

## Editorial

**A** INTERAÇÃO MEDIADA NA era digital, artigo de John B. Thompson que abre esta nova edição de **MATRIZES** é, sem dúvida, um marco na trajetória do autor e na pesquisa do campo comunicacional, em razão do desdobramento dado à teoria social da mídia exposta no influente livro *A mídia e a modernidade* (Thompson, 1995). Portanto, é uma honra apresentá-lo aos leitores de **MATRIZES**. Além disso, é possível entender esse trabalho como sintomático dos desafios e esforços contemporâneos mais gerais da pesquisa em comunicação abordados neste número. Embora Thompson demonstre como sua teoria – preocupada com as formas de ação e interação propiciadas pelas mídias – se dissocia do midiacentrismo, ele percebe que “à luz da revolução digital e do expressivo crescimento da internet e outras formas de comunicação em rede” seu argumento analítico requer atualização. Por isso, no artigo, ele adiciona um quarto modo de interação (a interação mediada on-line) aos tipos teóricos anteriormente descritos. O leitor poderá notar os avanços já produzidos no que o próprio autor reconhece ser um esboço de linha de raciocínio ainda necessitando de reforço. No entanto, o trabalho sugere uma interessante pauta de pesquisa, particularmente no âmbito da política, que poderá ser apoiada pelo trabalho teórico do autor. É certo que as práticas comunicacionais contemporâneas têm sido modificadas pelo uso crescente da mídia digital.

É isso que leva Erick Felinto, na sequência do **Dossiê**, no artigo **Mare nostrum, mare alienum: identidade, epistemologia e a imaginação flussariana dos fluxos**, a prever que os temas da identidade e da alteridade, ainda pouco presentes na pesquisa em comunicação, devem receber impulso graças ao protagonismo da identidade nos debates sobre a cultura digital. O tema é reposicionado, no contexto atual, pelas “discussões que gravitam em torno do uso das redes sociais pelo ativismo identitário ou as reconfigurações recentes

de espectros ideológicos e forças políticas ligados ao uso de meios digitais”. Isso leva Felinto a *revisitar* o pensamento de Vilém Flusser, para “sugerir modos de leitura de sua obra capazes de concretamente gerar resultados para nossa situação epistêmica e cultural singular”, o que teria o efeito de “ajudar-nos a projetar outros futuros possíveis”.

Outro cenário em mudança, dessa vez relacionado à televisão, é evidenciado no artigo seguinte, de Guillermo Orozco Gómez e Toby Miller, **A televisão além de si mesma na América Latina**. Os autores propõem uma perspectiva analítica incomum na literatura voltada a “determinados elementos que não são sempre evidentes em si mesmos, mas ainda assim denotam sua existência se manifestando de várias maneiras sutis, não de modo direto e frontal, como muitos dos elementos mais profundos da cultura latino-americana”. Nesse sentido, a hegemonia da televisão como “máquina cultural da vida cotidiana” sofre a concorrência de novos dispositivos. Mas, no contexto latino-americano, a televisão continua sendo central como *programadora da vida social*. Por isso, os autores defendem que noções profundamente enraizadas na história e na cultura latino-americana, como as de realismo mágico, de mestiçagem e de *solidão* de suas audiências são elementos estratégicos para pensar sobre o futuro da TV na região.

Na sequência, a pesquisadora Cicilia Maria Krohling Peruzzo, em **Possibilidades, realidade e desafios da comunicação cidadã na web**, também dirige sua reflexão para possíveis influências das tecnologias na sociedade, mais especificamente nas práticas sociais dos movimentos populares. Disso resulta uma discussão na qual são apontados uma série de desafios – como a premência da ampliação das lutas pelo acesso pleno de todos os cidadãos e cidadãs às benesses do desenvolvimento tecnológico; a valorização da diversidade e da comunicação dialógica nesse complexo comunicacional – bem como potenciais emancipatórios e opressores relacionados ao avanço tecnológico incessante.

Encerrando o **Dossiê**, o artigo **Midiatização da ciência: reconfiguração do paradigma da comunicação científica e do trabalho acadêmico na era digital**, de Thaianne Moreira de Oliveira, já no título, aponta às *reconfigurações* provocadas pelo ambiente digital, que são, na reflexão da autora, associadas à *mediatização*. Esse conceito se conjuga no trabalho a uma investigação empírica com investigadores brasileiros de diferentes níveis e áreas, na qual se percebe a *questão da visibilidade* adquirindo centralidade nas práticas dos pesquisadores. Assim, os leitores familiarizados ao vocabulário de Thompson poderão notar, perpassando os textos desse **Dossiê**, preocupação quanto às mutações no ambiente comunicacional refletidas em diferentes instâncias sociais.

