas audiovisuais. O estudo analisa boletins radiofônicos denominados *Pitadas de Gastronomia*, com István Wessel, para evidenciar relações entre alimentos, pessoas, espaços sociais e espaços culturais.

Quando o corpo fala: considerações para uma abordagem enativa das interações, de Sandro Adalberto Colferai, aborda a interação a partir da corporalidade das relações e considera as consequências desta abordagem quando se assume o conceito de enação nas interações mediadas pela tecnologia. O estudo nasce de pesquisa em comunicação na Amazônia, contexto no qual emergem as práticas de populações tradicionais, que não fazem distinção entre domínios sociais e naturais. Esta inseparabilidade, um dos princípios do que tem se convencido chamar de novo paradigma científico, é ponto de partida dos autores para abordagens dos fenômenos da comunicação como mútua atuação entre natureza e sociedade e não como simplesmente uma representação do real.

Os três textos passam por questões relacionadas à cultura e permitem refletir sobre sua relação com a Comunicação, a partir de diferentes vertentes do cotidiano social.

O primeiro dos artigos mostra como o avanço tecnológico, que apresenta ao sujeito social os fenômenos das múltiplas telas, de um lado se mostra um facilitador da divulgação cultural e, de outro, exige “uma *preparação prévia* de ordem cultural da audiência para geração de semioses *apropriadas*, em relação ao dispositivo”. No texto, a Cultura está associada a (e constituindo) *significados compartilhados* que, atribuídos “na vida, são feitos e refeitos” (WILLIAMS, 1989, p. 8), explica o autor. Diferentes formas culturais e gêneros acionam nos sujeitos diferentes elementos de geração de sentido, e o uso de tecnologias constitui fator-chave para adaptações culturais, enquanto a distração consequente de diversas atividades simultâneas pode ser associada a uma preparação cultural. Assim, a preparação cultural prévia contribui tanto com a percepção da experiência de TV quanto com as redefinições nessa experiência. O artigo aponta que “associada ao caráter histórico, ‘a visão está imersa em um padrão de adaptabilidade a novas relações tecnológicas, configurações sociais e imperativos econômicos’ (CRARY, 2013, p. 35)”, o que permite relação direta com a preparação cultural prévia. “A mobilidade, a novidade e a distração se tornaram [ao longo das décadas] elementos constitutivos da experiência perceptiva”. (CRARY, 2013, p. 53).

O segundo artigo entrelaça comida, sociedade, cultura e comunicação. A gastronomia inseriu-se no processo de transformação da linguagem da cozinha, revelando faces culturais, históricas, econômicas e sociais do alimento na era contemporânea, conforme mostram as autoras. Elas lembram, com Braga (1994), que, ao participar de uma conversa, as pessoas empregam termos de experiências anteriores, que reduzem esforços de entendimento, e que contextos culturais peculiares de uma sociedade auxiliam nas trocas de palavras.

A alimentação pode, frequentemente, ultrapassar fronteiras de costumes e de culturas de outros países, como declararam Martín-Barbero e Rey (2001, p. 63), ao proporem desafios para os novos paradigmas de ensino e aprendizado na era da “tecnalidade midiática como dimensão estratégica da cultura”. As autoras fundamentam-se em Poulain (2013) para marcar a confluência entre gastronomia e sociologia e indicar que “alimentação tem uma função estruturante da organização social de um grupo humano”, pois não se limita às lógicas utilitárias ou tecnológicas reduzidas, mas permite um moderno campo de estudos sistemáticos com possibilidades de desdobramentos. A oralidade, princípio básico do rádio, ainda segundo Martín-Barbero e Rey (2001, p. 7, p. 43, 47), “veio ritmar a jornada doméstica”, dando forma ao fluxo sonoro da rotina cotidiana. Conectado à oralidade cultural, mostram as autoras, o rádio teve papel decisivo na mediação entre o rural e a cidade. “Atualmente, como ocorre com a televisão, converteu-se em essencial agente de uma ‘cultura-mundo’.”

Os boletins analisados na pesquisa, segundo os autores, “pareceram se desdobrar na tentativa de remeter o ouvinte aos atuais encaminhamentos da gastronomia,

aproximando-a do cotidiano, por meio da conversa, orientação de receitas e assuntos pertinentes ao universo *gourmet*. Abriam espaço e participação para os sujeitos se informarem sobre acontecimentos, sabores de diferentes culturas ou preparações culinárias da própria região, procurando diluir a expressividade de algo exclusivo a determinada classe social, num espaço aberto para todos os que queiram se divertir ou lembrar [a infância] e confortos alimentares”.

O terceiro artigo destaca relações ecossistêmicas cujos princípios básicos não são estranhos aos amazônidas. “A possibilidade de não se pensar as interações somente a partir das relações simbólicas acionadas pelos seres humanos, mas também ampliar a perspectiva de maneira a considerar as relações ecossistêmicas” é o ponto de partida para a proposição do autor. Segundo ele, relações de coatuação entre o ser humano, o ambiente imediato e os meios de comunicação e informação conformam novas vivências, que não são postas sob determinações dos conteúdos veiculados, mesmo atravessadas por eles. A esta interação biotécnica estreita, Kerckhove (1997) chama de *psicotecnologias*, uma vez que se alteram as maneiras de o sistema nervoso perceber o mundo. Um dos exemplos a que recorre o autor é o dos Ashaninka, que, nas reelaborações hipertextuais de si, passam a, efetivamente, se utilizar da internet como meio para potencializar a própria voz e presença, numa desterritorialização que ganha fluidez, mas não deixa de lado as percepções de mundo que lhes são próprias. Usando a tecnologia, mostram a importância da floresta na vida das pessoas, especialmente das que vivem na Amazônia.

Comunicação e sociedade

Inteligência híbrida e análise de sentimentos: integrando curadoria humana e coleta de dados automatizada para avaliar a comunicação de governo, de Márcio Carneiro dos Santos, descreve estudo exploratório em que se avaliou a correlação entre ações de governo e opinião dos cidadãos, a partir de publicações na página oficial dos gestores utilizando a ferramenta Netvizz da plataforma Facebook. A mescla de estratégias computacionais, aplicada ao tratamento de grandes volumes de dados, com a curadoria humano-coletiva, feita pelos usuários, sugere a possibilidade de geração de conhecimento, a partir do que o autor denomina “inteligência híbrida”. No caso estudado, a rede pública estadual de ensino figura como maior gerador de *posts* negativos, oferecendo uma opção de monitoramento desse tipo de comunicação em tempo real e com baixo custo. Assim, a metodologia permite tanto a avaliação da comunicação institucional quanto a avaliação da própria gestão pública, por meio da formatação de indicadores de aprovação e insatisfação.

Com *Comunicação ambiental e conflitos na circulação de sentidos sobre a crise hídrica de São Paulo no espaço virtual*, Jane Márcia Mazzarino, Rodrigo Muller Marques, Marina Antunes Martin investigam conflitos comunicacionais decorrentes das interações midiáticas no ambiente do Facebook e mediadas pela questão ambiental, decorrente da crise hídrica paulista, cujo auge deu-se em 2014. A partir de pesquisa bibliográfica e análise documental, com

abordagem quanti-qualitativa, os pesquisadores aplicaram análise textual a 103 posts selecionados de publicações da comunidade *A Crise da Água em São Paulo*, cuja característica é a crítica ao tratamento dado ao acontecimento por diferentes atores sociais.

Com os dois artigos, os pesquisadores dirigem seu olhar para redes sociais, mostrando suas possibilidades como instrumentos a serviço de uma sociedade cada vez mais envolvida com processos digitais de comunicação.

O primeiro artigo do grupo mostra como iniciativas interdisciplinares, que se utilizam de recursos computacionais e estratégias de análise de grandes quantidades de informação, podem oferecer aos pesquisadores da Comunicação novas dimensões sobre a produção de sentido, o que representa um salto qualitativo, considerando o crescente volume de informações produzidas atualmente na sociedade. A possibilidade de operar com amostras bem maiores, processadas em menor espaço de tempo e geradas de forma coletiva é um aspecto positivo em relação aos métodos que dependem integralmente de processamento humano.

O autor ressalta que, considerando que monitoramos o dia a dia da administração, a abordagem (inteligência híbrida) pode gerar bons indicadores, traduzindo-se em ferramenta de auditoria ou para uso em estudos comparativos, capaz de identificar o impacto de determinadas políticas na opinião pública, oferecendo *insights* de maior precisão com informações sobre onde e como determinadas coisas estão. No caso de administrações interessadas em cumprir sua vocação – servir ao público –, os indicadores podem ser um diferencial, inclusive por terem produção a custo quase zero, gerada continuamente e capaz de acompanhar o intrincado sistema de interações e desafios da gestão de estruturas públicas, cada vez mais complexas.

O segundo texto aponta a intensificação da dominação dos recursos naturais, sua degradação e o desprezo a aspectos sociais e culturais envolvidos como uma das consequências da sociedade capitalista e sua lógica neoliberal. Nesse sentido, o ciberespaço desponta como oportunidade de diálogo essencial ao desenvolvimento da democracia e à participação cidadã. (CARDOSO, 2006). Na sociedade contemporânea, alertam os autores, as relações estão pautadas na midiaticização, o que implica uma nova forma de participação do sujeito.

