

Editorial

A discussão sobre o fenômeno da midiatização atravessa os diversos campos da comunicação social, e é o ponto de partida deste número 35 da *Alceu*. Os primeiros três artigos apresentam pesquisas acadêmicas baseadas em temas da atualidade que surgem a partir das inquietações de uma sociedade midiatizada.

A disseminação do boato em redes sociais como consequência da midiatização é o objeto de estudo de José Antonio Martinuzzo e Marcela Tessarolo Bastos. Resultado de uma coleta etnográfica e qualitativa, os autores observaram diariamente, durante oito meses, um grupo fechado de Facebook, categorizaram os boatos divulgados e registraram como os erros oriundos da difusão de informação não confirmada eram corrigidos pelo administrador da página.

Das redes sociais para uma discussão de consumo e televisão, a midiatização é também enfocada por Daniele Fortuna e Vanda Viana Gomes. O artigo analisa a difusão da cultura do consumo e de fragmentação da identidade, a partir da mediação da televisão, especialmente do programa Esquadrão da Moda, do SBT.

Que caminho tomar diante do protagonismo do público e do predomínio da informação que circula nas redes sociais? Como a midiatização afeta a enunciação jornalística? Estas são as questões que motivaram Viviane Borelli a entrevistar editores e a mostrar, em seu artigo, como as enunciações de leitores são transformadas em fazer jornalístico.

Os três próximos textos discutem teoria, prática e história do jornalismo. Ângela Zamin explora teoricamente uma categoria de acontecimento: o “típico acontecimento atípico”. A pesquisadora reúne as principais proposições teóricas acerca desse tipo de acontecimento que determina um significativo grau de ruptura por por sua imprevisibilidade e excepcionalidade.

Já Patricia Mauricio discute como a internet colocou em xeque o modelo de negócio dos jornais tradicionais, tanto na versão impressa quanto na web. Com base no relatório de inovação do New York Times publicado este ano, a autora se debruça sobre as mudanças que estão ocorrendo em jornais cariocas, além de novas expressões de um jornalismo de qualidade na internet: o Projeto Colabora e a Agência Pública.

Fechando esse bloco de artigos, Ítala Maduell se volta para a trajetória do Jornal do Brasil, que circulou na forma impressa entre 1891 e 2010, e como a sua história se relaciona com a cidade do Rio de Janeiro, a partir de discursos autorreferentes e de relatos de jornalistas.

Os próximos três textos apontam para produções atuais com importante interface com a política. Os pesquisadores Marcelo Hernandez Macedo, Flávio da Rocha Pires Silva e Alessandra Cardoso vão discutir a formação e a atuação de coletivos de midiativismo, grupos de mídia comunitária e alternativa que produzem e veiculam conteúdos audiovisuais pela internet. Já Cláudia Irene de Quadros, José Carlos Fernandes e Juliane Martins realizam pesquisa exploratória em dois projetos de extensão universitária da UFPR que conjugam jornalismo e cidadania a partir de uma perspectiva educacional, com o objetivo de formar cidadãos mais críticos. Por fim, Rogério Eduardo Rodrigues Bazi e Isabel Barros apontam dificuldades de adaptação das emissoras de TV regionais a uma digitalização total do sistema de transmissão, depois de quase uma década das diretrizes estabelecidas sobre o sistema digital de TV no Brasil.

Cinema é o assunto dos próximos dois textos. Em “Pena do dragão no tabloide de Ipanema”, os autores Milene de Cássia Silveira Gusmão e Givanildo Brito Nunes apresentam o cineasta Glauber Rocha como um ativo colaborador do jornal humorístico carioca *O Pasquim* em 1970, em plena ditadura militar. Já em “A imagem fílmica”, as autoras Geraldine Alves dos Santos, Juracy Assman Saraiva e Hebe Vetter Cardoso discutem a tensão entre ética e estética a partir de cenas do documentário *Edifício Master* (2002), do diretor Eduardo Coutinho, e analisadas com base na metodologia sugerida por Diana Rose.

Terminamos este número 35 com o artigo de Sergio Antonio da Silva e Sergio Luciano da Silva, que abordam questões teóricas e metodológicas da tipologia digital em multiescrita, com o objetivo de subsidiar o trabalho de designers e outros profissionais da comunicação escrita como editores e tipógrafos.

Boa Leitura!

Felipe Gomberg