



Sociedade Brasileira de Estudos  
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira  
de Iniciação Científica em  
Comunicação Social*

---

**INICIACOM – REVISTA BRASILEIRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM COMUNICAÇÃO SOCIAL  
(e-ISSN: 1980-3494)**

**VOL. 3, Nº 2 (2011)**

### **APRESENTAÇÃO**

A *Iniciacom - Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação Social*, destinada à divulgação de trabalhos oriundos de pesquisas desenvolvidas nos cursos de graduação em Comunicação Social, chega ao seu terceiro ano de existência com o lançamento deste Vol. 3, nº 2 (2011). Para nós, é motivo de satisfação verificar que o periódico vem mantendo a periodicidade semestral e a regularidade das publicações, oferecendo assim um novo espaço para que graduandos em comunicação social possam apresentar suas pesquisas desenvolvidas com a orientação de docentes e pesquisadores de todo o país.

Após ter sido lançada pela Intercom em março de 2006 (Vol. 1, nº 1), a *Iniciacom* teve suas atividades interrompidas com o aparecimento do número 2, também em 2006. A publicação foi retomada apenas em março de 2010, com o lançamento do Vol. 2, nº 1 (2010). Desde então, já são quatro edições (com esta) reunindo parte significativa da produção acadêmica na área da comunicação no Brasil.

Nesta edição – a última de 2011 –, o leitor poderá conhecer inicialmente uma pesquisa sobre a programação jornalística da Rede Brasil, tendo como base o telejornal Repórter Brasil. Trata-se do artigo **O público e o privado na construção de um sentido: os telejornais da TV Brasil**, de Lorena Goretti, Teo Pasquini e Iluska Coutinho. Em seguida, fica o convite para compreendermos o processo de emissão e recepção das informações – e a consequente influência da mídia no comportamento da sociedade – por meio de um estudo da Feira Pan-Amazônica do Livro. É o que veremos no artigo **Mediações, recepções e conflitos culturais na Feira Pan-Amazônica do Livro**, de Cintia Nolasco Magno e Raimundo William Tavares Junior.

Uma temática pouco comum nas pesquisas em comunicação comparece no texto **O neuromarketing e suas aplicações no campo da comunicação publicitária**, em que os autores Natália Luiza Orso, Márcio Giusti Trevisol e Silvia Spagnol Simi discutem como essa



Sociedade Brasileira de Estudos  
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira  
de Iniciação Científica em  
Comunicação Social*

---

nova ferramenta – o neuromarketing – estabelece relações de aproximação e confronto com a ética publicitária. E sobre as questões de consumo, analisando um estudo de caso na capital paranaense, temos o artigo **O perfil do consumidor curitibano que utiliza o drive-thru**, de Bárbara Regina Lopes Costa, Helena Cristina Pacheco, Ilze Marie Fugmann e Thaís Priscila de Araújo.

A respeito dos estudos de recepção e de difusão da informação por meio da TV, rádio e Internet há os textos **Recepção Televisiva: Novos e Antigos Valores Entre Comunidades Ribeirinhas do Amazonas** (de Mayra de Oliveira Sá, Pablo Olímpio Vieira Abreu e Bruno Fuser) e **Interação Rádio e Internet Para Veiculação de Informações Técnicas a Produtores de Leite** (de autoria de William Fernandes Bernardo, Priscila Rigueira Simão, Marcos Lopes La Falce, Marne Sidney de Paula Moreira e Leonardo Mariano Gravina. Por último, esta edição completa-se com uma leitura peculiar do filme Pulp Fiction (1994), de Quentin Tarantino, no artigo **Narrativa audiovisual complexa: Modular Narratives e Database Narratives**, de Luís Enrique Cazani Júnior e Letícia Passos Affini.

Como o leitor pode depreender a partir da visualização deste pequeno cardápio, a revista *Iniciacom* procura cumprir, assim, o papel basilar que vem fundamentando a existência da **Intercom** há mais de três décadas: o de oferecer um espaço para a reflexão pluralista e interdisciplinar sobre a comunicação.

Desejamos a todos uma boa leitura e gostaríamos de contar com sua colaboração para as próximas edições.

São Paulo, outubro de 2011.

José Carlos Marques  
*Editor*