

Editorial

O ano de 2017 continua sendo de muitas incertezas, com o aprofundamento da crise político-econômica no Brasil. O campo científico está recentemente ameaçado pela preocupante falta de orçamento do CNPq, atingindo especialmente os bolsistas de iniciação científica, mestrado, doutorado e pós-doutorado, mas também o financiamento de projetos de pesquisa nas mais diversas áreas do saber. Não temos dúvida de que, quando o Estado defende, fortalece e mantém agências de fomento, contribui para o desenvolvimento social do país, para o avanço da ciência e da educação públicas e, por conseguinte, para a sustentação da própria democracia. Este número é, portanto, uma afirmação da necessidade da manutenção e ampliação do financiamento público de pesquisas em todas as esferas, áreas do conhecimento e regiões do país.

A primeira seção desta edição, **Prêmio Compós de Dissertações**, conta com um artigo da premiada deste ano, Fernanda Scherer, em coautoria com sua orientadora, Veneza Ronsini. “Somos seres humanos e merecemos todo respeito: consumo midiático na comunidade online Mundo T-Girl” apresenta os resultados de um estudo etnográfico sobre como mulheres transexuais e travestis compartilham perspectivas e aspirações para uma sociedade mais igualitária, menos preconceituosa, ao mesmo tempo em que desejam um maior ajuste ao que consideram feminilidade.

Em seguida, a **Seção Epistemologia** traz o texto

“Protomassificações: o início do conceito comunicacional de massificação na Grécia Antiga”. Nele, Rafael Duarte Oliveira Venancio aposta que, embora haja uma série de desdobramentos e mutações da noção de massificação ao longo da história da cultura ocidental, é possível demarcar o início de uma formulação do conceito a partir da emergência de noções como *hoi polloi* e *isegoria*, especialmente nas suas articulações com a retórica e a *parrhesia*. Para isso, o autor propõe uma espécie de genealogia do conceito, uma análise de cunho histórico-discursivo que remota à Grécia Antiga e acaba, assim, revendo e antecipando a formulação clássica de massificação posta por Alexis de Tocqueville.

Na **Seção Jornalismo**, temos três artigos. O primeiro deles é “O caso Aída Cury: playboys e transviados como representações da juventude em tempos de modernização”, de Marcelo Garson, que apresenta uma análise sobre como a delinquência juvenil de classe média se tornou um problema social crucial para a grande imprensa brasileira em fins dos anos 1950. Defende a hipótese de que o processo de modernização do país naquela época, baseado na metrópole e num certo tipo de cosmopolitismo, com práticas específicas de consumo e apelo à diversidade social, chocavam-se com o pensamento conservador vigente, tornando o novo, o moderno e o jovem, rapidamente associados à marginalidade, ao vício e à corrupção moral.

O próximo artigo da seção, “Telejornalismo ‘participativo’: pressão das audiências ou fragilidade das instituições”, de Alfredo Vizeu e Kellyanne Carvalho Alves, analisa as experiências participativas realizadas no quadro “Calendário”, que surge no NETV da Globo Nordeste em 2009 e se espalha para outras afiliadas da rede. Uma das questões abordadas no artigo é até que ponto a existência desse quadro e do

“jornalismo de serviço” implica a fragilidade das instituições, a pressão do público ou a oportunidade de negócio.

O último texto da seção, “Manipulação midiática ou a dimensão declaratória da memória?”, retoma a relação entre comunicação e história, tendo como objeto de análise o jornal *O Globo*.

Tomando a crise política do Segundo Governo Vargas, a autora Marialva Carlos Barbosa mostra como o jornalismo produz narrativas sobre os acontecimentos, em que o esquecimento assume papel estruturante.

A próxima seção, **Imagem**, conta com um artigo de Ana Paula Rosa. Em “O êxito da gula: a indestrutibilidade da imagem totem no caso Aylan Kurdi”, a autora discute o processo de circulação da imagem de Aylan Kurdi, encontrado morto em uma praia, na Turquia, em setembro de 2015. A imagem do menino refugiado sírio de três anos, cujo afogamento causou consternação ao redor do mundo, é analisada aqui a partir dos conceitos de gula de Vilém Flusser e iconofagia de Norval Baitello Jr. O efeito hipnótico e o caráter totêmico da foto seriam o resultado não apenas de suas qualidades estéticas e semióticas intrínsecas, mas de um contexto social fortemente marcado pela midiatização e pela circulação frenética de imagens em dispositivos comunicacionais online.