Em sintonia com Lemos (2009), os autores definem como pós-massivo o sistema de mídias de relacionamentos da *web*, e mostram o ciberespaço como lugar onde o corpo social pode se fortalecer e tudo pode se tornar acessível e passível de debate. (DI FELICE; TORRES; YANAZE, 2012). O conflito, na perspectiva da rede, é estratégia de desconstrução de paradigmas e criação do novo. A pluralidade de fontes faz plural a construção de sentidos, demonstrando que filtros múltiplos de agenda e de debate perpassam a comunidade (CARDOSO, 2006), onde há pouco (ou nenhum) controle sobre o que será postado, comentado ou curtido. Convergência e divergência coexistem e se retroalimentam, formando e alterando processos comunicativos. Os autores frisam que o usuário, na rede, tem poder de decisão sobre o que “usar” e o que fazer com a informação e apoiados por

Castells, destacam a autocomunicação de massas como base para valores e, projetos de contrapoder, na medida em que aumenta a capacidade de produção de mensagens que, potencialmente, desafiam o controle empresarial sobre a comunicação, podendo mudar as relações nesta esfera. (CASTELLS, 2013).

Rádio e história

O rádio antes do rádio: o Brasil como mercado para a indústria eletroeletrônica (1910-1920), de Luiz Artur Ferraretto, analisa demonstrações das tecnologias de comunicação por ondas eletromagnéticas realizadas pela indústria eletroeletrônica estrangeira no Brasil e relacionadas a interesses estratégicos dos governos da Alemanha, dos Estados Unidos e da Grã-Bretanha, potências que disputavam a hegemonia econômica e política nos anos 1910 e 1920. A metodologia do trabalho centra-se na economia política da comunicação e considera o País mercado potencial para as empresas Gesellschaft für drahtlose Telegraphie mbH, Marconi's Wireless Telegraph Company, Western Electric Company e Westinghouse Electric and Manufacturing Company. Ao identificar demonstrações anteriores às realizadas em 1922 e 1923, durante a Exposição Internacional do Rio de Janeiro, procura esclarecer algumas imprecisões da historiografia do rádio no Brasil.

Jingle publicitário: agoniza, mas não morre, de Kleber Mazziero de Souza, apresenta os procedimentos e resultados de duas pesquisas sobre a presença temporal do *jingle* no complexo expressivo do comercial de 30 segundos. As pesquisas foram realizadas nos anos de 2011 e 2017, seguindo os mesmos procedimentos metodológicos. Foram medidos os tempos dedicados ao *jingle*, em 1000 comerciais de três épocas distintas: Era do Rádio (definida entre 1932 e 1950), Era da Televisão (entre 1950 e 2000) e Era dos Meios Digitais (entre os anos de 2001 e 2017). A primeira pesquisa, de 2011, indicou uma perda significativa do tempo destinado ao *jingle* na comparação entre a Era dos Meios Digitais e as duas outras: do Rádio e da Televisão. No entanto, em 2017 os resultados indicaram sensível recuperação do *jingle* em peça publicitária.

O fio condutor para o agrupamento dos dois artigos, nesse caso, é a história e o comportamento da mídia-rádio no Brasil.

O primeiro texto do grupo mostra que, ao longo do tempo, certo senso comum passou a atribuir o adjetivo *oficial* às demonstrações de equipamentos de radiotelefonia realizadas por indústrias dos Estados Unidos, durante a Exposição Internacional do Rio de Janeiro, em 1922 e 1923. Entre outros aspectos, o artigo descreve analiticamente a disputa entre o capital estrangeiro na tentativa de conquistar o mercado do País, suspeitando que certa sobrevalorização das irradiações, nas comemorações do centenário da Independência, apenas tente resolver outro impasse histórico: o da primazia ou não do Rádio Clube de Pernambuco sobre a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, como passo inicial de um meio ponto-massa ao contrário do ponto-ponto da telefonia e da telegrafia sem fios, seus aparentados tecnológicos. A contrariar as convicções dos que apontam as irradiações sonoras como algo iniciado nas demonstrações realizadas

durante a Exposição Internacional do Rio de Janeiro, em 1922 e 1923, o autor destaca o fecho dado pelo jornalista de *A Rua*, após visitar, na véspera da publicação de sua reportagem, as instalações da Marinha: “A radiotelegrafia está em perfeito estado de funcionamento” (*A RUA*, 11 abr. 1921, p. 1).

Na reflexão, o autor do artigo considera aspectos que, segundo Mosco (1996, p. 27-38), caracterizam a abordagem dos estudos no campo da economia política da comunicação: (1) a priorização da mudança social e da transformação histórica, que passam, necessariamente, por um exame da dinâmica do sistema capitalista; (2) a tentativa de compreender a totalidade social, ou seja, a identificação de elos dos campos econômico e político com o amplo entorno cultural e social, sendo, portanto, básica a ideia da observação do objeto em um contexto mais abrangente; (3) a inclusão de uma perspectiva em que se destaca uma espécie de filosofia moral, objetivando explicitar posições éticas a respeito de práticas econômicas e políticas, muitas vezes mascaradas pelos interesses nelas envolvidos; e (4) a abordagem considerando a questão da práxis, ou seja, a relação que se estabelece entre o ser humano, produzindo e transformando o mundo e a si mesmo, e o seu meio.

No segundo deles, o autor estuda a presença do *jingle* publicitário e a redução de sua importância no complexo comunicacional-comercial de 30 segundos. Entre 1932 e 1950 — “Era do Rádio” —, o *jingle* era o principal recurso de linguagem na estruturação do comercial. Na segunda metade do século XX — “Era da Televisão”, ele se configurou como forma expressiva de extrema qualidade estrutural e técnica, tanto no polo da criação quanto no polo da produção das peças musicais, que faziam parte do comercial de 30 segundos. Passando à chamada “Era da Televisão” (segunda metade do século XX, desde a primeira transmissão televisiva, em 1950, até a consolidação da internet, no universo comunicacional brasileiro), o comercial somava ao seu complexo discursivo os recursos da imagem.

O autor relata como, no século XXI, o *jingle* passa de protagonista a coadjuvante. A redução do tempo médio a ele destinado denota contingência funcional, segundo o autor. No final de 2011, portanto, estava em vias de desaparecer, considerando o aspecto quantitativo. Ao renovar a pesquisa, em 2017, “encontramos resultados que alteraram as conclusões da pesquisa anterior, especificamente no que tange ao âmbito quantitativo da pesquisa”, destaca o pesquisador. O artigo aponta que, estatisticamente, o tempo médio destinado ao *jingle*, no complexo expressivo do comercial na Era dos Meios Digitais, reduziu-se em comparação à média de tempo destinado ao *jingle* tanto na Era do Rádio quanto na Era da Televisão, mas em proporção significativamente menor, em relação à redução apontada na pesquisa anterior (2011). Enquanto naquele ano a redução de tempo do *jingle*, no complexo expressivo do comercial de 30 segundos, era da ordem de 76,5% na relação entre a denominada Era dos Meios Digitais e a Era do Rádio, na pesquisa de 2017 o percentual de perda de tempo dedicado ao *jingle* foi da ordem de 61,7%, o que representa aumento do tempo destinado ao *jingle* equivalente a 14,8%.

Também quando comparados os resultados das duas pesquisas entre as denominadas Era dos Meios Digitais e Era da Televisão, percebe-se aumento equivalente a 13,6% do tempo destinado ao *jingle*. Assim, os dados coletados, apurados e analisados nas duas pesquisas demonstram que não podemos afirmar que o *jingle* esteja perdendo espaço. Os resultados obtidos na pesquisa de 2017 indicam a possibilidade de um movimento cíclico na estruturação do discurso da peça publicitária, indicando processo de recuperação de espaço da música inserida no complexo expressivo do comercial do rádio.

Jornalismo e sociedade

Com *A ação dos correspondentes na cobertura do impeachment de Dilma Rousseff: entre o ato presencial e os constrangimentos nas rotinas produtivas*, Francisco de Assis e Zélia Leal Adghirni discutem a cobertura do *impeachment* de Dilma Rousseff, decidido em 31 de agosto de 2016 e compreendido como uma “situação extrema” no contexto das práticas jornalísticas. O trabalho foca especificamente a ação dos correspondentes, descritos como “categoria privilegiada, por terem condições de fazer apuração no local das ocorrências e de formar repertório a respeito do lugar onde se fixam”. Os autores buscam “estabelecer tensões entre as possibilidades do ‘estar presente’ – traduzidas pelo conceito de ‘ato presencial’ – e os constrangimentos gerados no exercício do jornalismo, especialmente os relacionados ao tempo”. A partir da análise de entrevistas concedidas por seis profissionais sediados em Brasília (DF), que participaram do evento, os autores consideram que, apesar de estar *in loco* constitui a melhor maneira de se apurar fatos, colocam-se barreiras em meio à rotina de produção que os impedem de imprimir maior densidade aos trabalhos.

Museu Goeldi nos jornais do século XX: relatos sobre a comunicação da ciência na Amazônia, de Antonio Carlos Fausto da Silva Júnior e Jimena Felipe Beltrão, analisa a cobertura da mídia impressa de Belém sobre o Museu Paraense Emílio Goeldi ao longo do século XX, contando parte da história da instituição. Metodologicamente, o trabalho fundamenta-se na semiologia e na análise do discurso, estudando o que e como foi dito sobre o Museu nos jornais *Folha do Norte* e *A Província do Pará*, em períodos marcantes da história institucional, entre 1930 e 1980. São 176 textos jornalísticos que assumem a condição de fontes documentais. A relação secular entre a mídia e o Museu atende à demanda social por conhecimentos sobre a região amazônica, segundo os autores, levando, também, a um pouco da história da ciência na Amazônia.

