

Quem pretendemos ser nos novos tempos que se anunciam?

Iniciamos a preparação desta terceira edição da Inovcom, acompanhando as manifestações de milhares de brasileiros, que foram às ruas clamar por mudanças. Entre os diversos cartazes e faixas, um, de maneira especial, chamou-nos a atenção. Dizia: “O Gigante acordou!” Será?, perguntamo-nos! E resolvemos levar a pergunta ao Prof. Dr. Roberto Gondo Macedo, presidente da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político (POLITICOM), pesquisador na área de comunicação pública e política, com atividades nacionais e internacionais. Em entrevista, Gondo reflete sobre os recentes acontecimentos que movimentam o País e, sobretudo, sobre a utilização das novas tecnologias de comunicação na disseminação de ideias e convocação dos manifestos.

As novas tecnologias também estão no cerne da reflexão no artigo Convergência Midiática: A Nova Televisão Brasileira, de Pablo Victor Fontes Santos e Cristina Rego Monteiro Luz (ECO-UFRJ) sobre a adaptação da televisão brasileira à era da convergência digital. Os autores demonstram como não se trata apenas de uma renovação técnica, mas representa uma revolução no fazer televisivo, posto que introduz novos formatos de conteúdos televisivos e interações com outras plataformas.

Consideraremos também os novos formatos de narrativas jornalísticas, com o prof. Dr. Edvaldo Pereira Lima, diretor do único curso de pós-graduação em Jornalismo Literário do País, realizado em São Paulo e Curitiba. No artigo Memória do Futuro: Jornalismo Literário Avançado no Século XXI, Lima enuncia os fundamentos de sua proposta conceitual/prática de um Jornalismo Literário Avançado, considerando a tradição do JL no setor acadêmico, enquanto modalidade diferenciada no campo, bem como contextualizando as iniciativas encaminhadas

nessa perspectiva.

Para exemplificar a proposta de Lima, apresentamos o artigo Quem Se Importa - Um Estudo de Caso sobre o Jornalismo Literário Aplicado ao Cinema, de André de Almeida Batista, Especialista em Jornalismo Literário pela Academia Brasileira de Jornalismo Literário. O autor analisa o documentário Quem se Importa, de Mara Mourão, na perspectiva das novas narrativas prenunciadas pelo Jornalismo Literário, com o objetivo de verificar a articulação dos pressupostos teóricos do JL nas plataformas audiovisuais.

A imagem, por sua vez, ganha estudo de Lourdes Gabrielli (PUC-SP e Mackenzie), na perspectiva da função persuasiva. Como indica o próprio título A construção da argumentação através das imagens: o Barroco e a contemporaneidade, propõe uma comparação da produção imagética nestes dois períodos, utilizando como ferramentas de análise, a observação das temáticas de verossimilhança, técnica, passionalidade do discurso persuasivo, polissemia, imaginação, a saber.

Faz um curioso contraponto a esse artigo o estudo de Renata de Paula dos Santos (UEL) sobre a análise do discurso em charges. Entre a zombaria e o carnaval: representação política da África do Sul por meio de charges analisa a representação política contemporânea na África do Sul pelo traço do chargista Zapiro, nos anos 2008, 2010 e 2012, demonstrando como se dá também pelo discurso imagético o estímulo ao debate público.

De fato, a imagem é um recurso muito utilizado pelo Jornalismo, desde os numerosos folhetos que circularam nas Revoluções Francesa e Americana, para auxiliar a disseminação de ideias políticas. Os infográficos tentam cumprir a mesma função, sem sempre com a mesma eficácia. Política e Economia

são possivelmente os campos em que se observa mais facilmente esse desafio. A dificuldade de grande parte do público em compreender e, conseqüentemente, relacionar de maneira crítica os conteúdos destas editoriais, é prova disso. O artigo Baixa renda: endividamento e compreensão de notícias econômicas, de Gustavo Luiz Cruz Alves, Bruno de Oliveira Stucchi, Rhaifa Mahmoud, Bianca Nascimento, Yanes Sampaio e Maria de Lourdes Bacha (Mackenzie), pretende analisar a relação entre endividamento e a compreensão da leitura de notícias de Jornalismo Econômico pelo consumidor da baixa renda de São Paulo, Capital. Partindo de pesquisa quantitativa e qualitativa, os autores verificaram como a baixa escolaridade pode levar ao pouco interesse pela leitura das temáticas relacionadas a esse campo, nos jornais, em decorrência da dificuldade de compreensão e articulação de conteúdo.

O comunicador social deve, pois, estar atento a formatos, conteúdos, técnicas, mas também aos repertórios. Isso fica claro na obra *O Publicitário que ensinou o Brasil a fazer publicidade*, resenhada por Celso Figueiredo Neto (Mackenzie). O autor João Renha propõe-se a analisar a obra de um dos principais publicitários brasileiros, Washinton Olivetto. Entre diversos aspectos, são contemplados os peculiares artifícios de persuasão, o refinado humor, os bordões marcantes e o uso intensivo da música popular brasileira. É, pois, leitura fundamental para publicitários, professores da área e estudantes.

Pensando exatamente nestes últimos, sobretudo para auxiliá-los na formação profissional, um grupo de professores reuniu-se para elaborar *Preparando os Novos Profissionais*, a segunda resenha desta edição, elaborada por Gisely Hime (FMU). Valdo Resende reuniu diversas reflexões num espectro bem amplo: dos novos nichos de mercado à importância da pesquisa; da influência das redes sociais na imagem corporativa aos mais diversos desafios ao profissional contemporâneo; das transformações no cenário das pequenas e grandes agências à participação feminina no mercado; dos novos campos de atuação à influência da responsabilidade social na consolidação das

marcas.

Assim, temas aparentemente diversos nos auxiliarão a refletir que profissionais queremos ser e, da mesma forma, como queremos exercer nossa cidadania num País gigante que começa a acordar. Oxalá!

Os Editores