



Editorial

A Revista *Cenários da Comunicação*, em seu quarto volume, tem por objetivo propiciar o debate e a reflexão sobre as diversas formas de comunicação e suas interfaces com a realidade. Em uma sociedade marcada por profundas transformações sociais, políticas e, principalmente, tecnológicas, torna-se essencial analisar os fenômenos desencadeadores de elementos no âmbito da comunicação e nas diferentes áreas de conhecimento das ciências humanas, que possibilitem aos diversos grupos sociais uma visão crítica sobre o impacto das transformações no cotidiano.

Com o objetivo de propiciar uma abordagem diversificada sobre as práticas e/ou influências dos meios de comunicação, *Cenários da Comunicação* apresenta ao leitor cinco artigos selecionados.

Para discutir os aspectos da influência do jornalismo norte-americano na produção jornalística brasileira, o texto de Alexandre Barbosa apresenta uma análise histórica do processo de “sedução” e encantamento a que foram submetido os meios de comunicação e a sociedade brasileira, nos anos de 1940. Durante a Segunda Guerra Mundial, sob a anuência do Governo Vargas, inúmeros veículos difundiram o *American way of life* e o modelo de capitalismo norte-americano para a sociedade brasileira. O autor ressalta que a forte presença de termos em inglês e a estrutura dos jornais brasileiros são os reflexos dos projetos e dos acordos políticos Brasil/EUA desenvolvidos, sobretudo, na década de 1940.

O artigo de Patrícia Kay apresenta uma análise da atuação do Jornal *Folha de S. Paulo* na irradiação da *Sociedade do*

Espetáculo, conceito elaborado pelo teórico Gui Debord. A autora analisa 13 edições do jornal, publicadas na 1ª quinzena do mês de maio de 2000, e aponta que houve nítida intenção de ocultar as verdadeiras razões, políticas e históricas, dos conflitos entre o Governo e o MST.

Propor um diálogo entre a Antropologia Interpretativa e a Pós-Moderna é o objetivo do texto de Laércio Fidelis. O autor considera a existência de uma retomada da relevância da dimensão histórica na investigação dos povos não-ocidentais. Em decorrência dessa nova etapa da pesquisa antropológica, temos a identificação dos povos não-ocidentais como agentes dos processos sociais vivenciados na pós-modernidade.

Com o objetivo de refletir sobre a gênese de *slogans* publicitários, o texto de Ricardo Fortunato nos apresenta os principais elementos dos bastidores dessa criação. Trata-se de uma importante reflexão sobre índices, considerados ocultos, manifestados desde o início do projeto até a concretização e chegada ao público-alvo.

Para concluir este quarto volume, os leitores serão agradados com o artigo “*Sherek e a nova representação dos contos de fadas*”, das autoras Daniela Sacuchi e Juliana Chacon. O artigo propõe investigar a contribuição da estrutura narrativa, presente no desenho animado, para o questionamento de paradigmas tradicionais da sociedade.

Que a leitura dos textos de *Cenários da Comunicação* possa contribuir para o entendimento e a reflexão a respeito dos diversos fenômenos que envolvem a comunicação e os novos horizontes sociais.

A comissão organizadora.

