

Prefácio

A abrir o presente número, recuperamos um ensaio da autoria de Carlos Amaral Dias, intitulado “Psicanálise e Música: Musicalidade da Psicanálise”, originalmente publicado em 1987 na revista *Música em Si*. A reedição deste artigo foi equacionada como parte integrante da Jornada de Homenagem a Carlos Amaral Dias, intitulada “A Estranheza da Verdade nas Veredas do Inconsciente”, que teve lugar a 3 de dezembro de 2022, dia em que se assinalaram os três anos do falecimento desta personalidade ímpar e multifacetada. O presente ensaio ilustra a curiosidade intelectual e a pulsão criativa do psicanalista, pelo modo sóbrio, elegante e conciso como articula a leitura psicanalítica dos fenómenos musicais. Trazer novamente a lume este texto cumpre assim o duplo objetivo de homenagear o seu autor e de tornar acessível a um público mais vasto um dos raros estudos de psicanálise aplicada que se debruça sobre a arte musical.

No primeiro texto da seção de artigos, Francisco Fontes faz uma reflexão sobre os media e o jornalismo em Portugal, procurando estabelecer tendências e paralelismos com o conceito de pós-democracia de Colin Crouch. Após realizar uma abordagem histórica do jornalismo em Portugal, Francisco Fontes realça a permeabilidade dos jornalistas, face ao poder das corporações e dos lóbis económicos. Os jornalistas “são cada vez mais uma espécie de tarefeiros produtores de conteúdos orientados para a rendibilidade no mercado” (p. 35), o que tem conduzido à degradação da qualidade da informação jornalística, perante a falta de ação do Estado. Se, tal como o autor defende, o jornalismo deve ser uma força impulsionadora da luta pelas liberdades e pela afirmação dos direitos de cidadania, então a Entidade Reguladora para a Comunicação Social deve assumir a sua função regulatória e reivindicar novas competências que lhe permitam responder adequadamente às transformações do sistema mediático.

Julia Fernandes Marques e Ana Catarina Pereira refletem sobre um roteiro cinematográfico intitulado *Desde Aquele Dia em que Deixei de Ser Tua*, apresentado como pré-requisito de um projeto de tese de doutoramento, combinando assim a investigação científica com a criação artística. As autoras têm como referência não só o trabalho de algumas cineastas que contrariaram a narrativa cinematográfica hegemónica “que ditou que os homens se posicionassem essencialmente atrás, dirigindo o

olhar, e a mulher à frente da câmara, sendo objeto desse mesmo olhar” (p. 41), como também alguma literatura científica que fundamentou as escolhas do projeto fílmico. O projeto de investigação é motivado pela contestação das formas socialmente aceites das representações da mulher no cinema, pelo questionamento do domínio do patriarcado sobre a vida da mulher e pela defesa de um processo de transformação que liberte a mulher do seu papel socialmente imposto.

No artigo seguinte, Andrea Dettano e Aldana Boragnio refletem sobre o papel do consumo no mundo digital e móvel, em particular nos sectores da beleza e dos alimentos, justamente aqueles que apresentam um maior potencial de crescimento. As autoras têm como objetivo descrever as emoções que surgem na rede social Instagram sobre o cuidado facial, partindo de uma conta sobre uma linha de produtos cosméticos com vista à comercialização on-line. Depois de uma análise sobre as redes sociais, em particular do Instagram, e da evolução do consumo eletrónico, as autoras descrevem as emoções presentes nos *posts* da conta que classificam em três tipos, designadamente, resenhas, textos informativos e didáticos/pedagógicos. Os três tipos de *posts* incidem sobre variados aspetos dos produtos, como, por exemplo, a forma de produção, a existência ou não de testagens em animais, o respeito pelo meio ambiente, a origem geográfica e a sua acessibilidade económica, sendo este o aspeto mais valorizado.

Umar Olansile Ajetunmobi e Muhyideen Imam analisam as estratégias comunicativas e retóricas em sete *memes* políticos antes do partido do governo da Nigéria realizar as suas eleições presidenciais primárias, tendo em vista as eleições presidenciais de 2023 no país. Os autores estudam a forma como os *memes* comercializaram e desmercantilizaram as candidaturas do vice-presidente da Nigéria, Professor Yemi Osinbajo (*Star boy* - o menino estrela) e do ex-governador do estado de Lagos, Asiwaju Bola Ahmed Tinubu (*City boy* - o menino da cidade). Os pressupostos teóricos assentam na ideia de que os *memes* políticos não criam apenas humor, mas também realizam propósitos comunicativos e cognitivos de enquadramento dos atores políticos. Os autores finalizam o seu artigo, recomendando que, “para se estabelecer uma melhor atmosfera democrática na Nigéria, os atores políticos devem enfatizar a educação cívica correta (...) e enfatizar questões de campanha pertinentes, em vez de irrelevâncias” (p. 102).

O volume encerra com um artigo de Pedro Rodrigues Costa, Edson Capoano e Alice Balbé sobre as alterações climáticas e respetivos argumentos morais no Twitter. Considerando que as atitudes ambientais estão diretamente relacionadas com os fun-

damentos morais das pessoas, os autores procuram perceber como é que em Portugal e no Brasil se discutem as alterações climáticas. O estudo combina uma metodologia quantitativa, fundamentada na recolha de tweets entre outubro de 2021 e abril de 2022, através da utilização de determinadas palavras-chave, com uma metodologia qualitativa baseada na Teoria dos Fundamentos Morais que visa expressar as dinâmicas sociopsicológicas em cinco domínios independentes. As conclusões do seu estudo apontam para uma diferença nos fundamentos morais nos tweets provenientes de Portugal - que denotam uma visão eurocêntrica do tema - com os originários do Brasil, mais comprometidos com a ação política nacional.

Vasco Almeida
Henrique Vicente
Maria João Barata