



Ano2 | # 5 e 6 | edição quadrimestral | setembro a dezembro de 2009

Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom

Considerações sobre produtos e processo midiáticos

HINERASKY, Daniela Aline. et al. (org.). **Estudos das Mídias: da produção ao consumo**. Santa Maria: Centro Universitário Franciscano, 2008. 263p.

ISBN: 978-85-7909-003-5

Michele Negrini¹

Instigantes leituras sobre temáticas referentes à Comunicação Social podem ser realizadas em *Estudos das Mídias: da produção ao consumo*. O livro é resultado de pesquisas desenvolvidas nos cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Franciscano e é constituído por contribuições de professores e alunos da instituição.

Reflexões sobre a criatividade são apresentadas logo no início da obra em artigo desenvolvido por Daniela Reis Pedroso da Silva e Fabiana Pereira. A criatividade é tratada como um diferencial do profissional de Relações Públicas em um mercado de trabalho competitivo e complexo.

O texto de Sibila Rocha traz uma discussão sobre a construção da imagem pública da governadora do estado do Rio Grande do Sul, Yeda Crusius, nos jornais Diário de Santa Maria e A Razão, editados em Santa Maria/RS. Reflexões teóricas sobre representação social, jornalismo (especificamente os procedimentos noticiosos) e sobre o campo da política dão suporte para a compreensão dos sentidos postos em jogo nas manchetes das notícias sobre a governadora veiculadas nos dois jornais analisados.

Em seguida, Carla Simone Doyle Torres analisa as estratégias discursivas presentes no tratamento das estruturas audiovisuais das notícias apresentadas no

¹ Jornalista; mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; doutoranda em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; docente da Universidade Federal do Pampa/ Unipampa São Borja.

jornalismo televisivo, a partir da observação de seis edições do Jornal Nacional e de seis edições do Jornal da Band. O estudo tem bases teóricas em autores como Michel Foucault, Patrick Charaudeau, Eliseo Verón, Lorenzo Vilches, Maurice Mouillaud, Dominique Maingueneau e Antônio Fausto Neto.

A construção/representação de notícias de moda na mídia é estudada por Daniela Aline Hinerasky, que analisa a cobertura jornalística que revistas e jornais de grande retrospecto realizaram da 21ª São Paulo *Fashion Week* (SPFW), que ocorreu em julho de 2006. A autora observou as revistas Vogue, Estilo, Claudia, Nova, Criativa, Uma e Manequim. Foram analisados os jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo, Zero Hora e o Sul.

No artigo *Televisão, acontecimento midiático e fragmentos de sentidos de uma religião midiaticizada*, Viviane Borelli debate a complexa relação entre religião e mídia. A autora faz uma discussão sobre os conceitos de dispositivo televisivo e acontecimento midiático para dar bases ao entendimento do processo de midiaticização da religião. A compreensão de como os receptores constroem sentidos sobre a midiaticização da Romaria de Nossa Senhora Medianeira, ocorrida em Santa Maria/RS, pela Rede Vida de Televisão, é foco da pesquisa de Borelli. Perpassa a reflexão da autora a perspectiva de que, através de operações enunciativas, a televisão constrói outro conceito de religião, que não se realiza só no âmbito institucional da igreja, mas atinge a esfera midiática, marcada por relações de passagem, temporalidade, efemeridade.

O texto de Laura Elise de Oliveira Fabrício apresenta reflexões teóricas sobre a fotografia jornalística como elemento discursivo, como produtora de sentidos e como um elemento com potencialidades de significação, que dá suporte ao discurso jornalístico. Para tais ponderações, a autora recorre a autores do âmbito da comunicação, da análise do discurso e da fotografia, entre eles, Jorge Pedro Sousa, Muniz Sodré, Eni Orlandi, Roland Barthes e Eliseo Verón.

Discussões sobre temáticas como identidade cultural, internet e comunidades virtuais são apresentadas por Liliane Dutra Brignol e Carolina Teixeira Weber. As autoras, no artigo *Não basta ser alternativo: tem que ser lado B – sobre a construção de identidades através do Orkut*, refletem sobre os usos do site da rede de relacionamentos Orkut relacionados à construção e vivência de identidades juvenis. A pesquisa é um estudo de caso da comunidade virtual “Santa Maria Lado B”. Brignol e Weber procuraram entender como os jovens integrantes da comunidade constroem e experimentam identidades acionadas pelo conceito de alternativo, que tem sua

construção na tensão entre a realidade local e global, a qual se intensifica com as potencialidades oferecidas pela internet.

Em seguida, Rosana Cabral Zucolo e Patrícia Saideles Pires refletem o discurso jornalístico sobre o aquecimento global presente nos programas Fantástico, da Rede Globo, e Domingo Espetacular, da Rede Record. O pensador italiano Paolo Fabri embasa as ponderações do artigo. É ressaltado no estudo que assuntos vinculados à ciência estão cada vez mais presentes nos telejornais, o que demonstra a aproximação do jornalismo com a ciência e o interesse na divulgação do conhecimento ao cidadão comum e, também, a crescente produção de conhecimento científico.

Continuando o debate sobre o meio ambiente, Cristina Munarski Jobim Hollerbach e Márcio Zanetti Negrini trazem uma reflexão sobre marketing ambiental. O estudo é focado na compreensão da percepção de sujeitos, considerados líderes de opinião, acerca de anúncios da revista Veja, que foram produzidos a partir de estratégias de marketing ambiental.

O livro é finalizado com o artigo de Taís Steffenello Ghisleni, Luciano Mattana, Greice de Bem Noro, Franciele Silva da Silva e Argeu Carvalho. Neste último trabalho, é apresentada uma análise sobre a eficácia da utilização das caixas de pizza gigante como forma de mídia de divulgação publicitária entre os consumidores de Santa Maria/RS. Entre as conclusões do estudo, é pertinente ressaltar que os autores acreditam que, se esse tipo de mídia for adequadamente explorada na cidade de Santa Maria, com ocupação da tampa da caixa para anúncios, os resultados obtidos poderão ser eficazes.

Assim, ao final de 263 páginas de discussões sobre temas ligados à comunicação, o leitor terá refletido sobre assuntos diversos em relação à mídia, como criatividade, jornalismo, representação social, internet, produção de sentidos, midiatização e marketing. Os textos demonstram a relevância de se pensar a sociedade a partir de uma perspectiva que considere o panorama midiático contemporâneo.

ESTUDOS DAS MÍDIAS: DA PRODUÇÃO AO CONSUMO



ORGANIZADORAS

DANIELA ALINE HINERASKY
SIBILA ROCHA
TAÍS STEFFENELLO GHISLENI
VIVIANE BORELLI