A **Entrevista** deste número foi concedida por Carlos A. Scolari e realizada por Fernanda Pires de Sá. O pesquisador argentino radicado na Espanha tem a oportunidade de falar sobre seus mais recentes trabalhos e a busca empreendida na construção de conhecimentos para promover uma *educação midiática* para os tempos atuais, valendo-se do conceito de *transmedia literacy* (alfabetização transmídia), o qual remete ao cruzamento entre a lógica transmídia e as práticas educativas.

A seção **Em Pauta** traz uma série de trabalhos que atestam a diversidade da pesquisa em comunicação no Brasil, começando com o artigo **Narratividade e autoria na pesquisa em comunicação alternativa no Brasil**, de Fernando Felício Pachi Filho, João Augusto Moliani e Roseli Figaro. Os autores partem do pressuposto de os avanços nos estudos da área poderem ser favorecidos pela compreensão do processo de estabilização histórica dos sentidos de determinados conceitos, permitindo a realização de um mapeamento para identificar pensamentos e autores relacionados ao jornalismo e à comunicação alternativos. O texto seguinte, **Sensibilidade performativa e comunicação das coisas**, de André Lemos e Elias Cunha Bitencourt, aborda uma temática inovadora, a *internet das coisas*, exposta numa investigação empírica que procurou evidenciar o que os autores chamam de *sensibilidade performativa* de objetos aumentados digitalmente, elemento fundamental para pensar um modelo de *comunicação das coisas*.

Em seguida, João Guilherme Bastos dos Santos e Viktor Chagas, no artigo **Direita transante: enquadramentos pessoais e agenda ultraliberal do MBL**, descortinam as estratégias do Movimento Brasil Livre na internet, por meio de uma abordagem que combina técnicas quantitativas e qualitativas, capaz de mostrar que o caso em estudo difere do modelo de ação coletiva usual dos movimentos sociais, pois, em vez de um discurso coletivista e de reforço à confiança nas instituições, há ênfase no papel do indivíduo como protagonista da política. Também em um eixo de destaque do papel político da comunicação, Rafael Grohmann, em **Trajatória de luta: estudos pioneiros sobre classe social no campo da comunicação**, desenvolve uma discussão sobre como o conceito de classe social foi trabalhado em pesquisas no campo da comunicação entre as décadas de 1970 e 1980, principalmente no Brasil.

No próximo artigo da seção, **Crônica de um verão: cinema como experiência sociológica**, de Fagner Torres de França e Maria da Conceição de Almeida, discute-se o método da *sociologia do presente* de Edgar Morin, buscando demonstrar como a abordagem multidimensional da realidade proposta pelo autor francês possui potencialidades para a investigação social ainda hoje. Em **O JB é que era jornal de verdade: jornalismo, memórias e nostalgia**, Itala Maduell Vieira e Ana Paula Goulart Ribeiro mobilizam o conceito de nostalgia para analisar

depoimentos sobre o *Jornal do Brasil* e o seu suplemento cultural, o *Caderno B*, destacando a existência de um movimento de valorização e idealização do passado, o qual sustenta a áurea mítica do jornal, conforme os relatos produzidos por muitos profissionais que nele trabalharam.

Já em **O papel do dualismo no discurso ambiental: uma análise a partir de filmes documentários sobre a questão agrícola**, Priscila Muniz de Medeiros e Isaltina Maria Azevedo de Melo analisam seis filmes documentários que abordam o tema da agricultura industrial, a partir do conceito de formação discursiva, para discutir a hipótese de o dualismo desempenhar um papel central dentro desse tipo de filme. Por fim, concluindo a seção **Em Pauta**, Daniel Gambaro e Valdecir Becker, em **O Design Audiovisual como opção metodológica para a produção radiofônica**, propõem um fluxo metodológico para a criação, produção e análise de programas de rádio. O esforço dos autores dirige-se à preocupação com o desenvolvimento e o estudo de produções de rádio interativas e orientadas ao panorama midiático recente.

A **Resenha desta edição** traz o texto **Um libelo contra o determinismo tecnológico**, no qual Fábio Palácio de Azevedo escreve sobre o livro *Televisão: tecnologia e forma cultural*, de Raymond Williams. A obra ganhou tradução para a língua portuguesa quatro décadas após sua publicação original. No entanto, como assinala o autor da resenha, a clássica reflexão de Williams sugere pistas para compreender fenômenos atuais, como a convergência digital.

A Revista é finalizada com o registro das teses e dissertações defendidas no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM-USP), de julho de 2017 a junho de 2018.

Fazemos especial agradecimento aos inúmeros pareceristas que se dedicaram à avaliação dos artigos deste ano de 2018 da Revista, nomeados ao fim deste editorial.

