

EDITORIAL



É com satisfação que apresentamos aos leitores o Vol. 3, n.2, jul/dez de 2018 da Revista Paradoxos. Assim como nas edições anteriores, a publicação segue sua trajetória de reunir textos/discussões heterogêneas e atuais que nos permitam olhar de maneira diferenciada para as tecnologias, comunicação e educação em nosso cotidiano.

No trabalho que abre esta edição, "*É tarde demais para nos calar: o feminismo nas esferas públicas midiáticas*", Anna Victória Rocha e Adriana O. Santos analisam a presença do movimento feminista nas esferas públicas da sociedade, com foco na esfera pública abstrata formada pelos meios de comunicação, mais especificamente sob a ótica do caso *Think Olga* ao usar a hashtag *#primeiroassedio*. As autoras, a partir das análises, mostram que a internet se coloca como meio que permite ao feminismo um alcance extraordinário, obtendo o interesse dos grandes veículos de comunicação, sem, no entanto, criar um movimento feminista.

Na sequência, temos o trabalho "*Representação midiática do impeachment brasileiro em 2016: o dito e o não dito*", em que Phillipe Farias Ferreira, Maiara Sobral Silva, Kelline Oliveira Guimarães e Moisés Laurence de Freitas Lima Júnior analisam o tratamento mediático no que se refere aos motivos que levaram ao impeachment da ex-presidente brasileira Dilma Rousseff. Os autores buscaram discutir se essa representação midiática do referido impedimento foi realizada por meio de dados consolidados ou se apenas foi focada em uma abordagem mítica, baseada em mentiras, falácias, suposições e informações truncadas.

Em seguida, voltamos o olhar para discussões acerca de mídia e filosofia, em especial sobre cinema com o artigo "*Lola no palácio de Palas: a compossibilidade no cinema de Tom Tykwer*", em que Bruno Bertoni Cunha e Clarice Bertoni Cunha apresentam uma análise do filme acompanhada por uma explicação dos principais conceitos do filósofo Leibniz em "Ensaio de Teodiceia". Os autores criam um cálculo para medir as ações dos personagens e, por meio deste, justificam a tese de Leibniz, concluindo que mesmo no melhor mundo possível, há a ocorrência de males.

No mesmo caminho de se observar o papel da mídia em situações cotidianas, temos o artigo "*A relação entre Mídia e o Medo do Crime: Breves Considerações*". Nele, Thais dos Santos Souza, visando compreender a relação entre a mídia, o medo do crime e suas consequências para a segurança pública, apresenta discussões acerca da complexidade do fenômeno da relação entre a mídia e o medo do crime, tendo em vista que a mídia retrata a criminalidade, notadamente o crime violento, com pouco comprometimento com a função social.

Convencidos de que o Jornalismo desempenha papel importante nessa relação mídia e sociedade, voltamos nosso olhar para a formação em Jornalismo com o artigo "*Quem somos? O perfil educacional do formado em Jornalismo na UFMA de Imperatriz (MA)*", em que Thaísa Bueno, Marco Antônio Gehlen e Vanessa de Paula apresentam o perfil do formado em Jornalismo, levantando o que esses pensam acerca de sua formação. Os autores apresentam dados que permitem compreender informações adicionais sobre perfil dos formados com pistas para os novos rumos do curso, em Imperatriz, no Maranhão.

Seguimos com o olhar voltado para a educação, ao trazer o artigo "*Produção científica docente: estudo sobre as publicações dos cursos de Jornalismo do Tocantins*". Nessa pesquisa, Poliana Macedo de Sousa faz um mapeamento da produção científica dos docentes vinculados aos cursos de Jornalismo no Estado. A partir do levantamento, é possível identificar o quanto os docentes produziram nesse período e qual o canal de comunicação científico mais utilizado por eles para a divulgação de sua produção científica.

Fechamos a edição voltando nosso olhar para as relações entre "*Publicidade e Infância: A Influência dos Jingles dos Anos 80 e 90*". No artigo, André Luiz Vailati e Camila Bergonci Moura apresentam a percepção de pessoas nascidas nas décadas de 1970 e 1980 em relação aos jingles das décadas de 1980 e 1990. Os resultados revelam que os jingles trazem consigo mais do que uma finalidade exclusivamente persuasiva, mas também um significativo impacto emocional, perdurando de forma singular na memória dos consumidores.

Nosso desejo é que nesta edição a Paradoxos propicie para você, leitor, prazer da leitura e momentos de ricas reflexões acerca das temáticas contidas nos trabalhos selecionados.

Adriana C. Omena Santos

Vinícius Durval Dorne

Nuno Manna

Editores