Na Seção **Tecnologias da Comunicação**, esta edição traz dois artigos. O primeiro deles é de Marcelo Pereira da Silva e Elizabeth Moraes Gonçalves: “Empresas e consumidores no site de rede social Reclame AQUI: coabitação, respeito e conflitualidade”. O artigo aborda os novos modos de participação do consumidor na exposição e circulação de danos e prejuízos promovidos por empresas, permitindo interação com representantes das empresas e com outros consumidores, a partir da análise do site social “Reclame AQUI”. A reflexão também aponta como estes sites de rede social, baseados

nos Direitos do Consumidor, vem alterando a própria relação do consumidor com o sistema judiciário, pela prática de exposição online dos problemas e dos sofrimentos causados pelas empresas.

O segundo texto é de Angela Pintor dos Reis, “Limites e possibilidades para a configuração do reconhecimento em redes sociotécnicas”, em que a autora trata do deslocamento conceitual do reconhecimento por conta dos processos midiáticos, especialmente no contexto das redes sociais online. Os princípios e as funcionalidades do Facebook são tomados pela autora como corpus de referência.

A **Seção Televisão** traz o artigo “A ciência na TV aberta: uma exploração da programação de emissoras de Belém-PA”, realizado pela equipe composta por Maria Ataite Malcher, Weverton Raiol, Suzana Cunha Lopes, Jane Aparecida Marques, Luisa Massarani e Vanessa Brasil de Carvalho. O artigo analisa a presença da ciência na grade de programação televisiva aberta em duas emissoras de Belém-PA, a TV Liberal e a Record Belém, retransmissoras respectivamente da Rede Globo e Rede Record, a partir da técnica de semana construída e análise de conteúdo.

Já em **Cultura**, o artigo “Abordagem crítica da cultura da inspiração: produção de narrativas e o ideário da sociedade empreendedora”, de Vander Casaqui, argumenta que a inspiração como forma discursiva, disseminada pela ideologia do empreendedorismo, tornou-se um elemento chave, na sociedade contemporânea, para promover o engajamento dos sujeitos no capitalismo de nosso tempo. Baseando-se nos trabalhos de Boltanski e Chiapello, Casaqui opera uma análise minuciosa da chamada cultura da inspiração, revelando seus pressupostos e modos de funcionamento em diversos contextos midiáticos.

Em **Resenha**, Janine Bargas discorre sobre o livro “Comunicação e Trabalho Infantil Doméstico: política, poder,

resistências” (EdUFBA, 2016), de Danila Cal, contemplado com o Prêmio Eduardo Peñuela, da Associação de Programas de Pós-Graduação em Comunicação Social (Compós), como a melhor tese de 2015.

Esperamos que todos e todas tenham uma excelente leitura!

Comissão editorial

Expediente

A revista E-Compós é a publicação científica em formato eletrônico da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Lançada em 2004, tem como principal finalidade difundir a produção acadêmica de pesquisadores da área de Comunicação, inseridos em instituições do Brasil e do exterior.

E-COMPÓS | www.e-compos.org.br | E-ISSN 1808-2599

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília, v.20, n.2, maio/ago. 2017.
A identificação das edições, a partir de 2008, passa a ser volume anual com três números.
Indexada por Latindex | www.latindex.unam.mx

