

## Editorial

Nesta nova edição, a Revista Ícone enfatiza abordagens interdisciplinares com a Comunicação midiática, revelando toda a potencialidade do campo comunicacional, ao mesmo tempo em que retrata, de forma crítica e inovadora, várias temáticas contemporâneas. A segunda edição do número 12, voltada aos temas livres, é composta por nove artigos que discutem cinema, publicidade, televisão, plataformas digitais, pesquisa em comunicação entre outros, revelando-nos a emergência de abordagens distintas na área da Comunicação.

"A Semiótica Social, os Estudos em Jornalismo e os Diários Secretos do MST" é o primeiro artigo desta edição. Nele encontramos uma análise feita por Vilso Santi, a partir dos pressupostos da Semiótica Social, da reportagem especial "Diários Secretos do MST", publicada pelo Jornal Zero Hora em 2008. O autor toma o texto jornalístico como multimodal e desvenda os diferentes sistemas semióticos que, em interação e/ou correlação, acabam por construir a notícia apresentada aos leitores.

O segundo e terceiro artigos tem o Twitter como principal objeto de investigação. Em "Informações Hiperlocais no Twitter: Produção Colaborativa e Mobilidade", Gabriela Zago discute o fato de que, com a proliferação de dispositivos móveis e da possibilidade de produção jornalística em redes digitais, as informações tendem a se tornarem cada vez mais específicas, dessa forma, o trabalho avalia o jornalismo hiperlocal a partir de um estudo de caráter exploratório de práticas jornalísticas observadas no microblog. Já em "A crítica de cinema no Twitter como microensaio", Rodrigo Costa tem por objetivo verificar a possibilidade da existência de um pensamento micro-ensaístico no Twitter. Para isso, o autor analisa os microblogs dedicados à crítica cinematográfica, em especial o microblog coletivo Cinema 140.

"O cinema como paradigma televisivo" é o quarto artigo desta edição, e parte da hipótese de que o cinema é o principal paradigma televisivo. Dessa forma, Juliano de Araújo objetiva resgatar as influências do cinema na configuração da linguagem televisiva, elegendo os nomes de David Griffith, Sergei Eisenstein e Dziga Vertov como expoentes da produção cinematográfica, cujas estratégias de produção estão presentes até hoje nos principais gêneros televisuais.

A publicidade e a propaganda ancoram o quinto e sexto artigos deste número. Em "Os Desafios Culturais da Propaganda na Modernidade: análise crítica dos anúncios publicitários da revista Veja", Rodrigo Corrêa, desenvolve análises críticas do composto mercadológico que aponta para a criação publicitária e enfatiza uma série de questões técnicas, de força internacional que, dentro de uma perspectiva diminutiva do processo criativo, afeta negativamente o desenvolvimento de anúncios publicitários para a mídia revista. A análise dos anúncios na revista Veja privilegiou os anos 2007, 2008 e 2009. Já em "A criação da Lei "Cidade Limpa" como estratégia de construção da marca política" de autoria de Diógenes Pasqualini, são discutidos os dispositivos de poder, articulados na Lei Municipal n. 14.223 (denominada Cidade Limpa) que tiveram papel preponderante na estratégia de marketing empregada na construção da marca política do Prefeito Gilberto

Kassab, eleito em 2008. O autor defende que a relação política como tática em impor uma nova lei à população de uma cidade é criadora de vínculos que se ancoram ao poder e às estratégias de marketing político que preparam terreno à propaganda eleitoral.

A pesquisa em comunicação também é abordada nesta edição. No artigo intitulado "Notas para a pesquisa em comunicação em um cenário de imigração e formação cultural recentes: o caso de Rondônia", Sandro Colferai analisa os meios de comunicação em Rondônia, estado constituído a partir de diferentes levas migratórias desde os últimos decênios do século XIX, tendo como base as reflexões de Stuart Hall e Richard Johnson, ligados aos *Cultural Studies britânicos*, e Jesús Martín-Barbero, acerca das sociedades latino-americanas e do seu Mapa da Mediações.

"A narrativa em sedição", de Marcio Serelle enfatiza a agudeza da narrativa e sua capacidade de denúncia contra o poder, a partir da condenação à morte, neste início de século, de Roberto Saviano, autor de *Gomorra*, e de Anna Politkovskaya, autora de *Putin's Russia*. No oitavo artigo da *Ícone*, o autor analisa a potência desses relatos de modo realista-romântico, fundados no testemunho, e a condição dos escritores, notadamente (mas não só) os de não ficção, sentenciados à morte em uma cultura mundializada, com suas implicações políticas, econômicas e, principalmente, para a reflexão do artigo, midiáticas.

O nono e último artigo desta edição é "O comunicar persuasivo da charge jornalística: uma leitura icônica", cuja reflexão revela um apanhado da charge e sua importância dentro do campo jornalístico como enunciado persuasivo. Para tanto, Fabiano Maggioni promove um breve resgate da charge na mídia impressa, desde seu surgimento na Europa até as primeiras ocorrências do desenho de humor no Brasil.

Sinta-se convidado(a) a descortinar essas várias temáticas num só lugar.

Boa leitura!

Os editores.