

EDITORIAL

Em seu segundo número de 2016 (vol. 14. n.01) dedicado a temáticas livres, a Contemporanea - Revista de Comunicação e Cultura reúne sete artigos dedicados à discussão de fenômenos comunicacionais contemporâneos no marco dos contextos urbanos, das redes sociais, dos modos de produção, consumo e retóricas midiáticas e do ensino da comunicação.

O artigo que abre esta edição “O metrô de São Paulo e problema da rede”, de Janice Caiafa, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, apresenta uma vigorosa leitura comunicacional do metrô como rede, articulação de pontos que mobilizam sistemas comunicativos de interfaces humanas e maquinicas. O fenômeno da rede social é também visto, por um outro marco, no artigo seguinte, “A gente se vê pela rede: cultura de fãs e participação *online* na minissérie #felizesparasempre”, de Cecília Almeida Rodrigues Lima e Janaína de Holanda Costa Calazans, da Universidade Federal de Pernambuco. As autoras buscam mapear redes de narradores no *Twitter* da minissérie *Felizes para Sempre?* (Rede Globo, 2015), apontando modos de conexão entre os fãs das séries e entre eles e os conteúdos exibidos.

O debate sobre práticas de consumo e de produção de ficção seriada atravessa o texto “Netflix, discursos de distinção e os novos modelos de produção televisiva”, de Mayka Castellano e Melina Meimaridis, da Universidade Federal Fluminense. Direcionando agora o olhar para a produção seriada de um site de *streaming*, as autoras argumentam que, apesar de elementos narrativos de ruptura com padrões clássicos da TV norte-americana, ainda imperam, como formas de continuidade, lógicas da economia política da televisão.

O artigo seguinte, “Valores comportamentais na preferência de uso da rede social *twitter*”, de Lorena Magalhães Freire da Silva, Everaldo Marcelo Souza da Costa, Igor de Jesus Lobato Pompeu Gammarano e Emílio José Montero Arruda Filho, da Universidade do Amazonas, traz uma abordagem sobre o consumo midiático ao apresentar estudo de caráter exploratório, pautado na *netnografia*, sobre comportamentos dos usuários do *Twitter*. Resultados da pesquisa apontam para o uso da rede social com finalidades hedônica e social, embora usuários justifiquem sua posição pelas suas necessidades utilitárias.

No artigo “Lula, Dilma e FHC: a mentira e a verdade na comunicação”, Jacques Alkalai Wainberg, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, localiza marcadores retóricos nos discursos políticos de Lula, Dilma Rousseff e Fernando Henrique Cardoso. A análise de nove discursos de cada figura política aponta indícios retóricos suspeitos e o papel da emoção nesse tipo de manifestação.

Os dois últimos artigos desta edição se dedicam ao tema das transformações no jornalismo, na perspectiva da prática profissional e do ensino. “Ética e transformações no jornalismo - a persistência de antigos dilemas frente à inserção tecnológica”, de Edgard Patrício, da Universidade Federal do Ceará, apresenta análise das falas de 15 jornalistas de Fortaleza com o intuito de construir uma espécie de cartografia dos dilemas éticos do jornalismo frente aos novos usos da tecnologia no processo de produção da notícia. Por fim, o artigo “Processos de investigação/pesquisa em comunicação social/jornalismo: pistas sobre as mudanças pós-Bolonha”, de Francisco Gilson Rebouças Porto Júnior, da Universidade Federal do Tocantis, investiga aspectos relacionados à criação de um “sistema europeu” de ensino superior, o denominado Processo de Bolonha. O autor apresenta a avaliação que professores-gestores de universidades portuguesas fazem dos processos de formação desenvolvida e a relação com a investigação/pesquisa após a inserção do Processo de Bolonha.

Boa Leitura!

As editoras