
AOS LEITORES

Pouco a pouco, a INTERCOM - REVISTA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO alcança o patamar de publicação científica aberta à comunidade acadêmica, mas seletiva no que diz respeito à qualidade das matérias difundidas. A colaboração de um corpo de "referes", ao mesmo tempo ágil e competente, tem sido responsável pela triagem dos originais e pelo respaldo proporcionado aos autores jovens, que muitas vezes são orientados para reescrever os seus textos. A participação de consultores estrangeiros tem contribuído para neutralizar os resquícios do corporativismo que ainda persistem no ambiente universitário brasileiro.

Mas a preocupação com o rigor e a excelência, que aliás refletem o próprio avanço das ciências da comunicação em nosso país, não tem sido um obstáculo para ampliar o universo temático da revista. Ao lado de matérias teóricas ou especulativas, temos procurado publicar textos de pesquisa aplicada ou até mesmo de reflexões profissionais que demonstram consistência e profundidade. Da mesma forma, acolhemos trabalhos de pesquisadores-junior, geralmente ensaios agraciados com o prêmio anual INTERCOM, e que passaram por dupla avaliação crítica: a dos examinadores formais no âmbito das respectivas universidades e a dos julgadores externos que atuam como membros dos comitês da referida competição intelectual.

Registre-se ainda a dilatação do espectro geográfico em que estão situados os nossos colaboradores. Esta edição contém matérias provenientes de 4 países ibéricos: Espanha, Portugal, México e Uruguai, bem como de 5 Estados brasileiros: Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, São Paulo e Santa Catarina.

O tema destacado na capa – IMAGEM, SOM & MERCHANDISING – significa a nossa receptividade aos estudos sobre aqueles fenômenos que, mesmo não sendo hegemônicos na academia, possuem relevância no cotidiano das indústrias da comunicação, começando a desafiar as novas gerações de pesquisadores da área.