Desejamos que todos apreciem este novo número de **MATRIZes**. 

## REFERÊNCIAS

THOMPSON, J. B. *The media and modernity: a social theory of the media*. Cambridge: Polity, 1995.

Equipe Editorial  
 Maria Immacolata Vassallo de Lopes  
 Margarida Maria Krohling Kunsch  
 Richard Romancini  
 Luciano Guimarães

**PARECERISTAS 2018**

Adriana Schryver Kurtz – Escola Superior de Propaganda e Marketing, Sul, Brasil  
Adriana Tulio Baggio – Universidade Federal do Paraná, Brasil  
Alexandre Kieling – Universidade Católica de Brasília, Brasil  
Ana Carolina D. Escosteguy – Universidade Federal de Santa Maria, Brasil  
Ana Carolina Rocha Pessoa Temer – Universidade Federal de Goiás, Brasil  
Ana Paula da Rosa – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
Ana Silvia Lopes Davi Médola – Universidade Estadual Paulista, Brasil  
Ariane Holzbach – Universidade Federal Fluminense, Brasil  
Arlindo Rebechi Junior – Universidade Estadual Paulista, Brasil  
Benjamin Picado – Universidade Federal Fluminense, Brasil  
Carla Montuori Fernandes – Universidade Paulista, Brasil  
Carlos Alberto Carvalho – Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil  
Carlos Eduardo Marquioni – Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil  
Carlos Pernisa Júnior – Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil  
Clarice Greco – Universidade Paulista, Brasil  
Claudia Irene de Quadros – Universidade Federal do Paraná, Brasil  
Cristina Bonfiglioli – Universidade de São Paulo, Brasil  
Cristina Vieira de Melo – Universidade Federal de Pernambuco, Brasil  
Daniela Jakubaszko – Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Brasil  
Daniela Naves de Oliveira – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil  
Daniela Schmitz – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil  
Danilo Rothberg – Universidade Estadual Paulista, Brasil  
Denise Cogo – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, Brasil  
Dora Kaufman – Universidade de São Paulo, Brasil  
Eduardo Vicente – Universidade de São Paulo, Brasil  
Eduardo Yuji Yamamoto – Universidade Estadual do Centro-Oeste, Brasil  
Eliana Nagamini – Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo, Brasil  
Elizabeth Saad Correa – Universidade de São Paulo, Brasil  
Eloisa Beling Loose – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil  
Eneus Trindade – Universidade de São Paulo, Brasil  
Erick Felinto – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil  
Érico Oliveira de Araújo Lima – Universidade Federal Fluminense, Brasil  
Fabio Sadao Nakagawa – Universidade Federal da Bahia, Brasil  
Felipe Muanis – Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil  
Fernanda Budag – Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação, Brasil  
Fernanda Castilho – Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo, Brasil  
Fernando Pachi Filho – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil  
Francisco Jamil Paulo Marques – Universidade Federal do Ceará, Brasil

# F

Gabriela Borges – Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil  
Gisely Hime – FIAM-FAAM Centro Universitário, Brasil  
Gislene Silva – Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil  
Gláucia da Silva Mendes Moraes – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
Guilherme Moreira Fernandes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil  
Heloiza Matos e Nobre – Universidade de São Paulo, Brasil  
Igor Sacramento – Fundação Oswaldo Cruz, Brasil  
Ilza Maria Tourinho Girardi – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil  
Isabel Ferin Cunha – Universidade de Coimbra, Portugal  
Isabele Batista Mitozo – Universidade Federal do Paraná, Brasil  
Ismar Capistrano Costa Filho – Universidade Federal do Ceará, Brasil  
Israel de Jesus Rocha – Universidade Federal do Amazonas, Brasil  
Itânia Gomes – Universidade Federal da Bahia, Brasil  
Ivana Barreto – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil  
Jacques Wainberg – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil  
Jean Cerqueira – Universidade Federal de Sergipe, Brasil  
Jiani Bonin – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
João Anzanello Carrascoza – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, Brasil  
João Paulo Malerba – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
Jorge Miklos – Universidade Paulista, Brasil  
José Luis Aidar Prado – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil  
José Messias – Universidade Federal Fluminense, Brasil  
Josefina Tranquilin-Silva – Universidade de Sorocaba, Brasil  
Júlio Carlos Bezerra – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
Junia Ortiz – Universidade Federal da Bahia, Brasil  
Juremir Machado – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil  
Karina Janz Woitowicz – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil  
Katia Maria Belisário – Universidade de Brasília, Brasil  
Laura Taddei Brandini – Universidade Estadual de Londrina, Brasil  
Lena Benzecry – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
Leonardo De Marchi – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil  
Lídia Oliveira – Universidade de Aveiro, Portugal  
Liráucio Girardi Jr. – Faculdade Cásper Líbero, Brasil  
Lourdes Ana Pereira Silva – Universidade de Santo Amaro, Brasil  
Luis Cláudio dos Santos Ribeiro – Universidade Lusófona de Lisboa, Portugal  
Luiz Maurício Bentim da Rocha Menezes – Universidade do Estado do Amapá, Brasil  
Luiz Mauro Martino – Faculdade Cásper Líbero, Brasil  
Luiz Signates – Universidade Federal de Goiás, Brasil  
Luli Radfahrer – Universidade de São Paulo, Brasil

