

## EDITORIAL

A *Revista Linguagens* dedica-se, neste número, à Comunicação. Inaugurando o conjunto de pesquisas temos *O Estrangeiro para a Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Hollywood: os vencedores do Oscar de melhor filme em língua estrangeira (2005-2004)*, de Jéssica Frazão e Rafael José Bona. Faz-se, nesta pesquisa, a análise dos filmes vencedores da categoria de Melhor Filme em Língua Estrangeira, nos Oscar de 2005 a 2014. Entre outros resultados obtidos foi possível observar, a partir desse estudo, o entendimento que a Academia de Hollywood faz do estrangeiro no cinema. O segundo trabalho, de Claudiane Veber Dias e Sandra Depexe, investiga *O Facebook como ferramenta de comunicação interna no Hospital São Vicente de Paulo, de Cruz Alta*. As autoras propõem um estudo de caso, a partir da criação de um grupo secreto no Facebook para os colaboradores da Instituição e através da observação participante e do monitoramento do grupo, utilizando o software Nvivo para coleta dos dados. Em *Intranet do Grupo COPREL: usos e avaliações*, as autoras Marcela Prass Scheffler e Fabiana Iser realizam uma análise da comunicação organizacional, a partir de entrevistas com os colaboradores, para avaliar a utilização da ferramenta, bem como das demais ações e meios de comunicação interna. A pesquisa *A configuração da telenovela no Brasil: a superação do modelo melodramático*, de Rondinele Aparecido Ribeiro parte do pressuposto de que estudar a história da telenovela é se debruçar sobre a evolução e os dilemas sócio-históricos e político-econômicos do Brasil. Em *Um olhar sobre o marketing cultural: caso Circo da Dona Bilica*, os autores Márcio Batista de Miranda, Richard Perassi Luiz de Sousa, Fernanda Will e Carlos Augusto Monguilhott Remor investigam como podem ser percebidas as práticas de marketing do Circo e, a partir do estabelecimento desse, abordam as estratégias e ações adotadas pelo Circo da Dona Bilica em seu processo de consolidação como um espaço cultural no mercado de Florianópolis. No artigo *Água, açúcar e CO<sup>2</sup>: a mistura poética da Coca-Cola*, Luiz Cezar Santos discute a relação entre publicidade e literatura como formas intrínsecas de comunicação e arte, ao abordar as semelhanças e as diferenças entre esses fazeres, tomando por objeto de estudo a Coca-Cola. No estudo *Uma análise comparativa de diferentes edições da revista Veja: o que mudou num período de quase quatro décadas?*, Fernanda Taís Brignol Guimarães, Vinícius Oliveira de Oliveira, Cristiani Martins de Souza analisam duas edições da Revista Veja, publicadas em diferentes épocas - uma de 1974 e outra de 2012 - comparando-as. Finalizando o volume, dois estudos sobre notícia. Em *O gênero 'notícia' sob a perspectiva dialógica de Bakhtin*, Antonio

Luiz Gubert trata da análise relacional dos pressupostos teóricos encontrados em Bakhtin (2003) sobre dialogismo na linguagem, a partir da análise um exemplar do gênero discursivo “notícia”. E em *Design da notícia: impactos do jornalismo online na apresentação do texto*, Jeferson Bertolini aborda o aspecto visual dos títulos das notícias publicadas na internet com o objetivo de mostrar que determinadas características do jornalismo online, como a atualização contínua, impactam na apresentação dos títulos.

Boa Leitura!

**Maria José Ribeiro**  
Editora