

## ***Apresentação***

### ***Olhares para um mundo midiaticizado***

A sociedade em que vivemos é marcada pela presença dos meios de comunicação que, por sua vez, vivem marcantes transformações provocadas pelas novas tecnologias digitais. Neste aspecto, as mudanças não se limitam ao instrumental, ou seja, ao uso das tecnologias como apoio. Mudaram-se os hábitos, a cultura, a filosofia e, conseqüentemente, a relação interpessoal. Com base nestes princípios, preparamos esta edição, que contempla artigos selecionados internacionalmente, em fluxo contínuo e avaliação às cegas por pares acadêmicos. Ao todo, apresentamos 12 textos, nas mais diversas abordagens ao redor da comunicação midiática.

No espectro das discussões, apontamos o artigo “Generative AI in Political Communication - A Conceptual Literature Review”, que apresenta uma revisão de literatura providencial e necessária para se compreender a Inteligência Artificial Generativa, tema que ocupa espaço nas pesquisas contemporâneas e vive expressiva rapidez de resultados.

No mesmo ambiente, mas de maneira antagônica e crítica, apresento o artigo intitulado “Dependência Digital e Revolução Brasileira: Por uma Reforma da Comunicação e Soberania Tecnológica no Século XX”. Afinal, a dependência digital é uma das preocupações que a convivência com a IA Generativa nos traz.

Com a preocupação de discutir a relação direta entre cidadãos e meios, apresentamos o artigo que aborda o design: “O papel do design gráfico na remediação de conteúdos midiáticos: análise de um exemplo prático”. A relevância destes debates é fundamental, pois cabe ao design o primeiro estágio de relação amigável numa sociedade midiaticizada.

E, por falar em sociedade midiaticizada, um dos impactos vividos por ela está na educação. Por este motivo, apresentamos o artigo “Aprendizagem Baseada em Vídeo no ensino de Geografia: uma proposta educacional para o desenvolvimento crítico de estudantes”, que aborda uma prática crescente na contemporaneidade: o suporte audiovisual.

Para além da educação, convivemos de maneira expressiva com mudanças no consumo e na construção da opinião pública. Isso nos leva ao próximo artigo apresentado nesta edição, intitulado “Publicidade social e a denúncia de violência contra a mulher: estratégias de análise advindas de Boltanski”, e que aborda uma problemática presente e crescente na sociedade: a violência de gênero. No âmbito da violência de gênero, destacamos,

também, o artigo “Ataques misóginos no Instagram: mediações algorítmicas e performatividade política de Janja Silva nas Eleições de 2024”, que aborda os ataques misóginos no campo da política brasileira.

Outra realidade vivida pela sociedade contemporânea está presente na evolução e compreensão de patologias, assim como os seus efeitos a partir da realidade midiática. Para tanto, apresentamos o artigo intitulado “Entre vulnerabilidades e extremismos: o autismo na encruzilhada entre desinformação, trauma social e radicalização online” e a resenha “Infância autista, telas e pertencimento no cotidiano digital”, ambos textos no campo da sociedade midiática e do autismo.

Na sequência da publicação, apresentamos o artigo “As novas ecologias dos meios e as estratégias de comunicação nas relações públicas: uma análise ao Facebook da Escola Superior de Jornalismo de Moçambique”, que aborda uma realidade além-mar e continente e reforça o diálogo científico no mundo lusófono.

No campo das mudanças interpessoais, agregamos o artigo intitulado “Cinema TikTok: um estudo sobre a linguagem audiovisual no aplicativo”. O estudo envolve, além da relação entre sociedade e meios, os efeitos de linguagem que envolvem tal relação.

Finalmente, apresentamos o artigo “Retórica Audiovisual das Notícias: A Construção Visual da Credibilidade na Realidade Mediática”, que reforça a compreensão sobre o Jornalismo no ecossistema midiático contemporâneo, onde a credibilidade (e, por sua vez, as críticas a isso) tem sido frequentemente enfrentada.

Desejamos a você uma excelente leitura, e que este número cumpra com o que tem sido a missão da revista Comunicação Midiática desde o seu surgimento: o desenvolvimento dos estudos sobre comunicação. Boa leitura.

**Aline Camargo**

**Denis Renó**

Editores da Revista Comunicação Midiática