

Editorial

Desde 1999, quando o termo Web 2.0 surgiu para distinguir as novas possibilidades tecnológicas de compartilhamento descentralizado de arquivos e de relacionamento entre frequentadores da internet, muitas mudanças já acenavam no horizonte de experiências sociais via redes digitalizadas. *Blogs, microblogs, video sharing, wikis*, comunidades virtuais, serviços de hospedagem de conteúdo, redes sociais e aplicativos compartilháveis são exemplos mais conhecidos e presentes em nosso cotidiano. Apenas para refrisar aqui as diferenças entre os conceitos de “mídias sociais” e de “redes sociais”, muitas vezes embaralhados, vale retomar, em breves palavras, esse assunto.

Denominam-se “mídias sociais” todas as práticas de produção e difusão de conteúdo por meio das inovações técnicas de *performances* digitais, permitindo a quem frequenta a internet interferir na criação de experiências culturais, cognitivas, estéticas, dialógicas, etc. A expressão “redes sociais”, que, para alguns autores, deveria se chamar apenas “*sites* de relacionamento”, refere-se às arquiteturas das redes fundadas na tecnologia de metadados e que possibilitam diversos modos de a comunicação entre pessoas com interesses em comum, tais como o Facebook ou o Twitter.

A questão que emerge da confusão entre os conceitos é pertinente, uma vez que, ao interagir com outrem via *sites* de relacionamento, pode-se enviar e baixar arquivos de toda natureza, tornando as redes sociais um espectro das mídias sociais. O que nos interessa, de fato, são as mudanças em nossas atividades como frequentadores das redes digitais, já que ampliamos o leque de ações criativas, de iniciativas que afetam, contagiam e motivam outras pessoas a experimentar e a intervir culturalmente em muitas situações da vida social. Essa diferença de atuação perante a estrutura das redes é um sintoma que promete gerar muitos e imprevistos desdobramentos, razão pela qual a Décima Nona Edição da revista *Mediação* traz consigo o Dossiê Temático *Mídias sociais em seus diferentes aspectos e a partir dos mais diversos enfoques teóricos e metodológicos*. Como praxe do nosso Editorial, desta vez convidamos a Professora Maria Cristina Leite Peixoto a contribuir para melhor contextualização do tema, cujas palavras são estas que se seguem.

Mídia social (*Social media* em inglês) significa canais de relacionamento por meios digitais. São *blogs*, *sites*, *redes sociais*, *microblogs*, *fotologs*, *fóruns*, *grupos online*, etc., que promovem interação, compartilhamento de experiências e disponibilizam inúmeras informações. Compõem-se de diferentes plataformas em que qualquer pessoa pode publicar

conteúdos para a promoção de discussões, divulgação de ideias, informações, marcas e produtos. A diversidade e o alcance dos conteúdos publicados fazem desse tipo de mídia alvo de interesse crescente nos dias de hoje, nos campos da atuação política, das ações sociais, do mundo das empresas e dos negócios. Pelas mídias sociais governos podem tomar conhecimento das demandas dos cidadãos, empresas podem acompanhar a percepção do consumidor sobre suas marcas e produtos, emissoras televisivas podem medir a aceitação do público, valores e crenças coletivas podem ser conhecidos. Dada a abrangência das mídias sociais e a intensificação de seu uso pelos mais diferentes atores, a pesquisa tem se apoiado na perspectiva interdisciplinar para o entendimento dos efeitos provocados, desde implicações comportamentais/biológicas, passando pelos usos do marketing e da política até as questões socioantropológicas decorrentes do tipo de interação por elas proporcionadas.

Alysson Bruno M. Assunção com o texto *Netscapismo, as mídias sociais e a construção do sujeito: entre a conexão contínua e o desamparo*, abre os artigos que se alinham ao dossiê temático deste número. Nele é abordada a influência das mídias sociais nas formas de expressão das individualidades. O autor procurou compreender as implicações subjetivas e a apresentação de comportamentos proporcionadas por certos tipos de interação virtual. Para isso, observou o contexto atual de acesso, a utilização de interfaces e o compartilhamento de informações, o *status* de realidade presente nas interações e outras consequências da utilização das mídias sociais pelos sujeitos na vida contemporânea.

O jornalismo colaborativo é a discussão proposta pelo texto *Credibilidade, informação e acontecimento no Whiplash.net: produção e consumo de fãs no retorno do “Black Sabbath”, de Frederico Tavares*. Interessa ao autor apresentar as características desse tipo de jornalismo e verificar sua credibilidade. Para isso foi eleito como objeto o portal de notícias *Whiplash.net*, especializado nos estilos musicais *rock* e *heavy metal*, que possui um conteúdo colaborativo elaborado essencialmente pelos próprios leitores. O autor selecionou como *corpus* 399 textos publicados entre 2011 e 2014 sobre o retorno da banda britânica “Black Sabbath” depois de trinta anos de separação. Foram analisadas as matérias colaborativas realizadas e sua circulação, observando os fluxos de postagens e comentários do *site*.

Em *Rede Somos Todos Lúcio Flávio Pinto: rebeldia e ativismo político amazônico na Web* Célia Regina Trindade Chagas Amorim discute sobre a utilização das tecnologias digitais e interativas de comunicação como forma de promover ações coletivas para a ampliação da cidadania. A autora analisa uma rede alternativa de solidariedade que foi criada na Web, em 2012, com a finalidade de apoiar o jornalista e sociólogo Lúcio Flávio Pinto, editor do *Jornal Pessoal*. O jornalista em questão vem sofrendo perseguição política e jurídica por parte das Organizações

Rômulo Maiorana, uma das mais poderosas empresas de comunicação da Amazônia, por empreiteiros e pelo Tribunal de Justiça do Estado do Pará. A hipótese da autora é a de que o novo tipo de agenciamento produzido pelo ciberativismo constitui uma rede contra-hegemônica ao dar visibilidade às interações locais, nacionais e globais.

