

Aos leitores

É com muita satisfação que apresentamos o novo número da *INTERCOM – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. Reunindo a já tradicional coletânea de artigos sobre temáticas variadas e relevantes para o campo da Comunicação Social, essa edição se destaca, sobretudo, por mostrar a área numa espécie de “linha do tempo”, ou seja, cada estudo faz um retrato de uma época a partir de seu objeto, o que revela, em última instância, um panorama de como a Comunicação vem se desenvolvendo ao longo do tempo.

Partindo do aspecto cronológico, o primeiro artigo se situa entre 1846 e 1847 e analisa os mais importantes periódicos constitucionais clandestinos publicados em Portugal durante a chamada Guerra da Patuleia. Já no início do século XX, em outro estudo, temos o surgimento da publicidade brasileira sob o viés da história do Rio de Janeiro que, ao ser remodelada como cidade capital, direcionou não somente uma nova arquitetura de fluxos, como também, e principalmente, gerou novos comportamentos regidos pela urbanização. Ainda no século passado, uma pesquisa analisa textos publicados entre 1926 e 1935 pelo Barão de Itararé – jornalista Apparício Torelly –, no semanário humorístico *A Manhã*, também no Rio de Janeiro. Dando um salto para o cinema, outro texto analisa as produções do filme *5 vezes favela* – comparando o longa feito na década de sessenta e sua refilmagem em 2010.

Dando continuidade a essa linha do tempo, alguns estudos de casos presentes nessa edição revelam aspectos interessantes e pontuais da Comunicação. É o caso da pesquisa que teve como foco uma comunidade de pescadores de Corumbá (MS) e seu plano integral de Comunicação num setor econômico em crise, e o estudo com base na Comunicação e representações sociais nas relações de trabalho no pólo de confecções de Santa Cruz do Capibaribe (PE). O outro texto versa sobre a transição da comunicação corporativa na atualidade analisando as possibilidades de participação nas mídias organizacionais.

Na ponta final dessa perspectiva temporal, chegamos aos dias de hoje, com quatro artigos específicos: um faz uma análise sobre o saber produzido pelas notícias nas sociedades modernas; outro que aborda as novas tecnologias de informação e Comunicação, numa junção entre políticas culturais no México e o uso do Facebook; o terceiro é sobre o projeto *Canal*Motorboy* (de São Paulo) que experimenta a confluência das redes Internet e celulares; e o último estuda a convergência recente entre os setores brasileiros de comunicação de massa e de telecomunicações.

A opinativa seção *Arena* reúne dois textos dos renomados José Marques de Melo e Manuel Chaparro. O primeiro traça uma linha cronológica por si só ao resgatar e analisar a Expocom, jornada criada no início da década de 1990, com o objetivo de valorizar os trabalhos experimentais em Comunicação, mobilizando os estudantes e professores da graduação. O segundo mostra um panorama histórico numa reflexão sobre o cenário atual da mídia na Europa, especialmente na Espanha, em contraste com algumas ações e experimentos da América Latina.

A entrevista, como sempre feita com um pesquisador internacional, traz o mexicano Jorge A. González discutindo a *cibercultur@* - com arroba -, resumidamente, um conceito que relaciona as culturas do conhecimento, de comunicação e de informação no processo de organização social que perpassa a apropriação e uso mais humanizado e compartilhado das tecnologias.

Por fim, a tradicional seção de resenhas indica algumas das principais obras do campo da Comunicação lançadas recentemente.

Agradecemos, imensamente, aos autores¹, membros do conselho Editorial e demais colaboradores dessa edição, ressaltando o esforço de todos para produzir um material de qualidade na constante busca pelo aperfeiçoamento da revista. Estamos atentos para atender os critérios de qualidade dos sistemas de avaliação e indexação do campo das Ciências Sociais Aplicadas – Comunicação, evidenciando a vocação da *INTERCOM – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação* de pensar e discutir nosso campo de atuação e a pesquisa incentivando a produção e o compartilhamento do conhecimento.

Boa leitura!

Equipe editorial

¹ E, claro, autoras e colaboradoras.