

É com satisfação que apresentamos o v. 6, n. 2, da revista *Cenários da Comunicação*, publicação científica semestral que recebe apoio Departamento de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Nove de Julho.

Cenários da Comunicação é uma revista que se destina a estimular a produção científica de pesquisadores associados às áreas de convergência das ciências sociais e da comunicação. Este número tem por objetivo propiciar a reflexão e o debate sobre o diálogo, possibilitado e intermediado pela comunicação, e as recentes mudanças socioculturais estabelecidas na contemporaneidade. Diante do impacto e da absorção das transformações midiáticas está o universo da comunicação como elemento essencial que estabelece o diálogo qualificado entre as diversas áreas do conhecimento.

Com o propósito de ocupar um espaço que possibilite um olhar crítico e observador dos fenômenos sociomidiáticos, *Cenários da Comunicação* apresenta ao leitor dez artigos que compõem a linha temática “Comunicação & Sociedade – Interfaces”.

No primeiro artigo, Rogério Biachi apresenta uma discussão sobre o atual modelo de desenvolvimento e suas implicações relacionadas ao meio ambiente e à idéia de desenvolvimento sustentável. Para o autor, é essencial a criação de novos modelos de desenvolvimento que levem em consideração a preservação ambiental para as gerações futuras. Diante do desafio imposto, Biachi destaca a importância e o dever moral da mídia para a difusão de postura ética que propicie uma reflexão crítica sobre a idéia de desenvolvimento a qualquer custo. Dando continuidade à discussão sobre a sociedade de consumo e suas conseqüências socioculturais, Cintia Dal Bello apresenta um estudo sobre o impacto do consumo de novas mídias, sobretudo em jovens que associam a prática consumista à noção de pertencimento a determinado grupo. A autora aponta a “cibercultura” como uma nova forma de construção da identidade. Nesse sentido, temos, na sociedade contemporânea, a presença de uma identidade que compreende, quase de forma exclusiva, um novo modelo de socialização, baseado, principalmente, na perspectiva de conectar-se, manifestar-se e consumir.



Propor uma reflexão sobre as novas possibilidades do discurso jornalístico na internet é o tema do artigo de Gabriela Pavanato Sardinha. Ao analisar a efervescência dos *blogs* jornalísticos, a autora identifica uma nova configuração discursiva que, além de possibilitar uma comunicação direta entre os interlocutores, torna-se referência para a opinião pública. Segundo a autora, verifica-se que, em detrimento da imparcialidade e do distanciamento da narrativa jornalística, tais *blogs* constituíram um espaço midiático em que as posições políticas e ideológicas se manifestam e adquirem novas projeções.

As diferentes possibilidades de recepção e interação na televisão brasileira será o foco dos artigos de Larissa Redondo e de Ozéias Teixeira. No primeiro artigo "A telenovela brasileira: uma apresentação de seu formato e de seus aspectos principais", Larissa Redondo apresenta uma revisão bibliográfica que procura identificar as principais estratégias e técnicas que transformaram a telenovela brasileira num dos principais gêneros de entretenimento, de audiência e de alcance internacional. No artigo seguinte, Ozéias Teixeira aponta a condução para uma mudança no comportamento dos indivíduos propiciada pela adoção da tecnologia digital na televisão brasileira. De acordo com autor, é necessário um novo estudo sobre os sistemas interativos, construídos a partir da tecnologia digital, que permita a percepção de outra postura usuário-máquina em oposição ao modelo telespectador-televisão.

Analisar as recentes transformações tecnológicas também é o foco do artigo "Construindo espaços fluidos: o impacto da tecnologia na concepção do espaço contemporâneo", de Priscila Arantes. Diante das profundas transformações que a tecnologia informacional provoca na relação tempo-espaço, a autora apresenta um estudo sobre o conceito de fluidez como referência para a análise das práticas artísticas contemporâneas.

Na seqüência, apresentamos dois artigos que contemplam discussões teóricas associadas à publicidade e propaganda e à antropologia. No primeiro, Diogo Kawano e Eneus Trindade apresentam as principais contribuições das teorias da comunicação, em especial as americanas e européias, para

a compreensão dos processos de comunicação da publicidade e propaganda na atual sociedade globalizada. De acordo com os autores, as linhas teóricas elaboradas ao longo do século XX – Escola de Chicago, *Mass Communication Research*, Escola de Frankfurt, Agenda Setting, linguagem publicitária – constituem elementos essenciais para uma análise interdisciplinar referente às transformações associadas à publicidade e propaganda e às mudanças no comportamento do consumidor. No artigo seguinte "Novos desafios para o instrumental antropológico de identificação de grupos indígenas emergentes", Edward Mantoanelli Luz alerta para a fragilidade da utilização do referencial teórico do antropólogo Fredrick Barth como único critério identitário das comunidades indígenas da região do Alto Solimões. De acordo com o autor, o fato de a auto-atribuição ser uma fonte de autoridade para o reconhecimento dos direitos indígenas tem permitido a manipulação, a parcialidade e a perpetuação das injustiças sociais na região.

Para finalizar este número, temos a seção Arte & Ensaio, um espaço que possibilita o diálogo entre os diversos meios de expressão artística e suas profundas relações com as ciências humanas e a comunicação. A seção compõe-se de dois artigos. No primeiro, "Cinema de ação em dia de eleição: queima de arquivo (1996), Arnold Schwarzenegger e outras mídias da política", Fabro Steibel apresenta uma análise da relação entre o cinema – em especial os filmes de ação – e sua influência na eleição de celebridades para cargos públicos e para a configuração do imaginário sociopolítico. No segundo, Ricardo Morelato apresenta um quadro comparativo que contribui para uma análise estatística das publicações de histórias em quadrinhos (HQ), nacionais e internacionais, veiculadas no Brasil entre 1934 e 1970.

Esperamos que a leitura dos artigos selecionados possa contribuir para reflexão, sempre profícua, dos diversos elementos que envolvem a comunicação e os fenômenos sociais.

A todos, desejamos uma boa leitura!

José Farias dos Santos
Editor científico