Ressignificação imagética: a narrativa da “muçulmana insensível no atentado em Westminster, de Marco Aurélio Prass e Ana Paula da Rosa, discute a circulação das imagens a partir de três instâncias de tensão entre: o olhar do fotógrafo envolvendo questões técnicas e jornalísticas; a visão do retratado e a opinião dos consumidores de imagens. As instâncias são acionadas nas interações produzidas pela fotografia da cena do atentado terrorista em Westminster (2017). O trabalho examina, também, imagens derivadas, bem como a circulação delas na imprensa e sua repercussão nas redes sociais, observando seu uso, no sentido

de legitimizar discursos islamofóbicos. Sontag (2004), Rouillé (2009), Flusser (2011) e Barthes (2015), entre outros, fundamentam a análise, ao lado de pesquisadores preocupados com as questões de midiaticização e circulação.

Os textos agrupados sob o tema *jornalismo e sociedade* analisam as práticas jornalísticas; o importante papel do jornalismo como fonte documental e a circulação de imagens, a partir das instâncias da tensão do olhar do fotógrafo, da visão do retratado e da opinião dos consumidores de imagens. Reunidos, dão ideia da profunda relação entre jornalismo, relações de poder e construção de sentido numa sociedade eminentemente midiática e tecnológica.

No primeiro deles, os autores justificam a opção por considerarem que a prática do jornalismo pende sistematicamente a rotinas distanciadas das ocorrências, isto é, detidas nas próprias redações (DINES, 1986, p. 94; PEREIRA, 2004), por conta, principalmente, de fatores tecnológicos e da precarização do campo profissional. Os autores ressaltam que a tendência dominante da produção jornalística “a distância” não terminou por completo com a apuração *in loco*, com o “ato presencial” de que nos fala Cremilda Medina (2016). O “ato presencial”, apesar de configurar-se como alternativa para a construção de relatos completos, capazes de situar audiências potenciais nos mais diversos contextos, nem sempre se cumpre, na medida em que o “estar presente” esbarra em constrangimentos que permeiam a atuação dos jornalistas.

Fazer “bom” jornalismo, ressaltam os autores, não depende apenas de competência ou intenção. “Trata-se de processo demandado de condições específicas para tanto e que [...] exige vencer ‘constrangimentos’.” O correspondente, segundo os autores, “pode ser visto como observador privilegiado, em vista da possibilidade de ‘estar presente’, diferenciando-se (mas não só por isso) dos profissionais que realizam coberturas sem sair da redação, prática intensificada na ‘era digital’, com a internet e os dispositivos móveis e que levam a crer que a presença do repórter no local das ocorrências não é mais indispensável. Ele realiza uma viagem de interação social criadora (MEDINA, 2016)). Esta vê, ouve, comparte e pensa (RYSZARD KAPUSCINSKI, 2003), diferentemente do profissional que permanece na redação, “[...] projeta expectativas, analisa, recua, envolve-se e distancia-se para construir seus relatos”. (ADGHIRNI, 2013a, p. 38).

Debates promovidos desde o século XX, sinalizam que somente “na rua” (ABRAMO, 1998; KOTSCHO, 2002), no cenário da notícia, o jornalismo tem condições de ser plenamente exercido. Porém, constrangimentos, mecanismos que controlam direta ou indiretamente o trabalho da imprensa; componentes da “cultura organizacional”, que demarcam o ambiente em que os jornalistas se movem profissionalmente, e se sobrepõem a crenças pessoais (TRAQUINA, 2001) e, mesmo à “cultura profissional”. (SALOMÃO, 2007).

O segundo texto analisa reportagens publicadas sobre o Museu Goeldi. De acordo os autores, agendas institucionais distintas se revelam quando estudamos a história dele, a partir de fontes documentais, incluindo jornais impressos, essenciais ao preenchimento de lacunas de conhecimento sobre a trajetória da

instituição. “A mídia impressa de Belém estende para além do campo científico o espectro de vozes legitimadas a falar sobre a instituição e, conseqüentemente, constituir e consolidar uma memória coletiva (POLLAK, 1989), em torno do Museu.”

Os autores destacam que estudar a cobertura jornalística é, também, identificar a dimensão institucional por meio de notícias ou, ainda, a maneira como a imprensa retrata e se reporta ao Museu. O estudo reforça a importância do jornal como fonte documental e dá continuidade ao projeto “Ciência e Sociedade: Comunicação e Educação para a preservação ambiental e cultural na Amazônia Oriental Brasileira”, desenvolvido no Museu Goeldi, entre 2002 e 2009. (BELTRÃO, 2013). Os registros midiáticos da história da instituição permitem, também, o estudo de parte da história da ciência na Amazônia, no Brasil e no mundo.

O terceiro texto do grupo discute a parcialidade/imparcialidade no jornalismo. Os autores tensionam o mito da naturalização do olhar, uma vez que o ângulo, o recorte, o processo de produção da imagem implica presença subjetiva não apenas de quem registra, mas de quem interpreta a fotografia. O artigo busca compreender de que modo, na sociedade midiaticizada, a autonomização da imagem pode levar à produção de sentidos discriminatórios.

A imagem do estudo desvela não apenas a discussão do acesso amplificado a dispositivos técnicos (celulares, câmeras), mas também como esses protocolos midiáticos transformam a cultura, em especial pela web. Os autores argumentam como o modo de se relacionar com as imagens e com o mundo que nos cerca é afetado/reconfigurado. Isso, porque a fotografia da mulher (muçulmana insensível) é feita segundo lógicas da midiaticização, pensando em sua visibilidade e circulação. Os autores entendem o conceito de midiaticização como fenômeno sociosemioantropológico (VERÓN, 2014), ainda em fase de consolidação. Mesmo sendo um processo que acompanha a evolução do homem, verifica-se que a cultura da mídia é apropriada pela sociedade, a ponto de potencializar os espaços interacionais, a produção de conteúdo e, em especial, complexificar a produção de sentidos.

A imagem da “muçulmana insensível” adquire força, o que leva a compreender a circulação como relação de atribuição de valor, dizem os autores. Uma vez que a imagem é valorizada na rede, pode ser ressignificada, passando a dizer mais do que mostraria uma análise simplista. O jornalismo, como instituição midiática, nesse caso, produziu a imagem, mas ela passou a reverberar, de fato, quando um sentido novo, além do ocorrido (atentado em Westminster), foi acrescentado pelo *spectator* (Barthes) nas redes: isto é, a problemática da islamofobia. As imagens, principalmente as fotográficas, fundem-se a fatos midiáticos, sendo necessário produzir mais imagens. (ROSA, 2015, p. 138). “Catapultadas ao espaço da circulação, são elaboradas, reelaboradas, replicadas, acrescidas de novos significados. Isso revela um trabalho intenso realizado pela linguagem, pelos dispositivos, mas especialmente de valorização entre produção e reconhecimento que se hibridizam”. (ROSA, 2016, p. 5).

Os autores mostram que já não há limites, pois os sentidos são cogestados, a ponto de uma imagem ser valorizada na circulação, mas posteriormente recriada para reforçar outros sentidos. Vemo-nos frente a um processo que vai muito além da discussão da imparcialidade. A imagem, como aponta Flusser (2011), passa a ser a conceituação e, portanto, o próprio fato, destacam os autores. O discurso islamofóbico que se acopla não está apenas no que a fotografia traz, mas nos contextos e caldos culturais que emergem por meio dela. De um lado, há o olhar do fotógrafo, que faz uso de recursos técnicos, poéticos e jornalísticos, com lógicas midiáticas. De outro, está o retratado, que muitas vezes só se vê implicado quando a imagem já foi ressignificada. Na ponta, há a opinião dos consumidores de imagens, que se valem dos próprios dispositivos que usam e partilham para levar adiante os sentidos originais (comentários sobre o atentado em Londres) ou outros nem pensados, como as postagens islamofóbicas que trazem à tona uma discussão que paira há anos, mas que não é explicitada, refletem os autores.

Questões do imaginário

Lomografia e instagram: marcas de um imaginário comunicacional, de Renata Lohmann, Ana e Taís Martins Portanova Barros, situa-se na fronteira das áreas de Comunicação, da fotografia e de estudos do imaginário. As autoras desenvolveram exaustiva análise do aplicativo Instagram e de câmeras Lomo, estudando seus modos de criação, o que lhes permitiu afirmar que as fotografias produzidas com as duas ferramentas atingiram popularidade em razão de semelhança estética. À pesquisa bibliográfica, elas somaram a metodologia de Gilbert Durand, buscando imagens simbólicas recorrentes e regimes do imaginário, que guiam as duas ferramentas e suas constelações de imagens. Entre os achados da pesquisa, destacam que a semelhança estética seria apenas potencialidade, “uma vez que os usuários do Instagram não têm como ‘pulsão motora’ a busca pela estética, mas sim o clicar-publicar-impressionar, a partir da técnica. Assim, puderam situar o Instagram como modelo do que seria um imaginário comunicacional, guiado pelo Regime Heroico do imaginário, caracterizado pelo titanismo e pela desestetização, enquanto a lomografia se situaria na polaridade oposta, guiada pelo Regime Místico e pela busca estética, sendo uma equilibração natural do próprio imaginário”.

