

APRESENTAÇÃO

Estamos trazendo à comunidade científica a revista Signo nº 32/33. A exemplo da edição nº 27, esta também veicula textos da área da Comunicação. Reconhecendo o valor dos artigos aqui publicados, esperamos que eles sirvam para sistematizar e suscitar questionamentos e reflexões referentes à Comunicação Social, bem como sustentem também o debate na busca de novos entendimentos em relação à área.

Os seis textos que estruturam a Signo são resultados de pesquisas, palestras e trabalhos acadêmicos.

A professora Marli Hatje publica o resultado de duas pesquisas realizadas no Curso de Comunicação Social da Unisc. No primeiro artigo, em co-autoria, ela traz à discussão os dados referentes à pesquisa Televisão: índice de lembrança de notícias veiculadas e a credibilidade das fontes de informação. Ela analisa as relações existentes entre as notícias veiculadas pela televisão e a recepção junto aos telespectadores. No segundo texto, sob o título Indústria Cultural: estudo dos meios de comunicação de Santa Cruz do Sul, ela apresenta as conclusões sobre o mapeamento da estrutura e dos conteúdos da indústria cultural realizado em Santa Cruz, especificamente na imprensa diária, identificando as informações de caráter local, regional, nacional e internacional.

O professor Leonel Fernando Aires trabalha o papel de alguns meios de comunicação no dia-a-dia da sociedade. Para estabelecer as relações, ele utiliza exemplos “não clássicos” com o intuito de evidenciar a presença dos “media” em espaços sociais onde estes não são muitas vezes percebidos. Para complementar, diferencia a informação da comunicação, analisa a tecnologia do espetáculo e tece um breve comentário sobre as novas tecnologias e a democracia.

O artigo da professora Mariângela Toaldo analisa a hipótese de agenda-setting. Primeiro ela discute o conceito de agenda e sua importância na sociedade. Depois ela traz os tipos de influências que podem provocar o agendamento, ou seja, a influência da mídia sobre o público, do público sobre a mídia e da mídia sobre a mídia. A publicidade recebe um tratamento especial para mostrar o agendamento da mídia em relação a seu público.

A construção de um paralelo entre as concepções peirceanas de lógica e dialética e as concepções que o filósofo austríaco Karl Popper mantém destas

mesmas categorias foi a proposta do professor Fabrício Lopes da Silveira para esta revista. Para torná-la viável e indicar alguns cruzamentos entre Peirce e Popper, ele parte da doutrina dos signos do filósofo e lógico-matemático norte-americano Charles Sanders Peirce.

A professora Maria Ivete Trevisan Fossá traz sua contribuição na área da comunicação empresarial, comunicação que, segundo analisa, deve ser entendida como um processo que se viabiliza em uma realidade plural e mutante. No texto, ela também fala da necessidade de se pensar uma empresa como uma unidade complexa, a partir do pensamento de Edgar Morin.

Prof^ª Marli Hatje