

Apresentação

Denise Cogo
Adriana Amaral

Nessa edição, a revista *Fronteiras – estudos midiáticos*, apresenta uma variedade de artigos que contempla a retomada de temáticas importantes na área da comunicação a partir de sete artigos que contemplam estudos sobre publicidade; mídia e cultura; jornalismo e as políticas públicas de comunicação.

No artigo “Uma análise da cobertura do “choque de ordem” em diários cariocas” nas capas de dois diários tradicionais do Rio de Janeiro”, Rafael Fortes e Pablo Laignier analisam a cobertura do “choque de ordem” em dois jornais impressos tradicionais do Rio de Janeiro (*Jornal do Brasil* e *O Dia*) durante os cem primeiros dias de governo do prefeito Eduardo Paes, que assumiu o cargo em janeiro de 2009. O debate político na cobertura da mídia impressa se articula com questões referentes aos modos de ser e estar na cidade.

O jornalismo também é analisado a partir de uma perspectiva educacional no trabalho de Agnes Francine de Carvalho Mariano, “Gêneros jornalísticos no ensino-aprendizagem da escrita: da entrevista ao perfil”, no qual é debatida a apropriação dos gêneros entrevista e perfil em sua conversão em gêneros escolares. Já o fazer jornalístico, seus modos de produção de espaço e sentidos são o tema do trabalho de Angela Zamin. A autora explora comparativamente as construções de mapas de fluxos da cobertura dos três jornais latino-americanos: *O Estado de S. Paulo*, brasileiro, *El Tiempo*, colombiano, e *El Comercio*, equatoriano, diante do acontecimento político *Angostura*.

A política e a questão do acesso a informações no Brasil é o tema de “Estado e burocracia: limites de aplicação da Lei de Acesso a Informações no Brasil”, no qual Danilo Rothberg, Carlo José Napolitano e Letícia Passos Resende indicam limites que a Lei de Acesso a Informações pode enfrentar à sua consolidação no contexto brasileiro. Tais dificuldades são originárias principalmente do campo da cultura político-institucional.

De um grupo de textos que tratam do jornalismo e da informação, passamos aos estudos sobre publicidade. Ana Paula Bragaglia procura renovar a discussão sobre ética as relações entre mentira e publicidade através do texto “A publicidade mente? Atualizando a discussão sobre publicidade enganosa no apelo emocional e informativo”. Outro tema recorrente nas análises sobre a publicidade é o da sedução, discussão central do artigo “Publicidade e *trompe l’oeil*: sedução e produção de sentidos” de Maria Ogécia Drigo, Luciana Coutinho Pagliarini de Souza e Mirian dos Santos. As autoras tomam como objeto de análise semiótica uma peça publicitária de sapatos da marca

Christian Louboutin e a partir dela debatem a potencialização dos aspectos referenciais e simbólicos da marca.

No último artigo dessa edição, “Vida de gaúcho campeiro: apontamentos a partir da cultura regional, mídia e desenvolvimento”, de Tiago Costa Martins, são apresentadas articulações entre mídia e cultura regional aparecem no artigo. A partir da fenomenologia e da etnometodologia, o autor trata dos o uso dos dispositivos de comunicação e da percepção identitária e de modo de vida do habitante rural do estado do Rio Grande do Sul, no Brasil.