

Editorial

A reformulação editorial que anunciamos na edição anterior em *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática* prossegue nesta edição. Com a introdução da versão eletrônica, alteramos seu leiatue para proceder às adequações necessárias. Também vamos manter uma versão impressa para distribuição aos autores e programas de pós-graduação em Comunicação do Brasil.

Registramos novamente que procedemos à alteração no registro de numeração de seus volumes para adequar às normas vigentes, sem que isso interfira na sua contagem. Assim, o volume 14 corresponde ao que, anteriormente, designávamos por volume VII, julho-dez de 2008, número 2.

Esta edição prossegue com os dossiês temáticos. Apresentamos inicialmente o Dossiê mídia, esfera pública e esfera privada. Apresentamos o artigo de Gino Giacomini Filho, professor do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul. Ele analisa a responsabilidade social da indústria da comunicação tendo em vista os conteúdos transmitidos, utilizando-se de estudo bibliográfico e pesquisa de campo com organizações da indústria da comunicação da Região do ABC paulista.

Noutra perspectiva empresarial, Fabiane Sgorla e Maria Ivete Trevisan Fosá, respectivamente uma mestra pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFSM e sua orientadora, estudaram os sites organizacionais. Tomando-os enquanto espaços midiáticos importantes para as organizações privadas, faz uma abordagem da esfera privada imbricada no espaço público. Estudando o setor calçadista do sul do Brasil, elas o fazem a partir de uma apreciação comparativa com a evolução dos sites noticiosos baseada nas fases do webjornalismo.

Cristiano Aguiar Lopes Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília, Consultor Legislativo da Câmara dos Deputados, analisa as licitações para a outorga de concessões e permissões de rádio e televisão. Ele constata a interferência do critério econômico para as outorgas de radiodifusão e que elas podem ser utilizadas como moeda de barganha política antes da obrigatoriedade de realização de licitações, através de certas brechas. Trata-se de uma abordagem crítica das relações entre esfera pública e privada na atividade midiática.

Na Sessão Mídia e identidades contemporâneas, Simone Maria Rocha, Carolina Abreu Albuquerque e Renata Carneiro de Oliveira, integrantes de grupo de pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade

Federal de Minas Gerais analisam as relações entre cultura brasileira e noticiário televisivo. A questão do gênero televisivo reportagem é enfocada no posicionamento dos atores com vistas a captar como os diferentes sujeitos são convocados para oferecer opiniões sobre a identidade brasileira.

Maria Alice de Faria Nogueira, mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUCRJ e professora da Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, estuda duas ações de comunicação publicitária da Coca-Cola. Detendo-se em peças feitas na década de 1940 e na década de 2000, o trabalho também aborda o tema da identidade nacional e seu projeto de nação no período em referência.

Outros artigos que apresentamos são de Vilso Junior Santi, doutorando pela FAMECOS-PUCRS e Márcia Franz Amaral, professora de nosso programa de pós-graduação, que aborda o círculo da cultura de Johnson. O professor Amarildo Luiz Trevisan, do Programa de Pós-graduação em Educação da UFSM que aborda a questão da reificação e seus efeitos sobre o indivíduo. O artigo enfoca as contribuições de Honneth e Jameson, em sua interconexão com a atividade comunicativa. Por fim, Fabio Souza da Cruz da universidade Católica de Pelotas e Guilherme Carvalho da Rosa, da Universidade Federal de Pelotas estudam as circunstâncias de recepção e produção de um documentário. Inquirindo como os espaços urbanos são tratados, o artigo reflete sobre uma produção de acadêmicos de cinema da Universidade Federal de Pelotas através de um olhar teórico-metodológico está voltado para dois momentos.

Ada Cristina Machado da Silveira – Editora