Em *A desobediência de Lilith: profanações subversivas na criação de personagens femininas de Histórias em Quadrinhos*, Ivone Maria X. de Amorim Almeida e Samantha Ranny Monteiro refletem sobre estratégias de criação de personagens femininas de Histórias em Quadrinhos, como contradispositivos que se lancem como um devir-feminino em profunda traição, armas persecutórias excêntricas de quadrinhos, máquinas de guerra, em tempos de Lua Negra. A imagem-força centro das reflexões no trabalho é a personagem Maria, da HQ Papel Principal, de Alice Ruiz, base analítica para o suporte desobediente que Jacques Derrida aponta como experiência de enlouquecer o subjétil.

A leitura dos dois textos mostra como ferramentas, com efeitos aparente ou parcialmente similares, atualizam regimes simbólicos opostos, numa sociedade guiada pela imagem e em que o imaginário social dá espaço ao múltiplo e ao adverso, a singularidades (femininas, poéticas, homossexuais ou negras), que podem entrar em ruptura com as estratificações dominantes.

No primeiro texto, as autoras mostram a lomografia (analógica) como contracultura das tecnologias, movimento hoje considerado *cult*. A lomografia é intuitiva, aleatória e irreverente, destacam as autoras. Apresentando efeitos estéticos em comum com ela, o Instagram, rede social de publicação e compartilhamento de fotografias, se tornou popular desde seu lançamento. As duas técnicas compartilham efeito estético que remete à fotografia *vintage*.

O artigo estuda os dois fenômenos, a partir do ponto de vista das Teorias do Imaginário (Gilbert Durand) e autores que o influenciaram, como Bachelard, Mircea Eliade, Carl G. Jung, Claude Lévi-Strauss e Wunenburger. No terreno da fotografia e imagem, os autores acionados são Flusser, Dubois, Aumont e Arlindo Machado. Ele busca responder de que imaginário comunicacional a lomografia e o Instagram são manifestações, investigando, também, suas peculiaridades para além da semelhança estética, num cenário em que a produção obsessiva de imagens difundida pela mídia, presente em todos os níveis de representação, e da psique do homem ocidental ou ocidentalizado. Na Comunicação do ciberespaço, Contrera (2003) ressalta a hiperexposição e a superinformação, a eficiência e a velocidade dos sistemas artificiais em detrimento do sentido, afirmando-as como traços fundamentais dos nossos tempos, identificados com o titanismo, ou memória primitiva, impregnado na cultura.

A empolgação pela tecnologia, a eficiência dos objetos técnicos, vistos somente por seu viés utilitarista, retiram da mídia sua capacidade de conectar os indivíduos, segundo Contrera (2003), a quem recorrem as autoras para mostrar que a tecnologia se torna apenas produto-oferta de imaginários a serem consumidos. O indivíduo é isolado e sem identidade. Pode-se pensar no Instagram como a forma de comunicação da atualidade, voltando ao tautismo, em que o indivíduo só existe na medida em que o objeto técnico lhe atribui limites. Na ponta oposta, a lomografia se preocupa com novas possibilidades para registrar fotos cada vez mais bonitas e excêntricas. Ela atualiza a percepção de pertencimento a uma comunidade. Enquanto o usuário do Instagram encontra seu lugar ao sol, com um grande número de *likes* e seguidores, ostentando posses, beleza e felicidade, na lomografia o prestígio vem do caráter iniciático, da capacidade ou não de produzir belas imagens com um equipamento precário.

O *corpus* da pesquisa mostrou que a valorização da estética permanece apenas como potencialidade no Instagram. A semelhança estética com a lomografia era mais potência do que forma efetiva. A desestetização das fotografias do Instagram indica que o usuário, mesmo dispondo de ferramentas de edição estética simples, não vê necessidade de utilizá-las. Satisfaz seu objetivo ao clicar – publicar – impressionar, buscando *likes* de seus seguidores.

A hipótese das autoras é que a grande temática das fotografias, no Instagram, é o indivíduo – eu mesmo, separado do mundo. A idealização e o recuo autístico, o gigantismo, a representação heterogeneizante de si e a valorização das luzes incolores, da dessaturação e do olhar indicam recorrência de imagens simbólicas da estrutura heroica do imaginário proposta por Durand (2007). Nas constelações de imagens Lomo, as autoras mostram que a grande temática é o outro e a natureza, num indicativo de fusão do indivíduo com o mundo.

A desestetização foi característica marcante encontrada no Instagram: pouco contraste, pouca saturação, cores apagadas e neutras, o oposto do esperado, considerando que pensávamos ser a estética o ponto de semelhança entre as ferramentas. O usuário posta cada vez mais imagens, estimulando e alimentando o imaginário titânico. As autoras recordam que Contrera (2003) apontou esse caminho muito antes do lançamento da ferramenta, que poderia ser considerada modelo do imaginário comunicacional, ao condensar o excesso, o exagero, a obsessão por juventude e beleza, Poder Político, consumismo e capitalismo desenfreado.

O segundo texto do grupo, fala de *Papel Principal*, HQ erótica escrita por Alice Ruiz, em 1979. As autoras destacam que, já na primeira página, Maria surge lançando-se da superfície escrita para uma imagem na História em Quadrinhos, dando o salto seguinte sobre a máquina de escrever, como a escritora, e encerrando Dalton (Trevisan) nas páginas das histórias de onde ela surgiu. “Do primeiro lance, quando salta dos escritos de Dalton, ela ainda precisa resistir a ser o que foi criada para ser. A submissa condição de suporte, representação insuportável da idealização dele”.

Maria desfaz-se da costela (Eva) e torna-se Lilith, demonesa ilustre, súcubo insolente... É lançada ao fundo do oceano, onde não para de se atormentar pelo desejo, a perversão que a impede de participar da normalidade. Ainda conforme Chevalier et al. (2000), há outra narrativa na qual Lilith fora criada independente de Adão. Caim e Abel teriam brigado por Lilith, que seria a primeira Eva. Na Psicanálise, Lilith é comparada à Lua Negra, à sombra do inconsciente, do obscuro. “Pela objetiva do olhar de Maria, negro nanquim de bordas pungentes, pode-se perceber o disparo dos diversos projéteis subversivos em tempos de passividade feminina engasgada”, descrevem as autoras.

A ideia de “devir” está ligada à possibilidade ou não de um processo se singularizar. Singularidades femininas, poéticas, homossexuais ou negras podem entrar em ruptura com as estratificações dominantes. “Subjéteis que atuam como fortes contradispositivos lançam linhas de fuga nas diversas esferas, onde as mulheres carecem de profanações dos dispositivos que atuam na produção da mística feminina”. Algumas personagens de quadrinhos eróticos assumem-se justamente como personagens-subjéteis, profanadoras da idealização e modelização da condição feminina em relação ao sexo, ao prazer, ao político, ao estético e ao intelectual. Com humor, drama, cores, delírios e anarquias, brincam escandalosamente enquanto subvertem os modelos femininos sacralizados. “Profanar não significa simplesmente abolir e cancelar as

separações, mas fazer delas um uso novo, brincar com elas”. (AGAMBEN, 2007, p. 75).

Uma personagem-subjétil-louca é uma grande arma transgressora. Nas Histórias em Quadrinhos, ela pode lançar-se para além de uma narrativa quadro a quadro; suas falas podem enunciar petulâncias, disparando sobre a leitora projéteis e traições. “Se uma vez ‘isso que se chama o subjétil me traiu’, é porque ele sempre pode trair a verdade, seja revelando-a, seja dissimulando-a”. (DERRIDA; BERGSTEIN, 1998, p. 78).

Tornar a personagem um contradispositivo de profanação, de subversão, que transgride a norma em seu traçado, em seu discurso. Personagens-subjéteis, profanadores por força aplicada, traem todos os propósitos reguladores, desobedecem às condutas estratificadas. Construir personagens-subjéteis é um procedimento anárquico e, contudo, poético.

Questões de método

Design audiovisual: a interseção dos estudos de audiência com a interação humano-computador, de Valdecir Becker, Daniel Gambaro, Thais Saraiva Ramos e Ed Porto Bezerra, apresenta as bases teóricas e um modelo de aplicação do “Design Audiovisual”, processo metodológico-analítico desenvolvido a partir da intersecção entre a interação humano-computador e os estudos de audiência. O estudo mostra que novas ações de interação, compartilhamento e difusão de conteúdo modificaram a fruição audiovisual. Mudanças no fluxo de informação exigem metodologia capaz de prever e projetar produtos audiovisuais interativos, bem como capaz de facilitar a análise e abordagens equitativas de produtos concluídos. O artigo propõe a forma gráfica de um fluxo de trabalho e um exemplo de aplicação, resultantes do primeiro ano de investigações.

Os autores argumentam que o planejamento e a criação de conteúdos audiovisuais, incluindo os destinados a aplicativos e interfaces que incorporam áudio e/ou vídeo, estão mudando com a convergência tecnológica. Áreas antes distintas, como a interação humano-computador (IHC) (Ciência da Computação), e os estudos de audiência (Ciência da Comunicação) se aproximam, emergindo uma relação teórica.