CONSELHO EDITORIAL

Alda Cristina Silva da Costa, Universidade Federal do Pará, Brasil
Álvaro Larangeira, Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil
Ana Carolina D. Escosteguy, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
Ana Regina Barros Rego Leal, Universidade Federal do Piauí, Brasil
Ana Carolina Rocha Pessoa Temer, Universidade Federal de Goiás, Brasil
Andrea França, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil
André Luiz Martins Lemos, Universidade Federal da Bahia, Brasil
Angela Cristina Salgueiro Marques, Faculdade Cásper Líbero, Brasil
Ângela Freire Prysthon, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil
Antonio Carlos Hohlfeldt, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
Arthur Ituassu, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil
Bruno Campanella, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Cláudio Novaes Pinto Coelho, Faculdade Cásper Líbero, Brasil
Carlos Eduardo Franciscato, Universidade Federal de Sergipe, Brasil
Denise Tavares da Silva, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Eduardo Vicente, Universidade de São Paulo, Brasil
Eliza Bacheга Casadei, Escola Superior de Propaganda e Marketing – SP, Brasil
Elizabeth Nicolau Saad Corrêa, Universidade de São Paulo, Brasil
Erick Felinto de Oliveira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Eryl Vieira Júnior, Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil
Francisco de Assis, FIAM-FAAM Centro Universitário, Brasil
Francisco Elinaldo Teixeira, Universidade Estadual de Campinas, Brasil
Frederico de Mello Brandão Tavares, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil
Gabriela Reinaldo, Universidade Federal do Ceará, Brasil
Gilson Vieira Monteiro, Universidade Federal do Amazonas, Brasil
Gustavo Daudt Fischer, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil
Itania Maria Mota Gomes, Universidade Federal da Bahia, Brasil
Jiani Adriana Bonin, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil
José Afonso da Silva Junior, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil
José Luiz Aídar Prado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Juçara Gorski Brittes, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil
Juliana Freire Gutmann, Universidade Federal da Bahia, Brasil
Laura Loguercio Cânepa, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil
Leticia Cantarella Matheus, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Liziane Soares Guazina, Universidade de Brasília, Brasil
Luiza Mônica Assis da Silva, Universidade Católica de Brasília, Brasil
Maria Ataíde Malcher, Universidade Federal do Pará, Brasil
Maria Elisabete Antonioli, Escola Superior de Propaganda e Marketing – SP, Brasil
Maria das Graças Pinto Coelho, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil
Marcel Vieira Barreto Silva, Universidade Federal da Paraíba, Brasil
Marcia Tondato, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil
Marli Santos, Universidade Metodista de São Paulo, Brasil
Márcio Souza Gonçalves, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Maurício Mario Monteiro, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil
Maurício Ribeiro da Silva, Universidade Paulista, Brasil
Mauro de Souza Ventura, Universidade Estadual Paulista, Brasil
Mayka Castellano, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Micael Maiolino Herschmann, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil
Mozahir Salomão Bruck, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil
Nisia Martins Rosario, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
Potiguara Mendes Silveira Jr., Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil
Rafael Grohmann, FIAM-FAAM – Centro Universitário, Brasil
Raquel Ritter Longhi, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil
Regiane Regina Ribeiro, Universidade Federal do Paraná, Brasil
Roberto Elísio dos Santos, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Brasil
Rodolfo Rorato Londero, Universidade Estadual de Londrina, Brasil
Sérgio Luiz Gadini, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil
Simone Maria Andrade Pereira de Sá, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Simone Maria Rocha, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil
Suzana Reck Miranda, Universidade Federal de São Carlos, Brasil
Tarcyanie Cajueiro Santos, Universidade de Sorocaba, Brasil
Tatiana Oliveira Siciliano, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil
Veneza Mayora Ronsini, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

6/6

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.20, n.2, maio/ago. 2017.

CONSELHO CIENTÍFICO

Cristiane Freitas Gutfreind, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
Eduardo Antônio de Jesus, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil | **Eduardo Morettin**, Universidade de São Paulo, Brasil | **Irene de Araújo Machado**, Universidade de São Paulo, Brasil | **Miriam de Souza Rossini**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

COMISSÃO EDITORIAL

Eduardo Antonio de Jesus, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil | **Igor Pinto Sacramento**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil | **Kelly Cristina de Souza Prudencio**, Universidade Federal do Paraná, Brasil | **Osmar Gonçalves dos Reis Filho**, Universidade Federal do Ceará, Brasil

CONSULTORES AD HOC

Cesar Augusto Baio Santos, Universidade Federal do Ceará, Brasil | **Lilian França**, Universidade Federal de Sergipe, Brasil | **Maria Aparecida Baccega**, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil | **Márcia Benetti**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil | **Miguel Serpa Pereira**, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil | **Renato Essenfelder**, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

EQUIPE TÉCNICA

ASSISTENTE EDITORIAL **Márcio Zanetti Negrini** | REVISÃO DE TEXTOS **Melina Santos** | EDITORAÇÃO ELETRÔNICA **Roka Estúdio** | IMAGEM DE CAPA **Silas de Paula**

COMPÓS | www.compos.org.br

Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação

Presidente

Marco Roxo

Programa de Pós-Graduação em Comunicação – UFF
marcos-roxo@uol.com.br

Vice-Presidente

Isaltina Gomes

Programa de Pós-Graduação em Comunicação – UFPE
isaltina@gmail.com

Secretária-Geral

Gisela Castro

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo – ESPM
castro.gisela@gmail.com

CONTATO | revistaecompos@gmail.com