



No bojo da realização da Primeira Conferência Nacional de Comunicação, realizada em dezembro de 2009, as relações entre Comunicação e Política no Brasil estão cada vez mais complexas. As tecnologias de comunicação, especialmente das chamadas mídias sociais, tornaram-se imprescindível espaço no jogo político nacional. As comunidades de orkut, o twitter, os blogs e o youtube deram visibilidade às diversificadas vozes contrárias à velha política das oligarquias brasileiras, assentadas sob o marco das relações de clientelismo e compadrio arraigado no concentrado ambiente da radiodifusão pós-ditatorial, ao mesmo tempo em que se tornaram importante ferramenta de *marketing* político, para além do tradicional Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral. Por outro lado, o acesso a estas mídias sociais ainda é muito restrito e depende, fundamentalmente, de políticas públicas para a sua democratização. O campo de estudo ainda é fértil em exemplos de senadores, governadores, deputados que usam seus veículos de comunicação contra seus rivais; programas televisivos que usam recursos de edição para favorecer seus interesses políticos; jornais que dão maior espaço a um candidato em detrimento de outro; meios de comunicação financiando campanhas políticas e vice-versa. Assim, todo o cenário que marcou os estudos de mídia e política nos últimos 25 anos mantém seu vigor embora apresente importantes desafios epistemológicos e ontológicos.

Esta edição da Revista Eco-Pós dedica-se ao cenário da Comunicação e Política. Na nota de conjuntura, Afonso Albuquerque, da UFF, avalia o quadro analítico da propaganda política na televisão. Partindo da revisão crítica da proposta apresentada no livro *Aqui você vê a verdade na tevê: a propaganda política na televisão*, a nota debruça-se sobre a lacuna na pesquisa brasileira frente algumas questões atuais como o papel dos partidos políticos nas campanhas proporcionais, a propaganda negativa e o papel dos consultores de *marketing* político. O dossiê temático apresenta sete artigos. O primeiro, de Adriano Duarte Rodrigues, da Universidade Nova de Lisboa, discute o papel do quadro enunciativo na constituição de sentido do discurso midiático e a interferência dos dispositivos nestas mediações. As análises eleitorais são temas de três artigos: Fernando Lattman-Weltman, da FGV, analisa os usos da Internet como ferramenta eleitoral na campanha de 2008 no município do Rio de Janeiro; Fernando Antônio Azevedo, da UFSCar, analisa o conservadorismo da grande imprensa através do escrutínio da cobertura do Partido dos Trabalhadores nas eleições presidenciais entre

1989 e 2006; já Carolina Almeida de Paula, do IUPERJ, retorna ao momento de transição entre ditadura e democracia na República de 1946 para abordar a cobertura eleitoral do período pela imprensa do estado do Paraná.

A comunicação política aparece em dois artigos. O artigo de Maria Helena Weber, da UFRGS, aprofunda o debate sobre a Imagem Pública, que se estabelece por meio de ações, discursos e comportamentos próprios da política e das instituições públicas, e os processos de estruturação e intervenção. A revisão bibliográfica das correntes americana e européia de estudo da comunicação política é o objeto do artigo de Neusa Demartini Gomes, da PUCRS. Fechando o dossiê, Kelly Prudêncio, da UFSC, e Marcelo Batalha, da Unicamp, retomam o ambiente da Internet para verificar as estratégias de inserção política nesse ambiente a partir do estudo da experiência do Centro de Mídia Independente.

A seção perspectivas traz quatro artigos sobre temas diversos. Tara Collington, da Universidade de Waterloo, aborda a relevância dos conceitos bakhtianos como ferramentas heurísticas para o estudo das adaptações ficcionais. João Freire Filho, da UFRJ, resgata o debate estético e revisa as discussões sobre qualidade nos produtos audiovisuais, especialmente nos produtos televisivos, nos Estudos Culturais. O processo de apuração no jornalismo online é tema do artigo de Vilso Junior Chierentin Santi, da PUCRS. Por fim, Renata Barreto Malta, da UMESP, dedica-se a esmiuçar a lógica da Sociedade dos Sonhos, de Robert Jensen, e seus reflexos na indústria televisiva.

Para fechar esta edição, temos resenhas de duas coletâneas. A primeira, de Juliana Fernandes Teixeira, sobre o *Global Journalism Research: theories, methods, findings, future*, organizada por Martin Löffelholz e David Weaver, de 2008. A segunda resenha, de Igor Sacramento, da UFRJ, trata do livro *A TV em transição: tendências na programação televisiva no Brasil e no mundo*, organizado por João Freire Filho, reunindo os textos das palestras proferidas no seminário de mesmo nome, promovido pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRJ e pelo programa Globo Universidade, em 2009.

Boa leitura! Equipe editorial Eco-Pós.