

A final, a quantas anda o discurso?

2014: ano de Copa do Mundo, mas também de eleições presidenciais. Em um ano eleitoral, não podemos nos furtar a refletir sobre Democracia. Ora, como nos lembra Paula Puliti, o Jornalismo é um campo legitimado pela Democracia enquanto regime superior, o que releva o compromisso do jornalista como mediador social, articulando o debate público por intermédio da proposição de relatos repletos de significação ideológica. Nesse sentido, no artigo **O Discurso Científico de Fontes como Estratégia Comunicacional no Noticiário Econômico**, Paula Puliti nos propõe considerar a transformação no discurso do noticiário econômico brasileiro, a partir da apropriação do discurso racional-científico por agentes do mercado financeiro como estratégia de comunicação com os jornalistas. E lança a questão: se discursos articulam projetos de poder, devem ser questionados em nome do bom jornalismo. E discutir o bom jornalismo pressupõe refletir sobre os embates entre Real e Realidade, posto que a essência do relato jornalístico é o relato veraz.

Daí a continuação do artigo **Memória do Futuro: Jornalismo Literário Avançado no Século XXI**, cuja primeira parte publicamos na edição passada. Nele, Edvaldo Pereira Lima aprofunda a questão epistemológica dos modelos de realidade que moldam o exercício da narrativa jornalística. O autor também apresenta o método de redação espontânea Escrita Total e a adaptação do método de estruturação de narrativas Jornada do Herói como integrantes do Jornalismo Literário Avançado, numa perspectiva da evolução histórica e seus desdobramentos.

Mas, se começamos lembrando a Copa do Mundo, muito oportuno é o artigo **Globo Esporte e Futebol: Um Estudo de Caso**, de Clayton Araújo dos Santos e Lenize Villaça Cardoso. Os autores analisam um dos mais antigos programas esportivos

em exibição na televisão brasileira, observando o espaço dedicado na pauta às diferentes modalidades de esporte. Pretende assim investigar as consequências desta opção, compreendido enquanto subordinação ao mercado. Se este modelo atende aos interesses e necessidades do público, é um dos questionamentos efetuados.

Questionamento esse que, no Estado da Arte, fundamenta o desenvolvimento de quaisquer planos de marketing, pois, como ressalta Alexandre Borba Salvador, segmentação de público e adequado posicionamento de mercado são as definições estratégicas mais importantes do marketing. No artigo **Segmentação e Posicionamento: o Coração do Plano de Marketing**, Salvador apresenta uma reflexão didática, considerando uma revisão bibliográfica pertinente ao tema, à luz dos desafios contemporâneos – que não são poucos!

Entre os muitos desafios, aliás, estão o hibridismo linguístico e o contexto multicultural, estudados no artigo **Contexto Multicultural e Persuasão na Publicidade da Coca Cola no Paquistão**. Mariza de Fátima Reis e Cessari Moara Beltrame debruçaram-se sobre a campanha do refrigerante veiculada no Paquistão, em 2008, identificando como os princípios de segmentação foram explorados pela marca, incorporando imagens de truck art – costume local - e expressões em Urdu – idioma local -, ao tradicional slogan em Inglês.

A análise de discurso também é a principal ferramenta do livro **(In)Verdades Sobre os Profissionais de Criação: poder, desejo imaginação e autoria**, de Fábio Hansen, resenhado por Celso Figueiredo. Por meio de análise qualitativa de inúmeras peças e campanhas, Hansen dessacraliza a criação, comprovando a hipótese de que ela não é soberana,

mas equipara-se às demais etapas do processo.

Tal estudo resulta de sua pesquisa para doutoramento, o mesmo se observando no livro **O Juro da Notícia – Jornalismo Econômico Pautado pelo Capitalismo Financeiro**, da jornalista e pesquisadora Paula Puliti. Resenhado pelo também jornalista econômico Anderson Gurgel Campos, é considerado por esta obra referencial para os estudos jornalísticos, diferenciando-se pelo enfoque no capital financeiro e seus agentes como atores estratégicos na construção da notícia. Para os que se interessarem pelo tema, vale uma primeira aproximação por intermédio do primeiro artigo desta revista, assinado justamente por Puliti.

Assim sendo, desejamos a todos boa e proveitosa leitura!

Os editores

Celso Figueiredo e Gisely Hime