
A revista Comunicação Midiática apresenta mais uma edição em 2014, destacando a pluralidade de perspectivas e abordagens sobre o campo da comunicação.

A sessão Cultura e Mídia é aberta por Fabio Elias Verdiani Tfouni. Em Fetichismo da Mercadoria em Slogans e Propagandas, os autores defendem o fetichismo como elemento para pensar o processo de convencimento na publicidade.

A contribuição da filosofia de Luiz Beltrão para a prática noticiosa e a relação de complementariedade entre o critério de natureza de Meneghetti e o sentido de bem comum beltraniano são temas de reflexão teórica apresentada por Vicente Medeiros em O pensamento beltraniano como propedêutico à ética jornalística.

A sessão Linguagens Midiáticas destaca em Jogada complexa sobre o Mundial de 2014: o agendamento do popular em Ruy de Todas as Copas, de autoria de Beatriz Dornelles e Marcel Martins, a reflexão sobre as práticas discursivas no jornalismo, a partir de análise de coluna publicada em jornal impresso com tema futebol e sexo.

A storytelling como elemento estético no jornalismo capaz de aprimorar a prática da redação jornalística é apresentada em Era uma vez a notícia: storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos, de autoria de Karenine Miracelly Rocha da Cunha e Paulo Francisco Mantello.

Em A Prescrição do Corpo Televisivo: Interdição, Autoria, Repetição e Transparência, Nísia Martins do Rosário e Alex Damasceno apresentam o que chamam de estratégias de prescrição produtores de sentido sobre o corpo na televisão, entendida sob o olhar de Foucault, como dispositivo de enunciação e visibilidade.

Na sessão Políticas de Comunicação, as políticas públicas para o cinema no Brasil e as possibilidades e limites de acesso aos filmes nacionais são destacados, a partir de uma perspectiva histórica e crítica, no artigo Políticas Culturais de Acesso ao Cinema Brasileiro: trajetórias e desafios, de autoria de Milena Times de Carvalho e Elen Gerales.

Os desafios e cenários da implantação da televisão digital em emissoras do Vale do Paraíba, em São Paulo, são apresentados em estudo realizado por Monica Franchi Carniello e Jackie Cardoso Sodero Toledo em TV Digital Regional – a transição de modelos tecnológicos e seus aspectos regulatórios e de inovação.

Em A visibilidade de temas de interesse público, Maria Ivete Trevisan Fossá e Patrícia Milano Pérsigo apresentam estudo de caso de estratégia de comunicação

institucional de uma empresa jornalística para analisar como o campo midiático atua na medição de discursos sociais e na formação da opinião pública.

A sessão de resenhas conta com a colaboração de Nádía Rubio Pirillo e Marcel Antonio Verrumo, que discutem o segundo volume de A Era Glacial do Jornalismo, organizado por Christa Berger e Beatriz Marocco, de Thaísa Cristina Bueno Correio, que analisa A conversação em rede, de Raquel Recuero.

Boa leitura!

Antonio SARDINHA

Editor de Linguagens Midiáticas e Políticas de Comunicação