

Editorial

Cinema, televisão, consumo, publicidade, moda, cultura popular, Twitter, tecnologia, Estado Novo e Paulo Freire, são os principais temas dos 14 artigos que publicamos neste número 18 da revista **Alceu**.

Abrimos a revista com um conjunto de 5 artigos cujos autores elegeram as imagens em movimento como o principal foco de suas reflexões. O ensaísta francês Robert Grélier discute em seu artigo se é possível representar a realidade e, ao fazer isso, destaca o papel do diretor como uma inevitável forma autoral de interferir no processo de documentação do real. Com ênfase na narratividade, mas dialogando com o artigo anterior, o texto de Angeluccia Habert analisa o filme *Entre muros e favelas*, uma coprodução Brasil-Alemanha lançada em 2005. O texto de Marcelo Bulhões retoma o tema da narrativa ficcional nas mídias, com destaque à atuação do narrador, procurando desfazer dúvidas e apresentando marcos teóricos importantes para o debate dessa questão. Em seguida, o artigo assinado por José Gatti, compara filmes de dois gêneros cinematográficos – o *boureka* e o caipira – produzidos respectivamente em Israel e no Brasil. São destacados os trabalhos de Topol e Mazzaropi, dois atores fundamentais na história de cada um desses gêneros. Completamos esse primeiro conjunto de textos com o artigo de Lilian Saback de Sá Moraes, que pretende identificar na produção telejornalística universitária *Açougue da alma*, algumas das ideias de Michel Foucault desenvolvidas quando este se dedicou a estudar as instituições disciplinadoras.

Os três artigos seguintes trazem reflexões acerca da relação cada dia mais estreita da mídia com a realização do consumo e suas consequências. O texto de Rosi Marques Machado trata da tendência em se promover a resignificação do consumo por parte dos profissionais envolvidos com a área cultural no Brasil. O que antes era designado por indústria cultural hoje está sendo designado por indústria criativa, economia da cultura ou, ainda, por economia criativa. O trabalho de Rejane Pozobon analisa a campanha publicitária da Coca-Cola denominada “Quem foi melhor: Maradona ou Biro-Biro?”, que retoma a questão acerca da representação midiática

das identidades argentinas no Brasil. O artigo assinado por Monique Vandresen descreve os percursos da moda no discurso da imprensa feminina brasileira entre 1970 e 2000 e debate sobre o papel da comunicação na construção dos conceitos de moda e elegância em nosso país.

A obra e a linguagem de dois artistas populares brasileiros são o objeto de reflexão dos dois artigos subsequentes. O trabalho de Giovanna Dealtry investiga a importância da caricatura na *Belle Époque* carioca a partir da análise do trabalho de Calixto Cordeiro, já o ensaio de Gilmar Rocha presta uma homenagem a Chico Buarque de Hollanda, quando faz uma reflexão sobre sua criação poético-musical por meio da moderna teoria da linguagem.

Os novos meios e a tecnologia digital são os temas dos artigos assinados por Carla Rodrigues e Ernani Ferraz. Enquanto o primeiro faz uma apresentação e análise do Twitter, com o objetivo de ampliar o debate sobre os microblogs; o segundo trata da evolução técnica da televisão brasileira na passagem do modelo analógico para o digital.

Fechamos este número com dois ensaios que nos remetem à política. Maurício Parada faz uma exposição sobre o ensino musical no Brasil na década de 1930, quando a introdução da disciplina canto orfeônico nas escolas tornou-se um meio de se incentivar e difundir os valores cívicos. Luiz Fernando Valente, por sua vez, argumenta que a teoria e a prática pedagógicas de Paulo Freire apresentam uma ideia de desenvolvimento que contesta o modelo econômico, baseado na Doutrina de Segurança Nacional, implantado após o golpe de 1964.

Boa leitura e boas ideias!

Fernando Sá