Brenda Parmeggiani, no texto *A Voz de Portugal e The Voice Brasil*: um estudo de caso da participação luso-brasileira na televisão, discute a participação da audiência de programas televisivos por meio das redes sociais. Especificamente, a autora avalia a participação dos telespectadores portugueses e brasileiros nos programas da franquia *The Voice*. Interessa-lhe verificar como é estabelecida a comunicação entre telespectadores e o programa e refletir sobre os comportamentos de usuários que surgem em um contexto de convergência midiática.

Em *O blog Escreva Lola Escreva: o caminho da crônica*, Regina Rosseti analisa o *blog* feminista mais acessado no Brasil. Produzido pela professora Dolores Aronovich, da Universidade Federal do Ceará, ele foi criado em 2008 e desde essa época tem uma média de 300 mil visitas por mês. Usando como metodologia a análise do discurso, Regina Rosseti examina o *blog* e aponta como resultados sua aproximação com a linguagem do jornalismo literário, principalmente a da crônica jornalística.

Analisar alguns pontos da teoria da notícia tendo como foco a internet é a proposta de Aurelio José da Silva. Interessa ao autor verificar se as novas práticas digitais e o impacto das redes sociais no fazer jornalístico estariam alterando os critérios para a produção das notícias ou se tais critérios ainda continuam os mesmos do jornalismo impresso.

Investigar, pelo viés do estigma e do desvio, alguns padrões corporais presentes na história do futebol brasileiro é a proposta de Fausto Amaro no artigo *Desvio e estigma no mundo do futebol*: notas para o estudo do corpo e das performances atléticas. O autor analisa fotos de alguns jogadores do Vasco da Gama extraídas dos jornais que circularam em 1923, ano em que a equipe conquistou o campeonato estadual. Nelas, foram observadas as relações entre as imagens do corpo e o esporte.

Analisar, à luz das teorias do jornalismo, o processo de produção que leva à publicação das notícias de morte é a proposta de Fernanda Vasques Ferreira em *Os valores-notícia da morte no jornal Correio Braziliense: quem merece ser notícia quando morre?* A hipótese inicial da autora é a de que existem vítimas merecedoras e não merecedoras de serem noticiadas no jornal mais lido do Distrito Federal. Para avaliá-la, ela dedicou-se à análise das notícias de morte publicadas no jornal durante duas semanas de setembro de 2013.

Em *Funy games e a não relação de causalidade nos filmes de Michael Haneke*, Livia Sampaio problematiza a relação entre as histórias trágicas contadas nos filmes de Michael Haneke e o espectador. Segundo a autora, nos

filmes desse diretor existe uma unidade precisa entre forma e conteúdo. Assim, um detalhe aparentemente desprovido de importância surgido no início adquirirá significado importante no decorrer da trama. Nesse artigo, é analisado especificamente o filme *Funny games*, uma produção de 1997, em que os personagens falam aos espectadores olhando para a câmera, rebobinam uma cena com o controle remoto e alteram o desenrolar da história.

Rafael Drumond reflete sobre as implicações surgidas da representação do subúrbio carioca na novela *Avenida Brasil*, da Rede Globo. Partindo da caracterização do “Divino”, subúrbio criado pela trama, o autor demonstra como foi abordado na telenovela a ascensão da “nova classe média”. Para ele, a opção foi a de retratar parodisticamente esse setor da sociedade, o que trouxe como consequência severos e perniciosos distanciamentos em relação aos espaços referenciados e aos atores sociais neles residentes.

Encerra esta edição o texto *Iconografia nas histórias em quadrinhos: evolução do design e do logotipo do Super-Homem*, de Danilo Aroeira. Nele, o autor busca compreender o universo cognitivo das histórias em quadrinhos. Apoiando-se na teoria de Erwin Panofsky, adota a metodologia iconológica para analisar o Super-Homem, o primeiro e mais famoso super-herói dos quadrinhos. O autor mostra a evolução iconográfica da identidade visual por que passou esse personagem ao longo das publicações.

Agradecemos, como sempre, àqueles que nos dão o suporte profissional e intelectual para a realização da revista *Mediação*. A partir deste número, a *Mediação*, que está vinculada aos cursos de graduação de Publicidade e Propaganda e de Jornalismo da Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde, passa a ser também publicação oficial do Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos da Universidade Fumec. A décima nona edição rende gratidão ao Reitor da Universidade FUMEC, Professor Eduardo Martins de Lima; a todos os membros do Conselho Editorial da revista *Mediação*; aos Diretores da FCH, Prof. Antônio Marcos Nohmy e Prof. João Batista de Mendonça Filho; ao Coordenador do Curso de Publicidade e Propaganda, Prof. Sérgio Arreguy; ao Coordenador do Curso de Jornalismo, Prof. Ismar Madeira; ao Coordenador do Curso de Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos, Prof. João Victor Boechat Gomide, à Professora Astréia Soares, pela sugestão do tema e constante presença; à Professora Maria Cristina Leite Peixoto, pela contribuição a este Editorial; ao colega Ruy Viana, pela criação artística da nossa capa; ao Daniel Washington, pela sua produção gráfica; à nossa revisora Tucha, ao Eduardo Queiroz, pela diagramação da revista, ao Mark, pelas traduções dos resumos e a todos os articulistas presentes nesta Edição.

Boa leitura!

Rodrigo Fonseca e Rodrigues
Luiz Henrique Barbosa
Editores