

APRESENTAÇÃO

Para cada início, um fim antecede. No ano de 2021, a Revista Uninter de Comunicação (RUC) passou por uma série de atualizações para seguir com o seu propósito de divulgar a pesquisa em Comunicação no Brasil. Esta edição da revista marca um processo de mudança, encerrando a modalidade de publicação periódica. A partir de agora, a RUC passa a trabalhar com a modalidade de publicação contínua, que vem sendo adotada por periódicos no Brasil desde 2016. O propósito deste modelo é tornar o processo de comunicação das pesquisas mais ágil, acelerando a divulgação, bem como contribuindo para a disponibilização imediata para leitura, depois de aprovados.

A Revista Uninter de Comunicação mantém o processo avaliativo realizado de forma criteriosa por dois pareceristas e com autoria cega, cumprindo o seu papel de apresentar pesquisas importantes no campo da comunicação, com contribuições de instituições de diferentes instituições brasileiras. A edição de número 16 traz seis artigos e duas resenhas.

A seção de artigos abre com pesquisas voltadas para a produção jornalística. O primeiro artigo “O jornal impresso e a abordagem sobre confeitaria na década de 1880”, de Maria Thaís Firmino da Silva, faz um resgate histórico sobre a relação mídia e gastronomia, observando as edições do jornal *Gazeta do Norte: Órgão Liberal*, entre os anos de 1880 e 1889.

Em “Utilizando ferramentas digitais na detecção de fake news” os autores Thiago Fernandes Ladeira e Francisco Fernandes Ladeira mostram como as ferramentas digitais MobNex, FakeSpread e Kanban podem contribuir para o combate à desinformação e na desconstrução das *fake news*.

Na sequência, o texto “Convergência entre Whatsapp e Instagram para conscientização sobre a Covid-19: o caso da Rede Piauí sem Covid”, Orlando Maurício analisa as

consequências comunicacionais dessa interação, com um estudo sobre a *Rede Piauí Sem Covid*.

Os autores Rafael Guimarães Tavares da Silva e Sara Anjos no artigo “Tensões da série *Dark* à luz dos estudos de recepção clássica” analisam a série alemã, observando a construção de um sentido da trama, a partir das referências a elementos clássicos e judaico-cristãos.

No artigo “Representação da imagem feminina nas propagandas de cerveja”, os autores Cláudia Rosa Acevedo, Camila Akemi Kakiuthi, Giovanna Yukie Takagi e Bruno Catão analisam como diversidade feminina é representada em publicações no Facebook pelas marcas de cerveja no Brasil.

Com o propósito de compreender como os jovens consomem notícias os autores Carlos Humberto Ferreira Silva Jr, Alice Gonzalez, Desirèe Assis, Emanuele Almeida, Giulia Colombo Caporrino, Lorrana Marino apresentam o artigo “Podemos confiar? Compreensão midiática entre alunos dos cursinhos pré-vestibulares da Unesp/Bauru”.

Nesta edição a RUC traz duas resenhas. A primeira, “Da preparação à revisão: sem elas, não há publicação”, Adriana Tulio Baggio avalia o livro “Processos de revisão textual” (2020), de Eugênio Vinci Moraes, publicado pela Editora Intersaberes. A autora destaca contribuição da obra para o campo da produção textual e as dimensões do trabalho de preparação e revisão. A segunda resenha de autoria de Maura Martins é sobre a obra “Mídia, opinião pública e sociedade: desafios para uma comunicação em transformação” (2021), organizado por Guilherme Carvalho, também publicado pela Editora Intersaberes. No texto Maura avalia como o livro faz “uma reflexão abrangente sobre a função das mídias na sociedade”, seu contexto atual e tendência, em seis artigos que têm como autores Ricardo Tesseroli, Rafael Schoenherr e Marcela Ferreira, Gabriel Bozza,

Alexsandro Ribeiro, João Figueira e, também, Guilherme Carvalho.

Com esta seleção de textos esperamos trazer boas contribuições para os pesquisadores da área, encerrando um ciclo de trabalho da nossa publicação. A partir de agora a RUC entra em uma nova fase, mantendo o compromisso com a reflexão sobre a pesquisa em Comunicação. Boa leitura!