



Revista Comunicação Midiática

ISSN: 2236-8000

v. 14, n. 1, p. 6-7, jan./jun. 2019

Apresentação

Num cenário de desafios e dificuldades à pesquisa científica, em especial às Ciências Humanas, no Brasil e no mundo, a *Revista Comunicação Midiática* traz aos leitores mais uma edição. No ano de 2019, este periódico se reorganiza e começa a divulgar os artigos e resenhas escolhidas semestralmente, deixando de publicar três edições anuais e passando a publicar duas edições anuais. Os textos aqui reunidos, mais uma vez, refletem a pluralidade de pensamento, métodos e temas de pesquisas no campo da Comunicação.

O artigo “Fomento à indústria audiovisual no Brasil: a visão das produtoras independentes”, de autoria de Othon Jambeiro, Fábio Ferreira e Katia Moraes, reflete sobre a visão das produtoras independentes de audiovisual brasileiras em relação às ações de fomento induzidas pela Agência Nacional do Cinema (Ancine). Com uma mostra quantitativa significativa, este artigo consegue demonstrar a heterogeneidade das relações entre os segmentos de produtoras e os órgãos de financiamento, apresentando, segundo eles informam, tantos pontos positivos como negativos do fomento público ao audiovisual.

Em “Matrizes culturais em diálogo na TV regional: o rural e o urbano na conformação visual da mineiridade”, os autores Simone Maria Rocha e Marcos Meigre e Silva analisam a televisão aberta regional no modo como o conceito de mineiridade é tratado. Para isso, utilizam como corpus de análise uma reportagem apresentada pelo programa “Terra de Minas”, da TV Globo Minas.

Os autores Roseane Andrelo e Vitor Pachioni Brumatti, no artigo “Os youtubers e a legislação da publicidade infantil: a abrangência da lei e as práticas observadas em canais destinados ao público infantil”, analisam “se a legislação atual a respeito da publicidade infantil consegue abranger as ações e/ou inserções publicitárias no Youtube”. Metodologicamente, o artigo utiliza pesquisa bibliográfica para suas reflexões teóricas e uma pesquisa empírica com a seleção de três canais do Youtube e sua respectiva análise.

Em “A televisão na era do transbordamento das mídias”, Fernanda Sagrilo Andres e Gabriel Souza discutem o papel do que chamam de mídia televisual no atual “contexto de

expansão e transbordamento das mídias”. Nesse horizonte, três passos metodológicos são utilizados pelos autores: primeiro, eles recuperam as informações sobre a implantação e o desenvolvimento dessa mídia; em seguida, discutem sobre a sua estrutura e o modo de funcionamento; por fim, refletem sobre os “movimentos estratégicos que garantem a manutenção e sobrevivência dessa mídia”.

Fecha-se a seção de artigos com o texto “Os (des)caminhos da pesquisa em comunicação na Amazônia”, de autoria de Cynthia Mara Miranda, Vilso Junior Santi e Lucas Fonseca Milhomens. Trata-se de um artigo em que os autores refletem sobre os principais desafios da comunidade científica em torno da pesquisa em comunicação na Amazônia. Além de uma revisão bibliográfica e uma fundamentação teórica sobre o campo científico em questão, os autores também discutiram as formas de institucionalização dos estudos e pesquisadores da região e apontaram os desafios que a pesquisa em comunicação na Amazônia enfrentam.

Nessa edição, as autoras Luciane de Fatima Giroto e Aline Cristina Camargo ainda publicam a resenha intitulada “Em tempos de internet, a mídia desde Gutenberg: perspectiva social”, cujo propósito é discutir a relevante obra *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet* (2016), de Asa Briggs e Peter Burke.

Mais uma vez, agradecemos o trabalho de todas as pessoas envolvidas: revisores, equipe editorial e pareceristas. Uma ótima leitura a todos nós!

Editores