

## **Da obra de arte às tecnologias: reflexão sobre o consumo dos conteúdos**

**Estética** nº 14 traz duas frentes de estudos nesta edição. Em uma ponta entrelaça estudos que abordam as novas narrativas, seus desafios e as experiências dos usuários frente às tecnologias atuais. E na outra debruça-se sobre os estudos literários, a obra de arte e a estética dos objetos. Dividida em duas partes, a edição “Estética e Novas Narrativas” convida o leitor a mergulhar em estudos de caso, análises profundas e estudos de recepção. Traz avanços de pesquisa e problematiza os objetos de estudos buscando novos olhares.

N o **Dossiê Temático** abrimos a revista com o texto de Carina Gonzalez y Sousa, “*O Entrelaçamento nos caminhos de cognição da obra de arte*”. A autora pensa a obra de arte, sua natureza, criação e analisa detalhes que humanizam os objetos estudados.

Na sequência, “*A relação dialética entre a estética do real e da arte em “A Tempestade” de Shakespeare e sua adaptação para o cinema “A Última Tempestade” de Peter Greenway*”, de André Fonseca Besen, entre a natureza e a arte discute a literatura e o cinema. “O objeto a ser estudado é a estratégia de dicotomia entre a estética da arte e da realidade na obra “A Tempestade” de William Shakespeare”.

O terceiro artigo, de Eli Borges Júnior, “*Os Gritos de Munch: fruição e imagem entre a palavra e o óleo sobre tela*”, aborda a experiência de fruição de alguns textos do pintor norueguês Edvard Munch. O estudo de “O Grito” é uma tentativa de interpretação e não, necessariamente, a correlação com suas obras pictóricas.

“*Publicidade como gênero literário: a criação publicitária além dos conteúdos comerciais*”, de Victor Aquino Gomes Corrêa, faz uma ponte entre a redação publicitária e o texto literário,

aborda o contexto a partir do que define como uma nova pedagogia da publicidade, por novos profissionais e por diferentes conteúdos.

Em **Ensaio**s os pesquisadores apresentam textos sobre consumo midiático, comunicação, cinema, dispositivos móveis e usabilidade. Começamos com o texto de Livia Silva de Souza e Eneus Trindade, “*Consumo alimentar e consumo midiático: vestígios da hashtag #churrasco*”. A partir da coleta de dados nas redes sociais Instagram, Twitter e Facebook, os autores analisam postagens contendo a #churrasco. O tema é discutido considerando a existência de novos ritos de consumo proporcionada pelas redes.

O segundo texto do Dossiê “*A influência russa na formação dos estudos de comunicação*”, de Guilherme W. Rodolfo, nos leva a refletir sobre as mudanças sociais e culturais do século XIX no campo da literatura. O que antes era destinado às mentes nobres, segundo o autor, passou a ser algo coletivo e possível à outra parcela da população.

No próximo artigo, Francisco Tupy Gomes Correa, com o texto “*A evolução de Batman: imaginário, reflexão e interação*”, analisa a aparência do herói e como alguns elementos estéticos proporcionaram mudanças, especialmente, nos roteiros, no visual e na dinâmica da interação com o objeto.

Ainda com relação às mudanças com relação às tecnologias e à interação com os conteúdos, o artigo “*A tecnologia touch: dispositivos móveis, publicidade e os idosos*”, de Anderson Silva Santana, Patricia Bieging, traz uma pesquisa exploratória que visa entender a relação dos idosos com os smartphones e seus recursos, problematizando uma nova forma de consumo atrelando tecnologia e qualidade de vida.

**Estética** fecha sua edição com o artigo “*O Usuário, o Teste de Usabilidade e o Estudo da Ergonomia no Curso de Design Digital*”, de Ricardo Alexandre Bontempo e Marly Menezes. O estudo apresenta dados referente ao teste de usabilidade realizado na disciplina de

Ergonomia do curso de Design Digital de uma universidade da cidade de São Paulo. O objetivo da disciplina é de aprofundar em reflexões sobre as qualidades ergonômicas das Interfaces Humano-Computador.

Esta edição abre margem para que estudos dos mais variados campos possam divulgar seus resultados e, principalmente, trazer à tona caminhos possíveis para a mudança de olhar em relação aos objetos de estudo. Não se trata somente de engavetar análises, mas compartilhá-las de forma a dar asas à estudos pertinentes e que fazem avançar o campo da comunicação em nosso país.

Convidamos nossos leitores a mergulhar nas palavras e nos estudos realizados.

Boa leitura!

*Prof. Dr. Victor Aquino*  
*Profa. Dra. Patricia Bieging*