

Apresentação

É com orgulho e alegria que apresentamos aos leitores mais uma edição da *Novos Olhares*. Graças ao apoio fundamental da Universidade de São Paulo, através do portal de revistas do Sistema Integrado de Bibliotecas, e à confiança e empenho de autores e pareceristas, temos conseguido manter aberto este espaço de partilha do conhecimento criado em 2007 pelo Prof. Dr. Mauro Wilton de Sousa e pelo Grupo de Estudos de Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos.

A edição atual traz onze artigos, dos quais três estão mais diretamente voltados a temáticas identitárias e à representação midiática. É o caso do texto de Ohana Boy Oliveira, Ana Lucia Enne e Flávia Lages de Castro que, partindo da análise de três filmes recentes – *A forma da água* (Guillermo del Toro, 2017), *Uma mulher fantástica* (Sebastián Lelio, 2017) e *Pantera Negra* (Ryan Coogler, 2018) –, refletem sobre a centralidade dos eixos identitários nas disputas por representação em práticas sociais da contemporaneidade. Luciana Xavier de Oliveira discute como o jornalismo cultural e a crítica musical carioca dos anos 1970 abordaram o Movimento Black Rio, apresentando uma reflexão sobre disputas em torno da defesa da tradição e autenticidade, em oposição a discursos de modernidade e cooptação, nas dinâmicas da cultura popular. Já Cláudio Rodrigues Coração e William David Vieira trabalham a possibilidade de exploração mercadológica do corpo da cantora estadunidense Lana Del Rey a partir da análise de sua apresentação em São Paulo, no Festival Planeta Terra, em 2013, considerando o esvanecimento entre Del Rey e a personagem Lolita, de Vladimir Nabokov, aura convocada pela artista em seu show.

As questões políticas e ideológicas, criadas ou reverberadas na esfera midiática, também representam um importante denominador comum dessa edição, sendo traduzidas especialmente em três artigos. Luiz Signates busca compreender os fundamentos das ideias sustentadas pelos apoiadores do intervencionismo militar no Brasil e, com esse objetivo, sintetiza os resultados de uma pesquisa qualitativa realizada no segundo semestre de 2017, em Goiânia-GO, um ano antes da eleição de Jair Bolsonaro. Andrei Maurey oferece uma análise do seriado *Homeland: segurança nacional* (Showtime, 2011), apontando usos sociais das formas simbólicas que reproduzem relações de dominação e refletindo sobre o seu potencial reprodutor e difusor de ideologias. Júlia Capovilla Luz Ramos e Elise Azambuja Souza, por sua vez, analisam criticamente a forma como os manuais de redação dos jornais brasileiros *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo*, *Zero Hora* e *Estado de Minas* abordam o acionamento de fontes jornalísticas e a ideia de pluralidade de versões como formas de garantir isenção e objetividade às narrativas jornalísticas.

Também sensível a essas questões, mas mais voltada ao campo da produção audiovisual, Michelle Sales discute a trajetória do realizador português Pedro Costa e, mais especialmente, o seu longa-metragem mais recente, *Cavalo*

Dinheiro (2014), apontando para elementos recorrentes de sua linguagem fílmica e aspectos estéticos e políticos de suas obras. Já Felipe da Silva Polydoro reflete sobre a prevalência do ímpeto documental, do apelo realista e de uma estética da urgência, associada à ubiquidade das câmeras, no regime contemporâneo das imagens. Para tanto, toma como objetos de análise alguns registros em vídeo dos atentados contra o World Trade Center, em setembro de 2001.

A edição é completada por três outros textos com temáticas variadas. Janice Caiafa analisa os fenômenos comunicacionais relacionados a questões de transporte, passando pelo advento do automóvel e da televisão em meados do século passado e pela irrupção recente das mídias digitais. Nesse percurso, a autora busca desenvolver sua análise a partir de casos concretos nos contextos norte-americano e brasileiro. Beatriz Braga Bezerra, partindo de uma ampla revisão bibliográfica, reflete sobre o valor pedagógico da publicidade enquanto esfera midiática de disseminação e construção de vínculos. Como exemplo, analisa a campanha publicitária Balões, criada pela Apple. Ivone de Lourdes Oliveira e Marcela Vouguinha, por sua vez, buscam compreender, no âmbito da comunicação organizacional, a interface entre essa área e a de administração. Para tanto, analisam artigos apresentados, entre os anos de 2008 e 2017, nos Encontros da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD).

Esperamos que essa edição e o trabalho de nossa revista possam contribuir para a continuidade da balbúrdia na academia brasileira – entendida aqui como sua capacidade de pensar criticamente, acolher a divergência, celebrar a diversidade e resistir ao obscurantismo.

Boa leitura a todos,

Eduardo Vicente