

Apresentação

Adriana Amaral
João Martins Ladeira

A revista *Fronteiras – Estudos Midiáticos* chega a sua terceira e última edição do ano com uma gama de artigos que problematizam e dissecam temáticas contemporâneas dos estudos de comunicação em suas mais diversas abordagens teórico-metodológicas e objetos. Publicidade, jornalismo, comunicação empresarial, cinema, mídias sociais, entre outros temas estão presentes nesse número da revista em uma amostra da diversidade da pesquisa produzida nacional e internacionalmente.

No artigo *Estrategias de Responsabilidad Social Corporativa: acciones lazo rosa en multinacionales de moda-belleza en España* de Juan Monserrat Gauch, Carolina Llopis-Ripoll e Victoria Tur-Viñes são discutidas as ações da indústria da moda e da beleza na Espanha a partir de uma análise das estratégias de gestão e comunicação empresarial. Rejane de Oliveira Pozobon e Ricardo Schaefer fazem proposições teóricas a respeito dos estudos sobre enquadramentos jornalísticos em *Perspectivas contemporâneas das pesquisas sobre enquadramento jornalístico: uma proposta de sistematização conceitual*. Do jornalismo, passamos ao debate e a uma revisão crítica à abordagem estética da publicidade de Michael Schudson, debatida no artigo de Rodolfo Rorato Londero, intitulado *O que a publicidade vende? – Michael Schudson e sua abordagem estética da publicidade*.

Em *Meio ambiente e consumo: representações na mídia sob a perspectiva teórica da governamentalidade* o objetivo é compreender as representações do consumo e do meio ambiente quando associadas ao termo “consumo verde”. O artigo de Marta de Araujo Pinheiro traz a perspectiva teórica dos estudos da governamentalidade para investigar o tratamento da revista *Veja* a esses temas entre 1992 e 2012. O tema do consumo também é abordado por Carolina Rigo, Juracy Assmann Saraiva e Saraí Schmidt no ensaio *Do imperialismo colonial ao do consumo: discussão sobre cultura e identidade*. As autoras refletem sobre possíveis semelhanças entre o período colonial e a atual sociedade de consumidores no que se refere às questões de identidade a partir da obra *Consumo Racial* de Jean-François Boclé.

Regina Rossetti e Anderson Marcusso analisam a ressignificação dos usuários e o humor em relação aos vídeos publicitários, investigados a partir de um mapeamento de 27 tipos de categorias de conversação acontecidas na plataforma YouTube no artigo *Comentários no YouTube sobre filmes publicitários dissonantes*. A complexidade sobre a temática do realismo e a introdução das novas tecnologias no cinema é o que aborda o ensaio *Considerando a cor e o “Efeito do Real” no cinema* de Maria Helena Braga e Vaz da Costa.

A temática das eleições e suas relações com as mídias sociais é cada vez mais debatida, tanto pela sociedade quanto pelos estudiosos. Francisco Paulo Jamil Almeida Marques e Camila Mont’Alverne analisam qualitativamente o conteúdo dos tweets de vereadores de Fortaleza

que tentaram a reeleição em 2012 e as formas de influência de aspectos como a sociabilidade influenciam a adoção dos *media* digitais em *Mídias sociais e eleições: um estudo sobre as campanhas de reeleição dos vereadores de Fortaleza no Twitter*. Ainda no âmbito das mídias digitais, o artigo *Performances e produção de efeitos subjetivos no Instagram e no YouTube* trata da exposição de si em rede através do corpo e compreende esse fenômeno em seus agenciamentos em instâncias individuais, coletivas e institucionais. A partir de suas pesquisas, Eduardo Antonio de Jesus, Tiago Barcelos Pereira Salgado e Polyana Inácio Rezende Silva inferem que a performance põe em relação performers e audiências.

Para fechar essa edição, trazemos ainda uma resenha e uma entrevista. Diego Carvalho resenha o livro *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais* de José Luiz Aida Prado lançado pela EDUC de São Paulo em 2013. Já Fabiane Sgorla e Daniel Pedroso entrevistam o pesquisador dinamarquês Stig Hjarvard a respeito de seus questionamentos sobre mídiatização em diversos contextos. O resultado dessa entrevista pode ser lido em *A perspectiva escandinava dos estudos da mídiatização: entrevista com Stig Hjarvard*.