

APRESENTAÇÃO

Brechós, políticas públicas de educação, jornalismo audiovisual e *k-pop* compõem a diversificada “colcha” de horizontes da presente edição de *e-Com*. Uma vez mais, a publicação reúne discussões inovadoras acerca de nuances relativas a diversas searas do conhecimento, da Comunicação Social ao Jornalismo, das expressões artísticas ao *design*.

No artigo “Os brechós de Instagram e a economia da confiança – Interação e compra de roupas de segunda mão pela rede social”, Rafaela Chaves Freitas e Ramon Bezerra Costa partem da hipótese de que os brechós enfrentam um “processo de ressignificação”, relacionado à “popularização do acesso às tecnologias digitais de comunicação” e à “redução da resistência das pessoas em consumir roupas de segunda mão”.

O trabalho busca problematizar tais mecanismos de ressignificação, na cidade de São Luís (MA), com ênfase em três perfis do Instagram. Os autores desenvolvem a investigação com base na chamada “teoria da economia da confiança”, processo de vinculação social – e comunicacional – relativa a “formas de produzir e consumir bens e serviços” por meio das práticas de compartilhamento. Para tal, além de revisão bibliográfica, recorre-se a entrevistas semiestruturadas em profundidade e a observação não participante.

Já em “Inserção de tecnologias nas escolas públicas – O ‘modelo’ utilizado pelo estado e suas contradições”, Lívia Andrade Coelho e Maria Elizabete Souza Couto discutem o modo como as políticas públicas têm sido implantadas, pelo Governo Federal, com vistas à inserção de tecnologias digitais nas escolas públicas, desde a década de 1980, em “regime de adesão, que trabalha com a ideia de responsabilização dos ‘parceiros’”.

Ao observar tal modelo de política pública educacional, as autoras investigam as “condições infraestruturais da estrutura de Tecnologia (TI) das escolas públicas, no que tange aos desdobramentos dos projetos e programas implementados ao longo das últimas décadas”. No ver das pesquisadoras, independentemente do formato adotado para implementação das políticas – sejam ações do Governo Federal, sejam de estados e

municípios –, é vital que “o regime de cooperação e colaboração entre os entes federados efetivamente aconteça”, para instauração de “políticas de estado, e não de governo”.

Com olhos voltados a outro território empírico, Beatriz Becker, Igor Waltz, Heitor Machado, Juliana Teixeira, Allysson Martins, e Ainara Larrondo analisam, em “Jornalismo audiovisual e jovens universitários – Produção e consumo no Brasil e no território ibero-americano”, as reconfigurações, a produção e o consumo de tal modalidade, para perceber como a juventude busca informação no ambiente convergente.

O trabalho apresenta os resultados de pesquisa com alunos de Comunicação Social e Jornalismo das cinco regiões do Brasil e do território ibero-americano, via aplicação de questionários. Apontam-se, ainda, as “características das notícias em áudio e vídeo dos sites jornalísticos mais acessados por universitários no Brasil, em Portugal e na Espanha”, segundo cinco categorias: objetivos e estratégia comercial; *homepage*, armazenamento e acesso; usos e formatos de vídeos; interação com as redes; e linguagens e temáticas.

Por fim, em “A imagem na indústria fonográfica – Como o *k-pop* conquistou o mercado da música ocidental”, Adriana de Barros Ferreira Cunha e Laiza Ferreira Kertscher recorrem às teorias e aos conceitos da Comunicação Social e dos estudos de imagem para analisar a ascensão da música pop da Coreia do Sul. Dedicam-se, pois, à observação espontânea do fenômeno, para entender como o gênero – construído segundo ideais da sociedade espetacularizada – apoiou-se na imagem ds artistas para conquistar destaque.

Além disso, relacionam o “impacto das evoluções tecnológicas na indústria da música – em especial, do cenário de propagabilidade proporcionado por ferramentas como o YouTube – como um dos principais difusores do *k-pop*”.

Boa leitura!

Maurício Guilherme Silva Jr.

Editor-chefe | *e-Com*

mauricio.junior@prof.unibh.br