

Apresentação

Nesta edição que abre o volume 7 da **Revista Comunicação Midiática**, referente ao ano de 2012, publicamos dez artigos e três resenhas. Também contamos com uma entrevista com Martín Becerra, docente e pesquisador na Universidad Nacional de Quilmes, na Argentina, a respeito dos principais aspectos do debate sobre políticas de comunicação sob a ótica das políticas públicas e das investigações acadêmicas na área, com destaque para a realidade latino-americana.

A seção **Cultura e Mídia** é aberta com *Interações midiáticas: desafios e perspectivas para a construção de um capital teórico*, de Maria Ângela Mattos e Ricardo Costa Villaça, ambos da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Os autores propõem uma problematização das perspectivas teórico-conceituais sobre a interação midiática, compreendendo o conceito como algo ainda em construção dentro do campo comunicacional, especialmente por conta da forma dispersa como é abordada por pesquisadores da área. O trabalho seguinte é *A gauchidade midiática no RS: apontamentos sobre a cultura regional na mídia*, de Flavi Ferreira Lisboa Filho, da Universidade Federal de Santa Maria, que analisa a tematização midiática da representação da cultura e valores particulares ao Rio Grande do Sul, além de traçar um panorama sobre o surgimento da televisão no estado e a influência dos programadores locais sobre a grade. A seguir, Filomena Antunes Sobral, do Instituto Politécnico de Viseu, analisa a mais recente adaptação televisual de *O Crime do Padre Amaro*, de Eça de Queirós, pela Sociedade Independente de Comunicação, discutindo como a minissérie reproduz imagetivamente a cidade de Lisboa e, ao mesmo tempo, como retrata a sociedade e a identidade portuguesa em *Configuração televisual da metrópole: Lisboa em O Crime do Padre Amaro do século XXI*. O último texto da seção, de Sebastião Carlos Squirra e Aline Farias Martins Oliveira, da Universidade Metodista de São Paulo, *Tecnologias audiovisuais: displays, pixels e convergências digitais*, discute as tendências recentes de usos e aplicações do televisor; em especial, aspectos como mobilidade, conectividade e convergência de meios, apontando inclusive para a necessidade de revisar a forma de nomear o aparelho, considerando já anacrônico o termo “televisão”.

O primeiro dos artigos da seção **Linguagens Midiáticas**, *A especialização jornalística como teoria e objeto: contornos e limites*, de Frederico de Mello Brandão Tavares, da Universidade Tuiuti do Paraná, aponta para a formatação e disciplinarização do jornalismo especializado, propondo uma breve reflexão sobre a relação da especialização jornalística com as noções de conhecimento e singularidade. A seguir, Roberto Elísio dos Santos, Victor Wanderley Corrêa e Marcel Luiz Tomé, da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, discutem as webcomics em *As histórias em quadrinhos na tela do computador*, a partir da análise semiótica de três produções brasileiras do gênero, e constatando que tais narrativas ainda utilizam poucos recursos da mídia digital, reproduzindo muitas vezes as convenções da mídia impressa. Por fim, *Eduardo Coutinho entre o jogo e a cena*, de Alexandre Rocha da Silva e Felipe Xavier Diniz, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, propõe encontrar analogias entre o conceito de jogo e o modo de pensar e fazer cinema de Eduardo Coutinho.

Estratégias comunicacionais e mediações produzidas por jovens do hip-hop, de Rosana Martins, da Universidade Nova de Lisboa, abre a seção de **Políticas de Comunicação** com a discussão das ações culturais juvenis periféricas do hip-hop como possíveis mediações para novas práticas políticas na contemporaneidade, ao denunciarem e buscarem soluções para fatores como a violência urbana, violência policial, discriminação racial, desigualdade na distribuição de renda e falência da rede educacional, entre outros tópicos do cotidiano das comunidades onde são desenvolvidas. O artigo seguinte, de Gisela Grangeiro da Silva Castro, da Escola Superior de Propaganda e Marketing, e Chirles Virginia Antas de Oliveira, da Universidade Nove de Julho, intitula-se *O discurso da responsabilidade social nas empresas contemporâneas: valorização da humanização das marcas nas campanhas publicitárias* e se propõe a refletir a nova retórica do grande capital à luz dos estudos do consumo, da mídia e da comunicação, ao descrever e analisar a humanização das marcas em um conjunto de propagandas de instituições financeiras que adotam o discurso da sustentabilidade e responsabilidade social corporativa. Na sequência, Tiago Mainieri e Elisa Costa Ferreira Rosa, da Universidade Federal de Goiás, discutem as formas de uma sociedade democrática e consciente possuir os seus fundamentos numa cidadania bem instituída por meio da comunicação pública, em *Comunicação pública, cidadania e democracia: algumas reflexões*.

Por fim, este número da revista apresenta três apreciações na seção **Resenhas**. A primeira, de Juliano Maurício de Carvalho, da Universidade Estadual Paulista, discute o livro *Estructuras de la comunicación y de la cultura: políticas para la era digital*, do espanhol Ramón Zallo, com foco numa reinterpretação da economia política da comunicação para o cenário atual de globalização e desterritorialização, de exclusão e digitalização. A seguir, Djaine Damiani, do Centro Universitário de Araraquara, apresenta *Avatar – o futuro do cinema e a ecologia das imagens digitais*, de Ivana Bentes e Erick Felinto, obra que parte do filme de James Cameron para analisar não apenas cenários de desenvolvimentos futuros do cinema, no plano técnico, mas as relações de sentido estabelecidas pela obra frente a inquietações contemporâneas e as estratégias de estímulo ao consumo de produtos derivados da película. A última resenha, de Gláucia da Silva Mendes, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, trata da coletânea *Ley 26.522: hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual*, organizada por Mariana Baranchuk e Javier Usé, a qual se centra em torno da Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual da Argentina, também conhecida como Lei de Meios, que apresentaria um marco na legislação latino-americana do setor ao pautar-se pela liberdade e defesa do direito à comunicação.

Boa leitura!