Apresentação

A edição de dezembro da revista Intexto traz nove artigos, uma entrevista e um ensaio, discutindo fenômeno comunicacional através de diferentes perspectivas e mobilizando diversas áreas de saber. Este número da revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul apresenta debates e análises que, mesmo sem compor um dossiê temático, evidenciam a importância de relacionar a comunicação com o imaginário e com o ambiente conectado e globalizado.

Na entrevista desta edição, Juremir Machado (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul) discorre a respeito da sua acepção sobre o imaginário na comunicação. Em conversa com Lucas Santiago Arraes Rieno, Thaísa Cristina Bueno, Marco Antônio Gehlen e Ed Wilson (Universidade Federal do Maranhão), conhecemos algumas das apropriações que Machado faz da sociologia de Michel Maffesoli e como relaciona suas noções ao conceito de pós-modernidade.

Em outra vertente de estudo do imaginário, nesta aguardada tradução de "*A árvore de imagens*", Ana Taís Martins Portanova Barros (Universidade Federal do Rio Grande do Sul) torna disponível ao leitor brasileiro o seminal texto *A árvore de imagens* de Jean-Jacques Wunenburger (Université de Lyon III). Neste artigo, a metáfora arbórea do filósofo francês descreve o processo que conecta as constantes antropológicas às variações socioculturais dos signos. Filiado à perspectiva de Gaston Bachelard e Gilbert Durand, Wunenburger explicita a diferença entre diferentes níveis da imagem: a imageria, o imaginário e o imaginal.

No *artigo Imaginários Geopolíticos no México a partir da Grande Guerra de 1917*, o pesquisador mexicano Daniel Gutiérrez-Martínez (El Colegio Mexiquense) discute as consequências da Primeira Guerra Mundial para o processo cultural-indentitário latino-americano. As relações interculturais são pensadas no rastro das representações do personagem Pancho Villa a partir da perspectiva de "imaginários geopolíticos".

Os fluxos internacionais reiteram a importância da discussão das identidades na contemporaneidade. Marcando os sete anos da imigração haitiana no Brasil, Otávio Cezarini Ávila (Instituto Federal do Paraná) e Myrian Del Vecchio de Lima (Universidade Federal do

Paraná) percorrem um trajeto de circulação fora dos meios de comunicação hegemônicos para compreender como se dá a identificação da comunidade haitiana no território brasileiro. A discussão está no texto *Uma análise interpretativa sobre as práticas comunicacionais nas construções identitárias dos migrantes haitianos em Curitiba-PR.*

Em *Por uma teoria psicogeográfica da comunicação,* Thiago Machado Balbi (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo) e Lucrécia D'Alessio Ferrara (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Universidade de São Paulo) retomam as propostas da Internacional Situacionista para pensar a comunicação do cotidiano e sua relação com o ambiente em que se realiza. Para isso, a discussão faz uma proposta teórico-metodológica que retoma o pensamento de Milton Santos.

Percorrendo ambientes contemporâneos da comunicação, Sandra Portella Montardo e Thaís Della Tôrres da Silva (Universidade Feevale) apresentam o texto *Bazinga! Consumo e performance sobre The Big Bang Theory no Filmow*. A pesquisa realizada com usuários de uma rede social temática descreve e discute consumo da ficção seriada neste ambiente digital.

Na geografia online, os processos da comunicação publicitária também ganham características específicas. Uma matriz metodológica para o estudo da publicidade em websites é o que propõem Taís Steffenello Ghisleni e Eugenia Maria Mariano da Rocha Barrichello (Universidade Federal de Santa Maria) no artigo *Proposta de matriz para a análise da publicidade na web*. A partir de Suely Rolnik, as autoras utilizam o método cartográfico para propor critérios, roteiro e regras de circulação dos anúncios no ecossistema midiático digital.

Seguindo a discussão sobre as mudanças contemporâneas na comunicação publicitária, Maria Alice de Faria Nogueira (Universidade Federal do Rio de Janeiro) reflete sobre o papel desempenhado pela publicidade no desenvolvimento de uma cultura da mobilidade. A representação da ambiência móvel e conectada aparece em anúncios de carros e é discutida no texto *Do movimento à mobilidade: uma análise semiótica da comunicação publicitária de marcas globais de automóveis.*

Para refletir sobre as ações do jornalismo entre os acontecimentos pós-fronteiriços, o texto de Francisco Paulo Jamil Marques (Universidade Federal do Paraná) e Yohanna Lara Barros Pinheiro (Universidade Federal do Ceará) realiza uma análise de discurso dos textos de opinião de um dos maiores periódicos do país. Em *"O mundo gira sem o Mercosul": um estudo sobre os editoriais do Jornal O Estado de S. Paulo*, os pesquisadores confrontam a carta

de princípios editoriais do jornal constituindo um corpus de formações discursivas saídas de vários textos de 2013.

O ambiente jornalístico do argumento também é analisado no *artigo Impeachment de Dilma Rousseff: análise das estratégias argumentativas de Veja e CartaCapital após a votação na Câmara dos Deputados.* As estratégias argumentativas do discurso são ativadas na análise que Rejane de Oliveira Pozobon e Carolina Siqueira de David (Universidade Federal de Santa Maria) fazem de matérias sobre a votação no plenário nacional.

Fechando esta edição, a Intexto publica o ensaio *Pensar a cidadania a partir da comunicação* de Eduardo Yuji Yamamoto (Universidade Estadual do Centro-Oeste). No texto, o pesquisador reflete sobre as práticas comunicacionais no ambiente digital e suas consequências para a revisão do conceito de cidadania.

Boa leitura!

Revista Intexto

Copyright (c) 2018 Comissão Editorial Intexto. Creative Commons License. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.