



Editorial

Em meio à pandemia do Covid19, que surpreendeu a todos nós, a Tríade não passou incólume... Problemas de ordem operacional ocasionaram o atraso da publicação desta edição e, graças a uma equipe espetacular – sobretudo ao doutorando do PPG Comunicação e Cultura, André Luís dos Santos – a revista segue cumprindo seu compromisso de difundir o conhecimento e propiciar a reflexão pluralista sobre Comunicação.

Neste número, o leitor vai poder encontrar nos oito artigos científicos de tema livre – sendo dois deles em inglês –, além de duas resenhas críticas e uma entrevista, olhares diversificados para temáticas variadas. Ao todo, 18 autoras/autores contribuíram com esta edição.

A fim de sugerir uma organização da leitura, distribuimos os artigos da seção **Outras perspectivas** do seguinte modo: iniciamos pelos dois artigos em língua inglesa: *“Not without a head: deconstructing the myth of absence of leadership behind the demonstrations pro-impeachment in Brazil”*, de Carolina Figueiredo e *“The activism consumption in the dynamics of advertising campaigns strategic: a semiotic approaches”* de Simone Bueno Silva, Valdenise Leziér Martiniuk e Mauro Laruccia. O primeiro artigo apresenta discussões acerca do “mito da ausência de liderança” ocorrido quando das manifestações pró-*impeachment* no período de 2013 a 2016, no Brasil. O segundo artigo mostra como as marcas se valem do ativismo para causas sociais, na construção de suas imagens no cenário contemporâneo.

Os dois próximos artigos versam sobre o cinema; na sequência, outras produções midiáticas ganham foco – *Twitter*, jornal, publicidade. *“A desconstrução do western em Os Deuses e os Mortos”*, de Francisco Etruri



Parente e Leda Tenório da Motta traz interessante diálogo entre o gênero faroeste e uma obra de referência do Cinema Novo Brasileiro, *Os deuses e os Mortos* de Ruy Guerra. A seguir, em “Ídolos de uma decadência perversa: melodrama, frivolidade e o semblante da melancolia na (des)construção de ícones midiáticos”, Cláudio Rodrigues Coração e David Willian Vieira, apresentam discussão em torno da decadência ou “ontologia de uma perversidade midiática” dentro da cultura pop, por meio da análise de quatro personagens: Norma Desmond (*Crepúsculo dos Deuses*, filme de 1950), Toni Roy Show (conto de João Antônio), BoJack Horseman (personagem da série homônima de 2014) e a cantora Lana Del Rey, no videoclipe *Blue Velvet*.

Os autores Flávio Rebusini e Afonso Antonio Machado analisam em “*Twitter* e esporte de alto rendimento: controle, restrições e punições” como vem agindo os Órgãos Esportivos diante de postagens de atletas no *Twitter*.

“A racionalidade moderna e as distorções dos critérios de noticiabilidade”, de Jorge Kanehide Ijuim, apresenta reflexões sobre as influências do Pensamento Moderno sobre os Modelos jornalísticos a fim de desenvolver uma crítica à promoção de uma visão de mundo que provoca, na comunidade jornalística, leituras equivocadas na seleção e na produção de notícias.

Em “Práticas discursivas semióticas de representatividade no sistema publicitário”, as autoras Ariadni F. G. F. Loos e Juliana Petermann explicitam os efeitos de sentido construídos na campanha de acesso ao Ensino Superior, a partir de peça publicitária sobre o ProUni, do Ministério da Educação, valendo de análise semiótica discursiva.

Finalizando esta seção, Samilo Takara traz em “Esvai a caixa de pandora: percepções, emoções e sentidos” a problematização da esperança como condição positiva, tendo em vista o sentido da espera como a inércia.



Na seção **Resenhas**, Carlos Henrique Demarchi apresenta a produção discursiva audiovisual elaborada por moradores de favelas cariocas, tema central do livro de autoria de Lilian Saback. Também Adriana Alves Rodrigues apresenta resenha crítica do livro de Christine Borgman, no livro *Big Data, little data, no data: Scholarship in the networked world* (2015).

Por fim, a entrevista Estação de frequência modulada da rede alternativa de radiodifusão: Antonio Isaias Antunes Pereira fala sobre as rádios livres sorocabanas Columbia e Rádio Atividade encerra esse número da Tríade.

Agradecemos aos autores por terem escolhido a Tríade: comunicação, cultura e mídia; aos pareceristas *ad hoc* pelo trabalho cuidadoso na seleção dos textos aqui apresentados; à equipe de colaboradores que tanto contribuiu para que esta edição, com sabor de alívio e um cadinho de vitória, finalmente, chegasse até vocês, caros leitores.

Desejo-lhes boa leitura e já deixo o convite para a segunda edição de 2020 – já no “forno” – com o dossiê **Comunicação & Política**.

Luciana C. Pagliarini de Souza
Editora Chefe