Trata-se, de acordo com os autores, de buscar um modelo que permita: a) analisar produções com a utilização de ferramentas disponibilizadas em conjunto pela IHC e pelos estudos de audiência; b) prever e propor aplicações dessas ferramentas facilitadas pelo arcabouço técnico, disponível na contemporaneidade. Esse conjunto metodológico recebe o nome de *Design Audiovisual*, e sua principal característica é o planejamento da produção em áudio e vídeo, com base no indivíduo, nas motivações, na experiência e no conteúdo. Nos estudos de IHC, o *design*, centrado na experiência do usuário (*User Centred Design - UCD*), tem extrema importância para evitar problemas e possíveis erros humanos na produção e utilização de um produto, conteúdo ou serviço. Os autores reputam como necessária a reinterpretação, não apenas

na forma de produzir o audiovisual, mas também na forma de olhar para a audiência e para suas necessidades como indivíduos e usuários.

Os autores mostram como, apesar de o conteúdo ser a base no processo criativo de um produto audiovisual, o acréscimo da interação do indivíduo requer que o produtor pense nos processos e caminhos técnicos e tecnológicos que levam a ele. IHC permite o planejamento e a compreensão do processo de produção de uma peça audiovisual, olhando para os elementos paralelos ao conteúdo, emanados muitas vezes das tecnologias utilizadas para a fruição. É necessário, portanto, trabalhar as *affordances* de cada tecnologia envolvida na produção, distribuição e fruição, esclarecem os autores.

O encontro das duas teorias está na determinação de plataformas de trabalho e divulgação, nas temáticas e no alcance que o público final terá nos ambientes e nas plataformas estabelecidos pelo produtor, a partir de dados inerentes ao processo de criação (eixo da IHC) e de dados referentes a apropriações e usos (estudos de audiência). Apesar de o indivíduo estar no centro do processo de desenvolvimento do *software* ou do conteúdo, é um elemento abstrato, comumente identificado com arquétipos do tipo *persona*. No modelo proposto, um indivíduo pode desempenhar diferentes papéis em diferentes momentos: audiência, sintetizador, modificador, produtor e jogador. As relações inerentes a esses cinco papéis ocorrem por meio de quatro *Linhas de Design*: o conteúdo, a identidade, a motivação e a experiência.

Do ponto de vista da IHC, os sistemas computacionais e as interfaces, que permitem o nível de engajamento, devem ser amigáveis e padronizadas em termos de ação. Isso porque os engajamentos situam-se muito mais num modelo “Aderência” do que “Propagável”, apesar de essa fronteira ser difusa a ponto de praticamente inexistir. Dessa forma, o Produtor ainda consegue obter certo controle sobre como o conteúdo é distribuído. Assim, a concepção do produto audiovisual deve prever ferramentas que permitam o compartilhamento, seja por rede própria ou por sistemas dominantes hoje, como o *Facebook*.

Tanto o conteúdo do canal de TV quanto o da plataforma *online* devem, neste caso, ser concebidos para facilitar a manipulação por Modificadores. O acesso ao conteúdo da obra é facilitado. Não se trata apenas de deixar de encarar como infração aos direitos autorais o uso que as pessoas dão às produções. Trata-se de incorporar essa dinâmica às consequências possíveis de um produto e tornar rentáveis as novas formações. Não é apenas uma relação pessoal com a obra. É isso, e mais a prática colaborativa, que pode aproximar a Audiência do Produtor em significativa inversão da hierarquia comum na distribuição em *Broadcast*.

O mesmo se dá com o Jogador. Na metodologia proposta, o conteúdo transmidiático na Web é voltado especialmente para esse grupo, que atribui alto valor ao conteúdo. Esses diferentes modelos de fruição da obra devem estar previstos já na concepção do produto, com o uso suficiente de ferramentas de planejamento. Todavia, não são estanques, uma vez que os usos, significados e preferências atribuídos em cada nível permitem realimentar o conhecimento que se tem sobre o próprio público: tudo retorna como *feedback* ininterrupto.

Em *Empirismo e cientificidade na área acadêmica de comunicação*, Francisco Rüdger, fundamentado nas teses de Charles Berger, discute o modo como, em reação à caracterização interdisciplinar dos trabalhos produzidos na área acadêmica de Comunicação, surge um discurso de cunho disciplinar marcado pelo empirismo de acento positivista. O autor reputa o discurso como legítimo, do ponto de vista epistemológico, mas argumenta que a ideia não autoriza que se fale da Comunicação como ciência autônoma, destacando, inclusive, a característica de estudos de mídia que, pelo menos no Brasil, definem a maior parte dos trabalhos feitos no referido campo.

Ao trazer à tona a possibilidade de emergência de “uma outra episteme” e ao convocar a uma reflexão sobre o conceito de ciência, Rüdger nos provoca a olhar para o que chama de “à falta de um termo menos bombástico, pensamento pós-epistemológico da área acadêmica de comunicação. Ficamos, assim, com uma importante “lição de casa”. Nesse sentido, a revista Conexão se dispõe a somar, deixando aberto espaço para a discussão, ao mesmo tempo em que se esforça para subsidiar reflexões sobre a importância do método/metodologia de pesquisas na área da Comunicação.

Dra. Marlene Branca Sólito

Editora

PRESENTATION

In this edition of *Conexão* magazine, the articles were grouped into six thematic blocks, which allow us different angles of analysis of Communication processes: Culture, Communication and society, Radio and history, Journalism and society, Questions of the imaginary and Method questions welcome the 14 articles that make up the edition.

Culture

On cultural preparation, attention and distraction in TV viewing modes: an analysis of Carlos Eduardo Marquioni's case of the multiple-screen experience shows a prior cultural preparation associated with the way the public watches TV. The article examines, as instances of this preparation, both the attention directed to the television in the first transmissions and the distraction resulting from the concomitant use of several technological devices, while watching TV - which is the experience of multiple screens. It also highlights the need to define a conceptual operator, who considers cultural preparation and the use experience as a key to minimize the risk of technological determinism in the analysis and reflections in relation to television.

Radio, Gastronomy and Culture: ways of addressing the radio bulletin *Pitadas de Gastronomia*, by Carla Montuori Fernandes and Christina Montuori, shows gastronomy as a theme capable of intertwining social and cultural aspects. The authors show how the mode of eating can offer directions that cross regional and cultural food routes, as well as encourage reading of magazines, books or audiovisual programs. The study analyzes radio newsletters called *Pitadas de Gastronomia*, with István Wessel, to highlight relationships between food, people, social spaces and cultural spaces.

When the body speaks: Considerations for an enticing approach to interactions, by Sandro Adalberto Colferai, addresses the interaction from the corporeality of relationships and considers the consequences of this approach when assuming the concept of *enação* in the interactions mediated by technology. The study is born from research in communication in the Amazon, a context in which the practices of traditional populations emerge, which do not distinguish between social and natural domains. This inseparability, one of the principles of what has been called the new scientific paradigm, is the starting point for authors to approach the phenomena of communication as a mutual action between nature and society and not simply as a representation of the real.

The three texts deal with issues related to culture and allow us to reflect on their relationship with Communication, from different perspectives of social everyday life.

The first of the articles shows how the technological advance, which presents to the social subject the phenomena of the multiple canvases, on the one hand it is a facilitator of cultural dissemination and, on the other, it requires "a previous preparation of cultural order of the audience for the generation of semioses appropriate to the device ". In the text, Culture is associated with (and constituting) shared meanings that, attributed "in life, are made and redone" (Williams, 1989, p.8), explains the author. Different cultural forms and genres trigger different elements of meaning generation in the subjects, and the use of technologies is a key factor for cultural adaptations, while the consequent distraction of several simultaneous activities can be associated with a cultural preparation. Thus, prior cultural preparation contributes both to the perception of the TV experience and to the redefinitions in this experience. The article points out that "associated with the historical character, 'the vision is immersed in a pattern of adaptability to new technological relations, social configurations and economic imperatives' (Crary, 2013, p.35), which allows direct relation with the preparation cultural background. "Mobility, novelty, and distraction have become [over the decades] constitutive elements of perceptual experience." (Crary, 2013, p.53).

The second article intertwines food, society, culture and communication. The gastronomy was inserted in the process of transformation of the language of the kitchen, revealing cultural, historical, economic and social faces of the food in the contemporary era, as shown by the authors. They remember, with Braga (1994), that in participating in a conversation, people use terms of previous experiences that reduce efforts of understanding, and that cultural contexts peculiar to a society aid in the exchange of words.

Food can often cross borders of customs and cultures of other countries, as Martín-Barbero and Rey (2001, p. 63) have stated, by proposing challenges to the new paradigms of teaching and learning in the era of "mediatic strategic dimension of culture ". The authors are based on Poulain (2013) to mark the confluence between gastronomy and sociology and indicate that "food has a structuring function of the social organization of a human group", because it is not limited to the utilitarian or technological logics reduced, but allows a modern field of systematic studies with possibilities of unfolding. The orality, basic principle of the radio, according to Martín-Barbero and Rey (2001: 7, p.43, 47), "came to rhythm the domestic journey", giving shape to the sound flow of daily routine. Connected to cultural orality, the authors show, radio played a decisive role in mediating between rural and urban. "Today, as with television, it has become an essential agent of a 'world culture'."

