

## Apresentação

Prezad@ leitor@,

Nesse número, a Comunicologia consolida a tradição de publicar artigos providos de diferentes espaços que são, além de geográficos, também diferentes lugares do pensar. Isto se reflete na pluralidade de metodologias, vertentes epistemológicas e campos do conhecimento. E que acaba por fazer da nossa revista uma publicação multidisciplinar e que apresenta diversas maneiras de reflexão sobre os objetos comunicacionais no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas, da Psicologia, das Mídias Digitais e do Poético.

*Na seção de Publicidade, fomos presenteados pelo texto Catálogos de quartos infantis, entre imagens e séries: análise de um corpus de imagens publicitárias de fabricantes de quartos para crianças* das autoras Anne Krupicka e Valérie-Inès de La Ville, do l'Institut d'Administration des Entreprises (IAE) de Poitiers. No artigo, autoras discutem sobre a produção de sentido nos catálogos infantis franceses de grandes marcas, a partir da noção de ausência/presença de crianças nos anúncios dos catálogos. Vale a leitura que parte de um olhar semiótico e naturaliza e desnaturaliza a forma como as marcas revelam/ocultam a imagem da infância na contemporaneidade.

Também na mesma seção, Asdrúbal Borges Formiga Sobrinho e Marcelo Alves de Oliveira discutem por meio das contribuições da Psicologia Analítica as narrativas publicitárias no artigo *Arquétipos na publicidade: a mitologia no comercial televisivo Video Conferencing from Sony*. Difícil ficar indiferente e não se identificar com as reflexões dos autores sobre a forma como a publicidade faz uso das estruturas arquetípicas da mitologia nos personagens da publicidade da marca SONY.

O outro artigo desta seção, advindo da Psicologia Social, traz uma proposta radicalmente diferente ao tentar medir o efeito das campanhas de combate à violência contra a mulher, por meio de uma metodologia experimental e de escalas de atitudes. O texto *O princípio do contraste no enfrentamento de violência contra a mulher*, de Patrícia Renata da Silva Batista e Amalia Raquel Pérez-Nebra é resultado de uma pesquisa bastante original. Os resultados indicam, a partir da noção de princípio de contraste, novas possibilidades de produção de campanhas em que o masculino também faça parte do diálogo com os grupos sociais para enfrentamento de um problema tão grave em nossa sociedade.

Na seção de Comunicação nas Organizações, temos duas contribuições bastante diferenciadas e que se distanciam de uma abordagem instrumental. Na primeira, denominada *Em torno da mesa: o processo decisório no filme Homens e Deuses*, Amanda Wanderley de Azevedo Ribeiro nos convida a examinar mais detidamente o conceito de estratégia comunicacional, por meio da metáfora cinematográfica do filme dirigido por Xavier Beauvois. Na segunda, o artigo *A Comunicação Organizacional para além do management: em busca de uma proposta epistemológica*, de Wilson Corrêa da Fonseca Júnior nos chama atenção para a necessidade de resgatar as origens do desenvolvimento da comunicação organizacional em várias partes do mundo e de redimensioná-la a partir de uma abordagem metodológica e epistêmica.

Na seção de Jornalismo, selecionamos o artigo *Soy Loco por ti America?: Aspectos da Gramática de Produção Jornalística da Revista Veja sobre a América Latina*, de Milton Júlio Faccin e Soraya Venegas Ferreira, que discutem, a partir das teorias da notícia, o isolamento do Brasil da região e o fato de que o país se comporta como uma espécie de “ilha sociocultural”.

Na seção de Cibercultura, publicamos o artigo *Hiperlocal como um elemento de convergência entre a digitalização e o reforço de identidades*, de Angelo Sottovia Aranha e Giovani Vieira Miranda, que retrata o novo cenário digital e seus impactos no jornalismo e no nível local, bem como os limites e possibilidades de identificação dos públicos neste novo contexto.

Na seção de Artigos Livres contamos com dois textos. O primeiro, *Vingança da Empregadinha? Um ano-chave para a doméstica na Telenovela Brasileira*, de Max Milliano Melo, discute as mudanças das representações das empregadas domésticas com base nas novelas de 2012, em direção ao protagonismo destas personagens. Contamos ainda com a colaboração de Florence Dravet, *Um saber poético sobre linguagem e comunicação para além das representações*, ensaio que discute a linguagem e a comunicação. Neste sentido, autora aponta que a língua pode ser um “fenômeno de apresentação, representação e, ao mesmo tempo, sócio e poético”.

Finalmente, gostaríamos de agradecer a Fernando Lopes, que cedeu a imagem de nossa capa. Uma ilustração de muita beleza e poesia.

Desejo uma proveitosa leitura,

**Luíza Mônica Assis Silva**

Editora