

## EDITORIAL

Começamos o editorial desta edição apresentando o mais novo feito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura da Universidade da Amazônia (PPGCLC/UNAMA): o curso de doutorado em Comunicação, Linguagens e Cultura, o primeiro doutorado que abrange a área de Comunicação do Estado do Pará. Com isso, a Revista *Movendo Ideias* consolida mais ainda o seu compromisso de socialização de pesquisas científicas. Nesta edição, acrescem-se aos trabalhos desenvolvidos por mestrandos e docentes do Universidade e de outras instituições estudos realizados por doutorandos do programa e seus orientadores e co-orientadores. O foco desta edição são as áreas de Linguagens e Comunicação, com passeios sobre a relação Literatura e Sociedade e sobre questões de produção e análise de consumo de mídias impressas, televisivas e digitais.

Abrimos a edição com uma análise de narrativa literária. Em “*Fogo morto: cenas de uma sociedade decadente*”, Carla Soares Pereira aborda a questão das relações estreitas entre Literatura e Sociedade, a partir de reflexões sobre a obra literária *Fogo Morto*, escrita por José Lins do Rego na primeira metade do século XX. A autora analisa o universo de ruínas (físicas, históricas, econômicas, psicológicas) representado na narrativa, defendendo a ideia de que a obra de arte literária está irremediavelmente ligada a um contexto que lhe possibilita a produção de sentido por meio da palavra.

O segundo texto também transita no campo da Literatura, através da discussão sobre a poética do escritor e professor paraense Paulo Nunes. A autora, Nathália Cruz, desenvolve suas reflexões levando em consideração narrativa biográfica do escritor, abordando as impressões pessoais, formação intelectual, história de vida, compromissos com a sociedade que o formou e consigo mesmo. O artigo intitulado “A poética de Paulo Nunes” aborda produção artística do escritor, de acordo com uma cronologia e trajeto mais ou menos organizados, enunciando aspectos de uma progressão temporal sucessiva e linear. “Todo texto está sujeito à interpretação e toda interpretação começa a partir da primeira leitura – a do autor. Uma obra literária é, pois, um documento que nos possibilita conhecer quem a criou, seu étimo espiritual, a sua visão de mundo”, afirma a articulista. O texto de Nathália assinala a importância da construção de uma biografia literária ao (re)conhecimento da produção de escritores/intelectuais da Amazônia na contemporaneidade.

O terceiro artigo trabalha a interface entre jornalismo e publicidade na construção jornalística sobre a violência. Em “Interdiscursos jornalísticos e publicitários no caderno polícia do Diário do Pará”, os pesquisadores Luciano Castro e Alda Costa discutem como o discurso jornalístico tem sido atravessado pelo discurso publicitário no debate sobre a violência. Para eles, os fatos sociais têm sido construídos cada vez mais sob a perspectiva de uma lógica mercadológica, preterindo a reflexão crítica em detrimento do consumo instantâneo e diário dos fatos, que sempre apela aos aspectos sensacionalistas e espetacularizados dos acontecimentos. A pesquisa analisa os elementos interdiscursivos presentes na elaboração das capas do caderno Polícia do jornal impresso Diário do Pará, identificando os sentidos e significados do jornalismo, da publicidade e da propaganda vigentes nas construções da violência, com o uso da sedução visual, dos artifícios linguísticos e imagéticos, com a finalidade de atrair a atenção do público.

Em “Realidade virtual: um estudo da comunicação entre corporações e clientes nas mídias sociais”, Blenda Gomes, Gheyza de Oliveira, Victoria Pinheiro e Neusa Pressler refletem sobre a comunicação virtual por meio das mídias sociais em ambientes de consumo individual, empresarial, institucional e político. As autoras partem de análises realizadas nos anos de 2014/2015, na relação entre publicidade online e prosumer, tipo de consumidor em tempo de convergência das mídias. Como escopo de investigação são utilizados os cases considerados de sucesso, elaborados por empresas e instituições em formatos digitais. Os resultados apontam para uma crescente exigência de conectividade e interatividade entre indivíduos e grupos, que se valem das redes sociais virtuais para promover negócios e reconhecimento público.

Em “A semiótica dos cartazes dos filmes do gênero comédia romântica e suas relações entre a teoria e a prática”, Juliana Monteiro e Danuta Leão debatem a estética utilizada nos cartazes



publicitários dos filmes de comédia romântica, entre eles: “Uma linda mulher” (1990), “Amor à Segunda Vista” (2003), “Beleza no Mundo dos Negócios” (2010) e “Deixa rolar” (2014). As pesquisadoras relatam que desde muito cedo a imagem prendeu a atenção do homem. Pintura, escultura, gravura, fotografia, artes gráficas, cinema são apenas algumas formas desse gigantesco universo. O cartaz, ou frequentemente chamado de pôster, é um dos meios gráficos mais conhecidos pela sociedade, tornando-se comum aos olhos, porém ainda eficaz pela sua simplicidade e até repetição.

No texto “Case Brastemp: o poder da Inteligência Coletiva nas redes sociais”, Alynne Freitas Cid de Souza realiza uma breve análise sobre a repercussão do caso de um consumidor insatisfeito com a empresa Brastemp nas redes sociais em 2011, relacionando-a com os estudos de cibercultura e inteligência coletiva de Pierre Lévy. A autora demonstra como a comunicação contemporânea, marcada pela interatividade e colaboração por meio da internet, produz um contexto de exigência maior dos agentes de publicidade e marketing que compõem as empresas e marcas. O debate proposto esclarece como os consumidores, por meio das redes sociais de internet, atuam com forte influência sobre a reputação e a credibilidade dos produtos e serviços de mercado. A autora reafirma que é fundamental às empresas o estabelecimento de uma comunicação mais imediata e transparente para um bom relacionamento para com o público.

O último artigo apresenta uma reflexão sobre novas maneiras de assistir TV na sociedade. Em “Ao vivo, online e em várias telas – uma nova forma de produzir, pensar e assistir à TV”, Márcia Mendes e Gabriel Amaral discorrem sobre as atuais modalidades da produção televisiva, moldadas dentro do novo contorno estrutural na TV aberta brasileira, que se afasta das estruturas tradicionais de comunicação unidirecional e se aproxima, cada vez mais, de um modelo híbrido, convergente e transmidiático. Os autores se posicionam sob a perspectiva de compreender as tendências comunicacionais adotadas pela TV aberta brasileira dentro de um ambiente de convergência, assim como buscam analisar as práticas de produção de conteúdos televisuais que levam em conta o elemento digital e a cultura participativa. Para compor o diálogo, são evocados os estudos de Jenkins, Shirky e Levy.

Esperamos que os textos aqui apresentados incitem a leitura crítica e contribuam para a produção do conhecimento do leitor/profissional/pesquisador, e este mergulhe no contexto interdisciplinar da Revista *Movendo Ideias*, especialmente nas reflexões das temáticas demonstradas nos artigos e ensaios.