
**INICIACOM – REVISTA BRASILEIRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM
COMUNICAÇÃO SOCIAL
(e-ISSN: 1980-3494)
VOL. 8, Nº 1 (2019)
A DÉCIMA-TERCEIRA**

Sônia Caldas Pessoa
Diretora Científica Adjunta Intercom

Boas-vindas, 2019!

A Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – dá as boas-vindas a 2019 com a publicação da décima terceira edição da Revista Iniciacom. A edição, além de abrir as nossas publicações deste ano voltadas para estudantes de graduação e recém-graduados dos cursos da área de Comunicação Social de todo o país, é um agradecimento especial a todos que se mobilizaram e atenderam à nossa chamada em 2018.

Diante do grande número de artigos recebidos e da qualidade dos trabalhos produzidos pelos estudantes, sob supervisão de seus professores e orientadores, foi possível retomarmos a revista, com uma edição publicada durante o 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado na Univille, em Joinville-SC, de 2 a 8 de setembro de 2018. Para além da retomada, organizamos os demais textos aprovados pelos pareceristas em dois outros números publicados no primeiro semestre de 2019.

Temos o prazer de trazer para esta décima terceira edição 16 artigos que refletem sobre três grandes temáticas de interesse do campo da Comunicação: Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Ambientes Digitais. Os leitores encontram aqui 16 artigos que inquietam os estudantes em suas pesquisas e projetos de investigação e de iniciação científica. A seguir, apresentamos um breve resumo que, antes de ser um guia de leitura, pretende dar conta do amplo e instigante universo de pesquisadores em formação nas universidades brasileiras.

Os cinco primeiros textos abordam a construção do acontecimento “O povo versus O.J. Simpson” na narrativa jornalística nos jornais The New York Times e O Globo utilizando como método a Análise de Discurso de linha francesa; os Memes como Linguagem para o

engajamento entre marcas e consumidores na era Digital com uma análise de postagens e comentários na página da OLX; um estudo do consumo de notícias pelo público infantil no ambiente digital; da informação ao entretenimento: a apropriação humorística do jornalismo em *Last Week Tonight with John Oliver* utilizando a metodologia de Análise em Telejornalismo e o marketing no ambiente *online*: um estudo de caso do Natal Shopping no Facebook durante a "Liquida Natal" com base na Teoria dos 8 Ps do Marketing Digital.

Na sequência, temos um artigo sobre ciberativismo e feminismo: uma análise das postagens do movimento #meuamigosecreto e um sobre o processo de produção no Jornalismo Internacional em tempos de convergência midiática com um estudo de caso na Deutsche Welle, na Alemanha. O jornalismo investigativo e os obstáculos à livre atuação dos repórteres no Brasil aborda os riscos para o profissional desta atividade. Um outro texto analisa as tensões entre mídias móveis e a interação face a face em um estudo sobre *Phubbing* ou o chamado ato de ignorar uma ou mais pessoas pela presença de um smartphone. O *Instagram Stories* como dispositivo de exposição e monitoramento mostra a percepção de usuários do *Instagram* sobre esta ferramenta. Os estereótipos, comportamento e percepção de conteúdo nas mídias sociais são analisados pelo viés da Semiótica em um dos artigos enquanto um outro se ocupa de uma análise discursiva do anúncio da empresa Moto Honda da Amazônia no dia mundial do Meio Ambiente

E, por fim, um último grupo de textos nos dá as seguintes trilhas para a compreensão das temáticas que compõem esta Iniciacom. As mídias sociais e a comunicação interna são discutidas em um dos textos a partir da análise do relacionamento da empresa Dell com o público interno no Facebook. Campanhas integradas e marketing de experiência como tendência para a publicidade são objeto de reflexão de um dos textos ao passo que um outro se dedica ao lugar do design nas mídias sociais com um estudo geral sobre *branding*. Encerrando esta edição, temos um artigo que reúne os elementos da estrutura narrativa do livro "O ódio que você semeia" ao refletir sobre Literatura e Publicidade.

Uma ótima leitura a todos com as boas energias semeadas pela produção dos estudantes brasileiros!