

revista Eptic

v. 27, n. 03, set.-dez., 2025
ISSN: 1518-2487

Apresentação da revista

Helena Martins, pela equipe editorial.



Creative Commons



Atribuição



Não comercial



Compartilha igual

<https://br.creativecommons.net/licencas/>

É com grande entusiasmo que anunciamos a publicação da nova edição da Revista Eptic, trazendo um dossiê especial que marca um momento de renovada reflexão crítica no campo da Comunicação: *Perspectivas críticas de abordagem da Publicidade – A Embalagem do Sistema 40 anos depois*.

Este dossiê retoma o legado de *A Embalagem do Sistema*, de Maria Arminda do Nascimento Arruda, obra pioneira na sociologia da publicidade brasileira, e propõe revisitar e expandir suas proposições a partir dos desafios contemporâneos. Publicado há exatos quarenta anos, o livro de Arruda ofereceu uma chave analítica de extração crítica que, ao reconhecer a publicidade como elo entre o capitalismo monopolista e a Indústria Cultural, abriu as portas para um estudo mais amplo deste fenômeno no Brasil. Nesse mesmo período, a publicidade brasileira se consolidou enquanto campo relativamente autônomo de atividade, ao passo que o conhecimento científico sobre ela adquiriu envergadura, espaços de discussão e legitimidade epistemológica, configurando um lugar próprio de problematizações sobre os processos de produção, circulação, recepção e consumos, em chave macro e microestrutural.

A própria Economia Política da Comunicação deve a essa obra um impulso fundamental, como é evidente no diálogo proposto em *Mercado Brasileiro de Televisão*, de César Bolaño (1988). Em ambos os casos, a perspectiva crítica adotada tem origem, sobretudo, numa observação detida do próprio objeto em sua configuração nacional, em diálogo direto com os autores que anteriormente produziram argumentos sobre a questão. Observando, por exemplo, o trabalho de Maria da Conceição Tavares, Arruda e Bolaño destacam as condições salariais da classe trabalhadora brasileira, a fim de analisar as particularidades da publicidade e da Indústria Cultural no contexto nacional. Deste modo, é possível identificar que a dialética como método de análise e exposição surge não de uma aplicação exterior, mas de uma avaliação da configuração nacional de seu objeto, o que continua valendo como premissa de abordagem.

Retomar esse viés totalizante e, ao mesmo tempo, atento à configuração histórica particular foi um dos objetivos do dossiê ora publicado. Sob a organização das professoras e publicitárias Glícia Maria Pontes Bezerra (UFC) e Laura Wotrich (UFSM/UFRGS), a edição convidou pesquisadores e pesquisadoras a contribuírem com olhares críticos e atualizados sobre o fenômeno publicitário, considerando transformações recentes do capitalismo, as dinâmicas de plataformação, os efeitos da inteligência artificial, as tensões socioculturais e as múltiplas dimensões da experiência social (gênero, raça, classe, geração, geolocalização etc.). O expressivo volume de textos recebidos evidencia, por um lado, a carência de espaços de discussão crítica sobre a publicidade e, por outro, a importância de uma área e prática social que segue sendo central na arquitetura do sistema. Longe de superadas, a publicidade e a propaganda seguem pautando o modelo de negócios e os objetivos da Indústria Cultural, agora em sua etapa plataformação.

Dada a diversidade e a qualidade dos trabalhos, a equipe editorial e a organização do dossiê optaram pela publicação de 14 textos, entre aqueles recebidos e avaliados por pares e outros escritos a convite. Oferecemos, assim, um material que perpassa aspectos teóricos mais gerais, práticas profissionais e estudos de casos específicos. Acreditamos que o dossiê representa uma oportunidade singular para revisitar conceitos clássicos, problematizar transformações recentes e abrir espaço para novas investigações, contribuindo para a vitalidade e relevância dos estudos em Sociologia da Comunicação e em Economia Política da Comunicação no Brasil e na América Latina.

Convidamos leitoras e leitores a explorarem esta edição e a se engajarem com as reflexões propostas, passo essencial para compreender os desafios do presente e preparar o terreno para os debates e ações de amanhã.

Boa leitura!