The bulletins analyzed in the research, according to the authors, "seemed to unfold in the attempt to send the listener to the current routes of the gastronomy, bringing it closer to the daily, through the conversation, orientation of recipes and subjects pertinent to the gourmet universe. They provided space and participation for the subjects to learn about events, tastes from different cultures or culinary preparations of the region, trying to dilute the expressiveness of something exclusive to a certain social class, in an open space for all those who want to have fun or to remember] and food comforts. "

The third article highlights ecosystemic relations whose basic principles are not alien to the Amazonians. "The possibility of not thinking about interactions only from the symbolic relations triggered by human beings, but also expanding the perspective so as to consider ecosystemic relations" is the starting point for the proposition of the author. According to him, relations of coadaptation between the human being, the immediate environment and the means of communication and information conform new experiences, which are not put under determinations of the contents conveyed, even crossed by them. To this close biotechnical interaction, Kerckhove (1997) calls psychotechnologies, since the ways in which the nervous system perceive the world change. One of the examples that the author refers to is that of the Ashaninka, who, in the hypertextual re-elaborations of themselves, effectively use the internet as a means to enhance their own voice and presence, in a deterritorialization that gains fluidity, but nevertheless perceptions of their own. Using technology, they show the importance of the forest in people's lives, especially those living in the Amazon.

Communication and society

Hybrid intelligence and feelings analysis: integrating human curatorship and automated data collection to evaluate government communication, by Márcio Carneiro dos Santos, describes an exploratory study in which the correlation between government actions and citizens' opinion was evaluated, starting from publications on the official website of the managers using the Netvizz tool of the Facebook platform. The mixture of computational strategies, applied to the treatment of large volumes of data, with the human-collective curation, made by the users, suggests the possibility of generating knowledge, from what the author calls "hybrid intelligence". In the case studied, the state public education network is the largest generator of negative posts, offering an option to monitor this type of communication in real time and at low cost. Thus, the methodology allows both the evaluation of the institutional communication and the evaluation of the public management itself, through the format of indicators of approval and dissatisfaction.

With environmental communication and conflicts in the circulation of meanings on the São Paulo water crisis in the virtual space, Jane Márcia Mazzarino, Rodrigo Muller Marques, Marina Antunes Martin investigate communicational conflicts arising from the mediated interactions in the Facebook environment and mediated by the environmental issue, resulting from the São Paulo water crisis, whose peak occurred in 2014. From a bibliographical research and documentary analysis, with a quanti-qualitative approach, the researchers applied textual analysis to 103 selected posts of publications of the community The Water Crisis in São Paulo, whose characteristic is the criticism of the treatment given to the event by different social actors.

With both articles, the researchers turn their attention to social networks, showing their possibilities as instruments in the service of a society increasingly involved with digital communication processes.

The first article of the group shows how interdisciplinary initiatives, using computational resources and strategies for analyzing large amounts of information, can offer communication researchers new dimensions on the production of meaning, which represents a qualitative leap considering the growing volume of information currently produced in society. The possibility of operating with larger samples, processed in a shorter time and generated collectively is a positive aspect in relation to the methods that depend entirely on human processing.

The author points out that, considering that we monitor the day to day management, the hybrid intelligence approach can generate good indicators, translating into an audit tool or for use in comparative studies, capable of identifying the impact of certain policies on the opinion providing insights of greater accuracy with information on where and how certain things are. In the case of administrations interested in fulfilling their vocation - serving the public - indicators can be a differential, even with production at almost zero cost, continuously generated and able to follow the intricate system of interactions and challenges of public structures management, increasingly complex.

The second text points to the intensification of the domination of natural resources, their degradation and the contempt for social and cultural aspects involved as one of the consequences of capitalist society and its neoliberal logic. In this sense, cyberspace emerges as an opportunity for dialogue essential to the development of democracy and citizen participation. (Cardoso, 2006). In contemporary society, the authors warn, relations are based on mediatization, which implies a new form of participation of the subject.

In line with Lemos (2009), the authors define as post-massive the system of media of web relationships, and show cyberspace as a place where the social body can be strengthened and everything can become accessible and debateable. (Di Felice, Torres, Yanaze, 2012). Conflict, from a network perspective, is a strategy of deconstructing paradigms and creating the new paradigm. The plurality of sources makes plural the construction of meanings, demonstrating that multiple filters of agenda and debate permeate the community (Cardoso, 2006), where there is little (or no) control over what will be posted, commented or tanned. Convergence and divergence coexist and feed back, forming and changing communicative processes. The authors point out that the user, in the network, has decision-making power over what to "use" and what to do with information and supported by Castells, emphasize mass self-communication as a basis for values ??and, counterproductive projects, as far as which increases the ability to produce messages that potentially challenge business control over communication and can change relationships in this area. (Castells, 2013).

Radio and History

Radio before the radio: Brazil as a market for the electrical and electronic industry (1910-1920), by Luiz Artur Ferraretto, analyzes demonstrations of the technologies

of communication by electromagnetic waves made by the foreign electronics industry in Brazil and related to strategic interests of the governments of Germany, the United States, and Britain, who contested economic and political hegemony in the 1910s and 1920s. The methodology of the work focuses on the political economy of communication and considers the country as a potential market for business Gesellschaft für drahtlose Telegraphie mbH, Marconi's Wireless Telegraph Company, Western Electric Company and Westinghouse Electric and Manufacturing Company. When identifying demonstrations previous to those realized in 1922 and 1923, during the International Exhibition of Rio de Janeiro, it tries to clarify some inaccuracies of the historiography of the radio in Brazil.

Jingle advertising: agonizes, but does not die, by Kleber Mazziero de Souza, presents the procedures and results of two researches on the temporal presence of the jingle in the expressive complex of the commercial of 30 seconds. The surveys were carried out in 2011 and 2017, following the same methodological procedures. Jingle times were measured in 1000 commercials from three different periods: Radio Age (defined between 1932 and 1950), Television Age (between 1950 and 2000) and Digital Age (between 2001 and 2017). The first survey, from 2011, indicated a significant loss of jingle time in the comparison between the Digital Age and the two others: Radio and Television. However, in 2017 the results indicated a sensible recovery of the jingle in advertising piece.

The guiding thread for the grouping of the two articles, in this case, is the history and behavior of radio-media in Brazil.

The first text of the group shows that, over time, a certain common sense began to attribute the official adjective to the demonstrations of radiotelephony equipment made by United States industries during the Rio de Janeiro International Exhibition in 1922 and 1923. In other respects, the article describes the dispute between foreign capital in an attempt to conquer the country's market, suspecting that a certain overestimation of the radiations in the celebrations of the centenary of Independence only tries to solve another historical impasse: that of the primacy or not of the Radio Clube de Pernambuco on Radio Sociedade de Rio de Janeiro, as the initial step of a half mass-point unlike point-of-point telephony and wireless telegraphy, its related technological. Contrary to the convictions of those who point to sound irradiation as something initiated in the demonstrations carried out during the Rio de Janeiro International Exhibition in 1922 and 1923, the author highlights the closure given by the journalist of A Rua after visiting, on the eve of the publication of his report, the installations of the Navy: "The radiotelephony is in perfect working order" (A Rua, April 11, 1921, p.1).

According to Mosco (1996, pp. 27-38), the author of the article considers aspects of the approach to studies in the field of political economy of communication: (1) the prioritization of social change and historical transformation, which pass, necessarily, by an examination of the dynamics of the capitalist system; (2) the attempt to understand social totality, that is, the identification of economic and political links with the broad cultural and social environment, and therefore the

idea of object observation in a broader context is basic; (3) the inclusion of a perspective in which a kind of moral philosophy stands out, aiming at explaining ethical positions regarding economic and political practices, often masked by the interests involved; and (4) the approach considering the question of praxis, that is, the relationship that is established between the human being, producing and transforming the world and himself, and his environment.

In the second of them, the author studies the presence of advertising jingle and the reduction of its importance in the 30-second commercial-communication complex. Between 1932 and 1950 - "Era do Rádio" - jingle was the main language resource in the structuring of the commercial. In the second half of the 20th century - "Television Age", it was configured as an expressive form of extreme structural and technical quality, both at the pole of creation and at the pole of production of the musical pieces, which were part of the 30-second commercial. Turning to the so-called "Television Age" (second half of the twentieth century, from the first television broadcast in 1950 until the consolidation of the internet in the Brazilian communicational universe), the commercial added to its discursive complex the resources of the image.

The author reports how, in the 21st century, the jingle goes from being the protagonist to supporting. The reduction of the mean time allocated to it denotes functional contingency, according to the author. At the end of 2011, therefore, it was about to disappear, considering the quantitative aspect. When renewing the research in 2017, "we found results that altered the conclusions of the previous research, specifically regarding the quantitative scope of the research," says the researcher. The article points out that, statistically, the average jingle time in the expressive complex of the commercial in the Digital Age was reduced in comparison to the average jingle time in both the Radio Age and the Television Age, but in significantly lower, in relation to the reduction pointed out in the previous survey (2011). Whereas in that year the reduction of jingle time in the expressive complex of the 30-second commercial was of the order of 76.5% in the relation between the so-called Digital Age and the Radio Age, in the 2017 survey the percentage of time spent on jingle was of the order of 61.7%, which represents an increase in jingle time equivalent to 14.8%.

Also when comparing the results of the two surveys between the so-called Digital Age and Television Era, an increase equivalent to 13.6% of jingle time is noticed. Thus, the data collected, analyzed and analyzed in the two surveys show that we can not say that the jingle is losing space. The results obtained in the 2017 research indicate the possibility of a cyclical movement in the structuring of the discourse of the advertisement, indicating the process of space recovery of the music inserted in the expressive complex of the radio commercial.

