

Editorial vol. 36 n.1 Revista Contracampo

Caras leitoras e leitores,

O volume 36 número 1 da Revista Contracampo, do PPGCOM da Universidade Federal Fluminense, inaugura duas importantes mudanças concernentes à divulgação científica: 1) a publicação dos artigos em português e inglês e 2) a implementação da dinâmica Ahead of Print. A primeira mudança visa um processo de internacionalização da revista, ampliando a interlocução com pesquisadores de outros países, enquanto a segunda tem como objetivo proporcionar mais agilidade e rapidez na disseminação do conhecimento.

Os artigos aqui reunidos, de autoria de pesquisadoras e pesquisadores de instituições diversas do país, trazem objetos, questões, fundamentação teórica e análises distintos, compondo uma edição de temáticas livres. Contudo, destaca-se que três dos trabalhos que fazem parte deste número trazem discussões que envolvem televisão, ainda que a partir de olhares distintos.

O artigo intitulado "Natureza, paisagem e representação na fotografia de Claudia Jaguaribe", de Fernando Gonçalves (UERJ), apresenta uma análise de cinco trabalhos da série "Quando eu vi", e problematiza, a partir dela, a ideia de fotografia enquanto representação testemunhal de um real, propondo, ao contrário, que seja entendida enquanto construção imagética, mediadora e moduladora de percepções.

Já em "Tempos e lugares da Rádio Rebelde Zapatista: as ritualidades dos usos sociais" Ismar Costa Filho (UFC) apresenta pesquisa feita a partir de análise das ritualidades (proposta por

Martín-Barbero) da programação da rádio, bem como entrevistas com seus ouvintes. O autor aponta que a rádio rompe com uma temporalidade “industrial”, reforçando a defesa de autonomia e autogestão não apenas em seus conteúdos como sua própria organização temporal, atrelada ainda às experiências dos ouvintes e do movimento zapatista.

Passando para uma discussão sobre o uso da categoria “classe social” em estudos de recepção no Brasil, Rafael Grohmann (FIAM-FAAM e USP) traz levantamento de 16 teses e dissertações defendidas entre 2010 e 2014 em Programas de Pós-Graduação em Comunicação no país e conclui, dentre outros aspectos, que a dimensão dos conflitos de classe tem sido pouco valorizada em tais pesquisas e que ela deveria ser pensada enquanto um conceito “em movimento”, que faz parte dos processos e relações comunicacionais.

Partindo para temática distinta, João Ladeira (Unisinos) traz artigo que discute a difusão de conteúdos televisivos na contemporaneidade a partir de dispositivos das empresas Google e Apple. O autor argumenta que os fluxos de transmissão de conteúdos a partir delas envolve uma tríade de objetos – smart TVs, tablets ou smartphones e aplicativos de conteúdo – que ganham relevância a partir necessariamente da sua interconexão, gerando um formato televisivo que opera com lógicas distintas de funcionamento.

Yvana Fachine (UFPB), por sua vez, problematiza o conceito de TV Social, argumentando que o termo tem sido utilizado de modo impreciso para se referir ao ato de se fazer comentários em sites de redes sociais acerca de programas televisivos. A autora defende que o termo deve ser acionado para se referir a um tipo específico de conversação, em rede, que é mediado por tecnologias digitais interativas e parte das estratégias das próprias empresas de comunicação.

Em “O ‘pão que o diabo amassou’ é a melhor dieta: internautas e telespectadores de programa de TV compartilham

relatos de humilhação, sofrimento e superação na conquista de emagrecimento e autoestima” Tania Silva (Fiocruz) e Kátia Lerner (Fiocruz) focam nas relações entre “corpo, visibilidade e processos de subjetivação” a partir de coleta de narrativas de espectadores do programa Bem Estar (TV Globo) ao site G1. As autoras mostram como os relatos, por um lado, parecem cumprir a função de aumentar uma ideia de autoestima dos que conseguem perder peso, mas, por outro, reiteram sentidos negativos produzidos sobre a gordura e a obesidade, tidas como elementos vexatórios.

Por fim, Leonardo De Marchi (UERJ / USP) tece considerações relevantes, a partir de estudo de caso, sobre o mercado fonográfico brasileiro na contemporaneidade, mediado pela cultura digital. O autor ressalta, dentre outros aspectos, a importância de se repensar a distribuição financeira proveniente do comércio eletrônico e a obsolescência da lei brasileira de direitos autorais em um cenário de disponibilização de conteúdo musical em plataformas como o YouTube, levantando questões sobre possibilidades de intervenção estatal para regularização deste mercado.

Esperamos que a leitura seja proveitosa e aproveitamos para informar que a próxima edição, vol. 36 n. 2, contará com artigos de temas livres.

Cordialmente,

Beatriz Polivanov e Thaiane Oliveira.

Editoras-chefes da Revista Contracampo

EQUIPE EDITORIAL

Editoras-chefes

Beatriz Polivanov (UFF)
Thaiane Oliveira (UFF)
Simone Pereira de Sá (UFF)
Angela Prysthon (UFPE)

Editores-executivos

André Bonsanto Dias
Camilla Quesada Tavares
Clara Câmara
Fábio Agra
Luana Inocência
Rafael Ribeiro
Tatiana Lima

Revisão e Tradução/Versão

Beatriz Medeiros
Patrícia Matos
Schneider Ferreira Reis de Souza
Simone Evangelista

Projeto gráfico / Diagramação

Paulo Alan Deslandes Fragoso
Daniel Rios
Wanderley Anchieta

Equipe de comunicação

Diego Amaral
Natalia Dias
Julia Silveira
Pollyane Belo

Planejamento estratégico

Ana Luiza Alves
Melina Meimaridis
Reynaldo Gonçalves
Priscila Mana