

Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano
Número 4 – Junho 2014
© 2014 by UFF

EDITORIAL: Multiplicidade

por **Nilda JACKS¹**

À semelhança do mundo do consumo – uma das questões-chave para estudar o cotidiano contemporâneo e área de concentração do Programa a que está vinculada essa publicação – a diversificação de temas e enfoques presentes nesta edição não deixa por menos. Se por um lado dificulta o trabalho de escrever essa apresentação, por outro beneficia o interesse dos leitores pela multiplicidade exposta. Traduz também os infinitos modos e entradas para entender a mídia e sua onipresença na sociedade atual. Além do mais, revela os inúmeros interesses dos pesquisadores da área na busca por desvelar o mundo da comunicação, embora com predomínio do jornalismo como objeto de análise, assunto hegemônico na pesquisa brasileira, presente nos artigos de Eliza Bachega Casadei, Virgínia Todeschini Borges, Nelson Toledo Ferreira, Luciana Almeida das Chagas, Suzana Rozendo Bortoli e Criselli Montipó.

Eles representam praticamente a metade dos artigos e, respectivamente em relação aos autores apresentados acima, tratam de: a) fotojornalismo pensado como uma articulação histórica e como um ato performativo, com o objetivo de discutir o modo como a função testemunhal da fotografia jornalística foi constantemente ressignificada nas revistas brasileiras ao longo do século XX; b) o papel do jornalista como formador de opinião e um dos agentes de consagração no campo da moda; c) o processo de avivamento da imprensa partidária nos últimos anos, decorrente da apropriação crescente de novas ferramentas de comunicação multimidiática pelos partidos políticos; d) a trajetória do jornalista Sérgio de Souza (1934-2008) em face dos conflitos sociais do período da ditadura militar e posteriormente frente à hegemonia neoliberal que alcançou o país; e) o papel das redes sociais na coleta e distribuição de notícias jornalísticas sobre pessoas em situação de rua, analisando duas plataformas digitais.

¹ Nilda Jacks é pesquisadora do CNPq e professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

A publicidade como foco de análise está presente no artigo de autoria de Ronaldo George Helal, Filipe Mostaro e Fausto Amaro. O texto analisa o filme publicitário *Ouse ser Brasileiro*, da Nike, produzido especialmente para a Copa do Mundo de 2014, enfatizando a recuperação das narrativas míticas do futebol-arte. Está presente também no artigo de Ana Amélia Erthal, que trata das embalagens de produtos de tabaco questionando se as imagens comunicam seu propósito a despeito de sua dramaticidade.

Cristina Marques Gomes, em *Possível Re-Escritura da Comunicação Científica: uma linha de variação*, analisa as diversas transformações de ordem tecnológica que vêm ocorrendo para questionar se a noção de comunicação científica é ainda condizente com o tripé pesquisa, sistema e sociedade e suficiente para entender o fenômeno.

No artigo *Ser Belo. Uma questão pessoal*, Marta Maria Cordeiro explora a relação entre os modelos de corpo difundidos pela mídia, através da figura das celebridades, e as alterações que os indivíduos se propõem a realizar no seu corpo, tomando como exemplo os *reality shows* que se dedicam à alteração da aparência de forma cada vez mais centrada na atenção às especificidades de cada sujeito.

Jovens, cotidiano e a construção de mundos midiáticos é o título do artigo de Benedito Dielcio Moreira. Trata das relações cotidianas de jovens com o universo midiático e de versões criadas por seus atores, a partir dos quais constroem e reconstroem seus referenciais, cada vez mais sem a participação dos adultos, familiares e professores.

Com o foco mais aberto para enquadrar o cotidiano, Paulo Celso da Silva, em *Mídia, Cotidiano e Cidade. Construções e Desconstruções da Observação como Método*, reflete acerca das questões que envolvem o espaço, comunicação e mídia na sociedade atual, diferenciando-a da modernidade em que tempo, máquina e rigidez comandavam as ações e reflexões do dia a dia das pessoas.

Por fim, Rafael Grohmann, no artigo *Marx de Volta? Na Comunicação?*, defende a atualidade do pensamento de Karl Marx e do materialismo histórico para compreender problemas atuais do campo da Comunicação, propondo uma agenda a partir do paradigma materialista, com um olhar renovado para temas como classe social e trabalho, considerando as novas tecnologias e a midiaticização, bem como suas implicações.

Diante de tamanha diversidade de temas e objetos, há um ponto que perpassa grande parte dos textos: a preocupação com a convergência midiática, nomeada pelos autores de diferentes formas – mídiatização, novas tecnologias, comunicação multimidiática, redes sociais, plataformas digitais, transformações de ordem tecnológica. Essa questão também aparece na resenha escrita por Gabriela da Silva Zago sobre o livro *Spreadable Media*, de Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green, publicado em 2013 pela NYU Press.