Journalism and society

With the action of correspondents in the coverage of Dilma Rousseff's impeachment: between the face-to-face act and the constraints on productive routines, Francisco de Assis and Zélia Leal Adghirni discuss the coverage of

Dilma Rousseff's impeachment, decided on August 31, 2016 and understood as an "extreme situation" in the context of journalistic practices. The work specifically focuses on the action of the correspondents, described as "privileged category, because they have conditions to check the occurrence site and to form repertoire regarding the place where they are set." The authors seek to "establish tensions between the possibilities of 'being present' - translated by the concept of 'face-to-face' - and the constraints generated in the exercise of journalism, especially those related to time." Based on the analysis of interviews given by six professionals based in Brasília (DF), who participated in the event, the authors consider that, although on site is the best way to find out facts, barriers are placed in the midst of routine which prevent them from printing higher density to the works.

Goeldi Museum in 20th century newspapers: reports on the communication of science in the Amazon, by Antonio Carlos Fausto da Silva Júnior and Jimena Felipe Beltrão, analyzes the coverage of the print media of Belém on the Museu Paraense Emílio Goeldi throughout the 20th century, counting part of the institution's history. Methodologically, the work is based on the semiology and the analysis of the discourse, studying what and what was said about the Museum in the newspapers *Folha do Norte* and *The Pará Province*, during periods of institutional history between 1930 and 1980. There are 176 journalistic texts that assume the condition of documentary sources. The secular relationship between the media and the Museum meets the social demand for knowledge about the Amazon region, according to the authors, also leading to a bit of the history of science in the Amazon.

Imaginary re-signification: the narrative of the "insensitive Muslim in the attack on Westminster", by Marcus Aurelius Prass and Ana Paula da Rosa, discusses the circulation of images from three instances of tension between: the photographer's gaze involving technical and journalistic issues; the view of the pictured and the opinion of the consumers of images. Instances are triggered in the interactions produced by the photograph of the scene of the terrorist attack at Westminster (2017). The work also examines derived images, as well as their circulation in the press and its repercussion in social networks, observing its use, in the sense of legitimizing Islamophobic discourses. Sontag (2004), Rouillé (2009), Flusser (2011) and Barthes (2015), among others, base the analysis, alongside researchers concerned with mediatization and circulation issues.

The texts grouped under the theme journalism and society analyze the journalistic practices; the important role of journalism as a documentary source and the circulation of images, from the instances of the tension of the photographer's gaze, the view of the portrayed and the opinion of the consumers of images. Together, they give an idea of the profound relationship between journalism, power relations and the construction of meaning in an eminently media and technological society.

In the first one, the authors justify the option to consider that the practice of journalism routinely depends on routines distanced from occurrences, that is,

they are contained in the own essays (Dines 1986, 94, Pereira, 2004) technological factors and the precariousness of the professional field. The authors point out that the dominant tendency of journalistic production "at a distance" did not end completely with the in loco calculation, with the "face-to-face" that tells us Cremilda Medina (2016). The "face-to-face act", despite being an alternative for the construction of complete reports, capable of situating potential audiences in the most diverse contexts, is not always fulfilled, insofar as "being present" faces constraints that permeate performance of journalists.

Doing "good" journalism, the authors state, does not depend only on competence or intent. "The correspondent, according to the authors," can be seen as a privileged observer, in view of the possibility of 'being present', differentiating themselves (but not only for this) from the professionals who perform coverage without leaving the newsroom, an intensified practice in the 'digital era', with the internet and mobile devices and which leads one to believe that the presence of the reporter at the scene is no longer indispensable. He performs a journey of creative social interaction (Medina, 2016)). It sees, listens, shares and thinks (Ryszard Kapuscinski, 2003), unlike the professional who stays in the newsroom, "... projects expectations, analyzes, withdraws, gets involved and distances himself to build his stories." (Adghirni, 2013a, 38).

Debates promoted since the twentieth century indicate that only on the street (Abramo, 1998; Kotscho, 2002), in the news scenario, journalism can be fully exercised. However, constraints, mechanisms that directly or indirectly control the work of the press; components of the "organizational culture", which demarcate the environment in which journalists move professionally, and overlap personal beliefs (Traquina, 2001) and even "professional culture". (Solomon, 2007).

The second text analyzes published reports about the Goeldi Museum. According to the authors, different institutional agendas are revealed when we study his history, from documentary sources, including printed newspapers, essential to fill knowledge gaps on the trajectory of the institution. "The print media of Belém extends beyond the scientific field the spectrum of voices legitimized to speak about the institution and, consequently, to constitute and consolidate a collective memory (Pollak, 1989) around the Museum."

The authors emphasize that studying journalistic coverage is also to identify the institutional dimension through news or the way the press portrays and reports to the Museum. The study reinforces the importance of the newspaper as a documentary source and continues the project "Science and Society: Communication and Education for Environmental and Cultural Preservation in the Brazilian Eastern Amazon", developed at the Goeldi Museum between 2002 and 2009. (Beltrão, 2013) . The media records of the history of the institution also allow the study of part of the history of science in the Amazon, in Brazil and in the world.

The third text of the group discusses partiality / impartiality in journalism. The authors stress the myth of the naturalization of the gaze, since the angle, the cut,

the process of producing the image implies a subjective presence not only of who records but of who interprets the photograph. The article tries to understand how, in the mediatised society, the autonomization of the image can lead to the production of discriminatory meanings.

The image of the study reveals not only the discussion of amplified access to technical devices (cell phones, cameras), but also how these media protocols transform culture, especially the web. The authors argue how to relate to images and the world around us is affected / reconfigured. This is because women's photography (insensitive Muslim) is made according to logics of mediatization, thinking about their visibility and circulation. The authors understand the concept of mediatization as a socioemio-anthropological phenomenon (Verón, 2014), still in the consolidation phase. Although it is a process that accompanies the evolution of man, it is verified that the culture of the media is appropriated by society, to the point of potentiating the interactional spaces, the production of content and, in particular, to complex the production of meanings.

The image of the "insensitive Muslim" acquires strength, which leads to understanding circulation as a value-sharing relationship, say the authors. Once the image is valued in the network, it can be redefined, saying more than it would show a simplistic analysis. Journalism as a media institution, in this case, produced the image, but it actually reverberated when a new sense, besides that which occurred (Westminster bombing), was added by the spectator (Barthes) in the networks: that is, the problem of Islamophobia. The images, especially the photographic ones, are fused to media facts, being necessary to produce more images. (Rosa, 2015, p.138). "Catapulted to the circulation space, they are elaborated, reworked, replicated, plus new meanings. This reveals an intense work done by language, by the devices, but especially by the valorization between production and recognition that hybridize." (Rosa, 2016, p.5).

The authors show that there are no longer limits, because the senses are collected, to the point that an image is valued in the circulation, but later recreated to reinforce other senses. We are faced with a process that goes far beyond the discussion of fairness. The image, as Flusser (2011) points out, becomes the conceptualization and, therefore, the fact itself, the authors point out. The Islamophobic discourse that engages is not only in what photography brings, but in the contexts and cultural backgrounds that emerge through it. On the one hand, there is the photographer's eye, which makes use of technical, poetic and journalistic resources, with media logics. On the other hand, there is the picture, which is often only implicated when the image has already been renified. At the top, there is the opinion of the image consumers, who use the same devices they use and share to carry the original senses (comments on the London bombing) or others or thought, such as the Islamophobic posts that bring up a discussion which has been hovering for years, but is not explicit, the authors say.

imagery

Lomography and Instagram: marks of a communicational imaginary, by Renata Lohmann, Ana and Tafs Martins Portanova Barros, is located on the border of the Communication, photography and imaginary studies areas. The authors developed an exhaustive analysis of the application of Instagram and of Lomo cameras, studying their ways of creation, which allowed them to affirm that the photographs produced with the two tools reached popularity due to aesthetic similarity. To the bibliographical research, they added the methodology of Gilbert Durand, searching for recurring symbolic images and imaginary regimes, which guide the two tools and their constellations of images. Among the findings of the research, they emphasize that aesthetic similarity would only be potential, "since the users of Instagram do not have as a 'motor drive' the search for aesthetics, but rather the click-publish-impress, from the technique. Thus, they could situate Instagram as a model of what would be a communicational imaginary, guided by the Heroic Regime of the Imaginary, characterized by titanism and desestetization, while Lomography would be situated in the opposite polarity, guided by the Mystical Regime and the aesthetic search, being an equilibration natural of the imaginary itself".

In *The disobedience of Lilith: subversive profanities in the creation of female comics characters*, Ivone Maria X. by Amorim Almeida and Samantha Ranny Monteiro reflect on strategies of creation of female characters of Comics, as contradispositivos that are launched as a becoming-feminine in deep treachery, eccentric comic book persecutory weapons, war machines in Black Moon times. The centerpiece of the reflections at work is the character Maria, from Alice in Wonderland's main role, an analytical basis for the disobedient support that Jacques Derrida points out as the experience of driving the subjétil.

The reading of the two texts shows how tools with apparent or partially similar effects actualize opposing symbolic regimes in a society guided by the image and in which the social imaginary gives space to multiple and adverse, singularities (feminine, poetic, homosexual or black), which may break with the dominant stratifications.

In the first text, the authors show lomography (analogical) as a counterculture of technologies, a movement considered cult today. Lomography is intuitive, random and irreverent, the authors point out. Featuring aesthetic effects in common with it, Instagram, the social network for photo sharing and publishing, has become popular since its release. The two techniques share an aesthetic effect that refers to vintage photography.

