

Discursos midiáticos e *ethos* comunicacional

Esta edição da **Revista Comunicação Midiática** marca o início de uma nova fase da publicação. Vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP), a revista circulou durante três anos, entre dezembro de 2004 a agosto de 2007. Nesse período, foram publicadas sete edições no formato impresso e, a partir de agora, a revista passa a circular exclusivamente no suporte digital.

Esta nova edição (v.5, n.1) da **Revista Comunicação Midiática** estabelece uma linha de continuidade com a fase anterior, ao mesmo tempo em que busca olhar para o futuro. Tal concepção, projetada sob a coordenação do Prof. Dr. Luciano Guimarães, reflete-se na mudança de periodicidade, que passou de semestral a quadrimestral, e na decisão editorial de optar pela circulação no suporte digital. Para isso, adotamos o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (OJS 2.2.4.0), software de código aberto projetado especificamente para o gerenciamento e publicação de revistas em ambiente digital, desenvolvido e distribuído gratuitamente pelo Public Knowledge Project, sob a licença GNU General Public License.

Esta alteração de formato corresponde a uma tendência atual das publicações científicas: inspiradas no conceito de código aberto e no acesso gratuito ao conteúdo, contribuem assim para uma ampliação do público leitor e, com isso, estimulam a disseminação e o debate de ideias em torno dos diversos aspectos que envolvem os estudos de Comunicação na contemporaneidade.

Como o leitor poderá perceber, a revista está estruturada em três seções distintas: **Cultura e Mídia**, **Linguagens Midiáticas** e **Políticas de Comunicação**. Há também uma seção destinada a resenhas e está previsto um espaço para a publicação de entrevistas com pesquisadores da área de Comunicação.

A seção **Cultura e Mídia** abre esta edição com dois estudos sobre jornalismo. Partindo do pressuposto de que o leitor de hoje não é mais somente um receptor de mensagens, mas atua como co-produtor da notícia, Márcia Gomes e Ivanise Andrade analisam os comentários às notícias sobre exploração sexual de crianças e adolescentes veiculadas no site *Campo Grande News*, de Mato Grosso do Sul. E Carlos Alberto Zanotti examina os limites do jornalismo colaborativo a partir de levantamento

realizado no jornal *Correio Popular* e no portal *Cosmo online*, ambos de Campinas. Completa a seção uma análise da questão da alteridade em anúncios publicitários veiculados no jornal argentino *Olé*, de autoria de Maria Odécia Drigo.

O *ethos* enquanto procedimento metodológico para o estudo da Comunicação está contemplado nos dois artigos da seção **Linguagens Midiáticas**. Maria Ivete Fossá e Daiane Ribeiro abordam as estratégias de produção de sentido resultantes do uso de representações icônicas e indiciais a partir da análise de reportagens veiculadas no jornal *Diário de Santa Maria*, do Rio Grande do Sul. Já o artigo de Carlos Domínguez e Adriana Alvarez desenvolve uma abordagem analítica que busca integrar teoria da informação e semiótica para estudar os sinais que caracterizam o *ethos* do apresentador de telejornalismo.

A seção **Políticas de Comunicação** traz ao leitor três artigos: o primeiro deles é um estudo de autoria de três professores de Jornalismo da Universidad Carlos III, de Madrid - José Maria Sanmarti-Roset, Guadalupe Aguado-Guadalupe e Raul Magallon-Rosa. Trata-se de um trabalho que contextualiza o ambiente histórico-político que permitiu o estabelecimento das leis de imprensa no decorrer dos séculos XIX e XX nos Países Nórdicos, e que contribuiu para a fixação de um paradigma de atuação da imprensa distinto dos modelos europeus. No segundo artigo da seção, Francisco Belda propõe um modelo estrutural de conteúdos educativos para a televisão digital interativa. Por fim, Thalles de Andrade, Fabricio Mazocco, Cidoval de Sousa e Maria Cristina Ferraz estudam a patente enquanto fonte de informação para a mídia e suas implicações político-institucionais, a partir da análise dos jornais *Gazeta Mercantil* e *Valor Econômico*.

Completam esta edição da revista duas resenhas: Cláudio Rodrigues Coração escreve sobre *Margens da Comunicação: discurso e mídias*, o mais recente livro de Rosana de Lima Soares, professora e pesquisadora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo; e Liliane de Lucena Ito tece considerações sobre a importância de *Cultura da Convergência*, obra de Henry Jenkins.

Esperamos que as reformulações editoriais e de suporte empreendidas na **Revista Comunicação Midiática** possam contribuir ainda mais para o debate de ideias e para a disseminação do conhecimento midiático. Estamos abertos a sugestões, críticas e contribuições. Boa leitura a todos.