Magali Cunha – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Brasil  
Marcel Vieira – Universidade Federal do Ceará, Brasil  
Marcelo Trasel – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil  
Márcia Perencin Tondato – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, Brasil  
Márcia Vidal Nunes – Universidade Federal do Ceará, Brasil  
Marco Antônio Roxo da Silva – Universidade Federal Fluminense, Brasil  
Marco Schneider – Universidade Federal Fluminense, Brasil  
Marcos Dantas – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
Marcos Mucheroni – Universidade de São Paulo, Brasil  
Marcos Paulo da Silva – Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Brasil  
Margarida Maria Adamatti – Universidade Federal de São Carlos, Brasil  
Maria Alice Campagnoli Otre – Universidade de Marília, Brasil  
Maria Ângela Mattos – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil  
Maria Cristina Franco Ferraz – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
Maria Elisabeth Goidanich – Universidade do Sul de Santa Catarina, Brasil  
Maria José da Costa Oliveira – Faculdade Integrada Metropolitana de Campinas, Brasil  
Maria Zara Coelho – Universidade do Minho, Portugal  
Marianna Ferreira Jorge – Universidade Federal Fluminense, Brasil  
Marta de Araújo Pinheiro – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
Mateus Yuri Passos – Universidade Metodista de São Paulo, Brasil  
Maurício Liesen – Universidade Federal do Paraná, Brasil  
Mauricio Monteiro – Universidade Anhembi Morumbi, Brasil  
Micaeal Herschmann – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
Michael Manfred Hanke – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil  
Mihaela Alexandra Tudor – Université Paul Valéry de Montpellier 3, França  
Mílana Freire – Universidade Federal de Santa Maria, Brasil  
Míriam Cristina Carlos Silva – Universidade de Sorocaba, Brasil  
Moisés Sbardelotto – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
Monica Pieniz – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil  
Monica Rebecca Ferrari Nunes – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, Brasil  
Mozahir Salomão Bruck – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil  
Natália Flores – Universidade Federal de Santa Maria, Brasil  
Natália Ledur Alles – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, Brasil  
Nicolás Llano – Universidade de São Paulo, Brasil  
Nísio Teixeira – Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil  
Nivea Canalli Bona – Centro Universitário Internacional, Brasil  
Pablo Nabarrete Bastos – Universidade Federal Fluminense, Brasil  
Patrícia Furtado Mendes Machado – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil  
Paulo Roberto Leal – Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil

# F

Pedro Gilberto Gomes – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
Rafael Foletto – Universidade Federal de Santa Maria, Brasil  
Raquel Lobão Evangelista – Universidade Católica de Petrópolis, Brasil  
Rayza Sarmento – Universidade Federal de Viçosa, Brasil  
Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil  
Richard Romancini – Universidade de São Paulo, Brasil  
Rodrigo Cássio Oliveira – Universidade Federal de Goiás, Brasil  
Rogério Covalski – Universidade Federal de Pernambuco, Brasil  
Rose de Melo Rocha – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, Brasil  
Rozinaldo Antonio Miani – Universidade Estadual de Londrina, Brasil  
Sandra Depexe – Universidade Federal de Santa Maria, Brasil  
Sandra Paschoal Leite de Camargo Guedes – Universidade da Região de Joinville, Brasil  
Sílvia Pinto – Universidade do Minho, Portugal  
Sofia Cavalcanti Zanforlin – Universidade Católica de Brasília, Brasil  
Solange Riva Mezabarba – Instituto Europeu de Design, Brasil  
Sónia Pedro Sebastião – Universidade de Lisboa, Portugal  
Stephen Bocskay – Universidade Federal de Pernambuco, Brasil  
Tania Regina de Luca – Universidade Estadual Paulista, Brasil  
Tarcísio de Sá Cardoso – Universidade Federal da Bahia, Brasil  
Vanessa Matos dos Santos – Universidade Federal de Uberlândia, Brasil  
Vânia de Vasconcelos Gico – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil  
Vera França – Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil  
Vilso Santi – Universidade Federal de Roraima, Brasil  
Willian Fernandes Araújo – Universidade de Santa Cruz do Sul, Brasil