

Editorial

Com a publicação deste décimo número da Revista **Alceu** comemoramos cinco anos de publicação periódica semestral ininterrupta. Durante este período sempre tentamos publicar textos de autores, nacionais e estrangeiros, que nos instigassem o pensamento acadêmico nos campos da comunicação, da cultura e da política.

Como não poderia deixar de ser, selecionamos os artigos que estão agora reproduzidos neste número 10 com a mesma preocupação de oferecer aos nossos leitores textos que aliem qualidade acadêmica e inquietação intelectual. Assim, abrimos a revista com um artigo assinado por Silviano Santiago, que nos pergunta provocativamente: Mário de Andrade, Oswald de Andrade e Carlos Drummond de Andrade, alguns dos nossos grandes escritores modernistas, poderiam ser também considerados intérpretes do Brasil?

Em seguida, temos um conjunto de quatro artigos dedicados ao cinema. Angeluccia Habert, na mesma linha de interpretação do Brasil, escreve sobre a atualidade do filme *Chico Rei*, de Walter Lima Jr., que se vale de uma alegoria histórica para representar politicamente o negro brasileiro. O trabalho de Andréa França, que se situa no campo de reflexão das relações entre o cinema e a filosofia, pensa a cultura como mistura e recupera algumas questões do pensamento foucaultiano aplicáveis ao cinema contemporâneo. O artigo de Adriana Benedikt reflete sobre as transformações que as tecnologias audiovisuais, particularmente o cinema, introduziram no modo de percepção e recepção humana, processo que a autora chama de potencial de afetação sensorial humana. O trabalho de Felipe Muanis analisa três filmes brasileiros lançados recentemente (*Justiça, O prisioneiro da grade de ferro* e *Carandiru*), que têm em comum a questão da justiça e do sistema carcerário, mas que possuem linguagens cinematográficas diferentes.

As novas tecnologias da comunicação e a fragmentação das identidades e das linguagens são os temas dos próximos três artigos. O ensaio de Leonel Aguiar

tem por objetivo contribuir para que se possa pensar o conceito de cultura comunicacional tecnológica, considerando que essa cultura, ao quebrar nossas referências, é capaz de nos recolocar em contato com a imanência e a transcendência por meio dos processos de virtualização e informatização, que são suas constituintes. Ana Lucia S. Enne escreve sobre a obra literária de Hermann Hesse e de que forma esse escritor alemão conjuga reflexões sobre a formação do indivíduo ocidental, com a formação de uma cultura de massas no início do século XX. O texto de Marcelo Peloggio, a partir do pensamento de Walter Benjamin, procura mostrar como a historicidade pode se transformar num enunciado poderoso, capaz de romper os valores já estabelecidos da política e da sociedade.

O último conjunto de seis artigos tem como objetos de análise o jornalismo e a propaganda política. O ensaio de Fernando Resende sustenta que a comunicação social e o jornalismo, como práticas sociais, ganham outra dimensão no espaço público que se configura na contemporaneidade. A noção de espaço público contribui para que o jornalista e o jornal possam ser reconhecidos como partes do conflito de forças que se estabelece na sociedade atual. A prática do jornalismo econômico em jornais do Rio de Janeiro é o tema do texto de Patrícia Maurício. Foram estudados quatro jornais cariocas (O Dia, O Globo, Jornal do Brasil e Gazeta Mercantil), que se dirigiam a públicos-alvo diferentes, através de análise das condições de produção, entrevistas com profissionais e análise do discurso dos textos publicados por esses veículos. A vitória de Tancredo Neves no Colégio Eleitoral e a posição política adotada pelos semanários *Veja* e *IstoÉ*, durante a cobertura jornalística desse episódio recente da história política brasileira, é o tema do trabalho de Daniel de Mendonça. O que é notícia? O que vira notícia? Os critérios jornalísticos da noticiabilidade, o discurso ético dos jornalistas e o efeito das tecnologias de comunicação nas práticas jornalísticas são os temas da pesquisa de Alessandra Aldé, Gabriela Xavier, Diego Barretos e Viktor Chagas. Na seqüência, Ernani Ferraz nos apresenta um estudo qualitativo da recepção dos alunos dos três Centros Acadêmicos da PUC-Rio sobre o *Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão*. *Advertising* ou propaganda? Esta é a pergunta que Afonso Albuquerque responde em seu artigo, que trata do modelo brasileiro de campanha eleitoral na televisão.

Fechamos este número com uma resenha assinada por Sergio Mota sobre o livro *O olhar e a cena: melodrama, Hollywood, cinema novo, Nelson Rodrigues*, de autoria de Ismail Xavier.

Boa leitura e boas idéias!

Fernando Sá