The article studies the two phenomena, from the point of view of Imaginary Theories (Gilbert Durand) and influential authors such as Bachelard, Mircea Eliade, Carl G. Jung, Claude Lévi-Strauss and Wunenburger. In the field of photography and image, the authors involved are Flusser, Dubois, Aumont and Arlindo Machado. It seeks to respond from what communicational imagery lomography and Instagram are manifestations, also investigating their peculiarities beyond aesthetic resemblance, in a scenario in which the obsessive production

of images spread by the media, present at all levels of representation, and Western or Westernized man's psyche. In the Cyberspace Communication, Contrera (2003) emphasizes hyperexposure and superinformation, efficiency and speed of artificial systems to the detriment of meaning, affirming them as fundamental traits of our times, identified with the titanism, or primitive memory, impregnated in the culture.

The enthusiasm for technology, the efficiency of technical objects, seen only by their utilitarian bias, remove from the media their ability to connect individuals, according to Contrera (2003), whom the authors use to show that technology becomes only product-offer of images to be consumed. The individual is isolated and without identity. One can think of the Instagram as the form of communication of the present time, returning to the tautismo, in which the individual exists only to the extent that the technical object assigns limits to him. At the opposite end, lomography is concerned with new possibilities to record ever more beautiful and eccentric photos. It updates the perception of belonging to a community. While the user of Instagram finds its place in the sun, with a great number of likes and followers, boasting possessions, beauty and happiness, in lomography the prestige comes from the initiatory character, the ability or not to produce beautiful images with a precarious equipment.

The corpus of the research showed that the valuation of aesthetics remains only as potentiality in Instagram. The aesthetic resemblance to lomography was more potency than actual form. The destatization of Instagram photographs indicates that the user, even with simple aesthetic editing tools, does not see the need to use them. It satisfies your goal by clicking - publishing - impressing, seeking likes from your followers.

The authors' hypothesis is that the great subject of photographs, on the Instagram, is the individual - myself, separated from the world. The idealization and the autistic retreat, the gigantism, the heterogenizing representation of oneself and the valorization of the colorless lights, the desaturation and the look indicate recurrence of symbolic images of the heroic structure of the imaginary proposed by Durand (2007). In the Lomo image constellations, the authors show that the great theme is the other and nature, in an indication of the fusion of the individual with the world.

Destatization was a striking feature found in Instagram: low contrast, low saturation, dull and neutral colors, the opposite of expected, considering that we thought aesthetics was the point of similarity between the tools. The user puts more and more images, stimulating and feeding the titanic imaginary. The authors point out that Contrera (2003) pointed this way long before the launch of the tool, which could be considered a model of the communicational imaginary, by condensing the excess, the exaggeration, the obsession for youth and beauty, Political Power, consumerism and unbridled capitalism.

The second text of the group speaks of Role Principal, erotic HQ written by Alice Ruiz in 1979. The authors point out that, already on the front page, Maria appears throwing herself from the written surface to an image in Comics, making

the leap next on the typewriter, as the writer, and shutting down Dalton (Trevisan) in the pages of the stories from which she emerged. "From the first move, when she jumps from Dalton's writings, she still has to resist being what she was meant to be. The submissive condition of support, unbearable representation of his idealization. "

Mary uncovers the rib (Eve) and becomes Lilith, illustrious demones, insolent succubus ... She is thrown to the bottom of the ocean, where she is tormented by desire, the perversion that prevents her from participating in normalcy. According to Chevalier et al. (2000), there is another narrative in which Lilith was created independent of Adam. Cain and Abel would have fought for Lilith, who would be the first Eve. In Psychoanalysis, Lilith is compared to the Black Moon, in the shadow of the unconscious, of the obscure. "For the objective of Maria's look, black ink with pungent edges, one can see the firing of the various subversive projectiles in times of choking female passivity," the authors describe.

The idea of "becoming" is linked to the possibility or not of a particular process. Feminine, poetic, homosexual or black singularities may break with the dominant stratifications. "Subjectiles that act as strong counter-devices throw lines of escape in the various spheres, where women lack profanities of devices that work in the production of feminine mystique." Some erotic comic characters assume themselves just as subagent characters, desecrating the idealization and modeling of the female condition in relation to sex, pleasure, politics, aesthetic and intellectual. With humor, drama, color, delirium, and anarchy, they play scandalously as they subvert the sacred female models. "Profaning does not mean simply abolishing and canceling separations, but making them a new use, playing with them." (Agamben, 2007, p.75).

A quirky, insane character is a great transgressive weapon. In Comics, it can be launched beyond a frame-by-frame narrative; their speeches can enunciate petulance, firing bullets at the projectile and betrayal. "If once 'that which is called the subjétil betrayed me', it is because he can always betray the truth, either by revealing it or by dissimulating it." (Derrida and Bergstein 1998, 78).

To make the character a counter-device of desecration, of subversion, that transgresses the norm in its tracing, in its discourse. Subjugated characters, profaners by applied force, betray all regulatory purposes, disobey stratified conducts. Building subagent characters is an anarchic and yet poetic procedure.

Method Issues

Audiovisual design: the intersection of audience studies with human-computer interaction, by Valdecir Becker, Daniel Gambaro, Thais Saraiva Ramos and Ed Porto Bezerra, presents the theoretical bases and an application model of the "Audiovisual Design", methodological-analytical process developed from the intersection between human-computer interaction and audience studies. The study shows that new actions of interaction, sharing and diffusion of content have modified audiovisual enjoyment. Changes in the flow of information require

a methodology capable of predicting and designing interactive audiovisual products, as well as being able to facilitate the analysis and equitable approaches of finished products. The article proposes the graphical form of a workflow and an example of application, resulting from the first year of investigations.

The authors argue that the planning and creation of audiovisual content, including those intended for applications and interfaces that incorporate audio and / or video, are changing with technological convergence. Areas previously distinct, such as human-computer interaction (IHC) (Computer Science), and audience studies (Communication Science) approach, emerging a theoretical relationship.

According to the authors, it is a question of seeking a model that allows: a) analyzing productions using tools made available jointly by the IHC and the audience studies; b) predict and propose applications of these tools facilitated by the technical framework, available in the contemporary world. This methodological set is called Audiovisual Design, and its main characteristic is the planning of audio and video production, based on the individual, motivations, experience and content. In IHC studies, User Centred Design (UCD) design is extremely important to avoid problems and possible human errors in the production and use of a product, content or service. The authors believe that reinterpretation is necessary, not only in the form of audiovisual production, but also in the way of looking at the audience and their needs as individuals and users.

The authors show how, although content is the basis for the creative process of an audiovisual product, the increase of the interaction of the individual requires the producer to think about the processes and technical and technological paths that lead to it. IHC allows the planning and understanding of the production process of an audiovisual piece, looking for elements parallel to the content, often emanating from the technologies used for enjoyment. It is necessary, therefore, to work the affordances of each technology involved in the production, distribution and enjoyment, clarify the authors.

The meeting of the two theories is in the determination of working platforms and dissemination, in the themes and in the reach that the final public will have in the environments and platforms established by the producer, based on data inherent to the creation process (IHC axis) and data on appropriations and uses (audience studies). Although the individual is at the center of the software or content development process, it is an abstract element, commonly identified with person-like archetypes. In the proposed model, an individual can play different roles at different times: audience, synthesizer, modifier, producer and player. The relationships inherent in these five roles occur through four Design Lines: content, identity, motivation, and experience.

From the point of view of the IHC, computer systems and interfaces, which allow the level of engagement, should be friendly and standardized in terms of action. This is because engagements are much more in a "Adherence" model than "Propagable", although this border is diffuse to the point of practically nonexistent. In this way, the Producer can still gain some control over how the

content is distributed. Thus, the design of the audiovisual product must provide tools that allow sharing, either by its own network or by dominant systems today, such as Facebook.

Both the content of the TV channel and that of the online platform must in this case be designed to facilitate manipulation by Modifiers. Access to the content of the work is facilitated. It is not only a question of not considering as a violation of copyright the use that people give to productions. It is about incorporating this dynamic into the possible consequences of a product and making new formations profitable. It is not just a personal relationship with the work. That is, and more collaborative practice, which can bring the Producer's Audience closer to a significant reversal of the common hierarchy in Broadcast distribution.

The same is true of the Player. In the proposed methodology, web content is geared specifically to this group, which attributes high value to content. These different models of enjoyment of the work must already be foreseen in the design of the product, with the sufficient use of planning tools. However, they are not watertight, since the uses, meanings and preferences attributed at each level allow us to feed back the knowledge we have about the audience itself: everything returns as uninterrupted feedback.

In Empiricism and scientificity in the academic field of communication, Francisco Rüdger, based on the theses of Charles Berger, discusses how, in reaction to the interdisciplinary characterization of the works produced in the academic area of ??Communication, a discourse of a disciplinary character marked by the empiricism of accent positivist The author considers the discourse as legitimate, from the epistemological point of view, but argues that the idea does not allow talking about communication as an autonomous science, highlighting, even, the characteristic of media studies that, at least in Brazil, define the greatest part of the work done in that field.

By bringing to light the possibility of the emergence of "another episteme" and by calling for a reflection on the concept of science, Rüdger causes us to look at what he calls "the lack of a less bombastic term, post-epistemological academic area of ??communication. We are thus left with an important "homework". In this sense, Conexão magazine is willing to add, leaving room for discussion, while striving to support reflections on the importance of the method / methodology of research in the area of ??Communication.

Dr. Marlene Branca Sólío
Publishing company