

EDITORIAL

Ciberlegenda N° 31 – 2014/2

Caros colegas,

Esta edição reúne artigos que buscam refletir acerca do sujeito midiático e seus diferentes regimes de visibilidade. O esmaecimento das fronteiras que dividem as esferas pública e privada do indivíduo contemporâneo, acompanhado da crescente presença de dispositivos midiáticos em seu cotidiano, tem transformado as maneiras de ser percebido e de se fazer perceber no mundo. Com isso, os próprios processos de subjetivação têm sido diretamente influenciados por novas práticas comunicacionais, marcadas por lógicas de valorização da visibilidade.

Os 11 artigos que compõem esta edição trazem ângulos distintos sobre o tema, com especial ênfase nas articulações entre cultura, celebridade e autenticidade. Os autores participantes analisam os mais diversos fenômenos comunicacionais ligados ao tópico da chamada: processos de celebritização e midiatização da sociedade; representações biográficas nas mídias; narrativas confessionais; autenticidade e consumo de celebridades. Ressaltamos que esta edição é aberta com uma contribuição de Olivier Driessens, pesquisador do Departamento de Mídia e Comunicação da London School of Economics (LSE), o que reflete o desejo da Ciberlegenda de manter um constante diálogo entre diferentes contextos acadêmicos.

Agradecemos a colaboração de todos os autores que participaram deste número, destacando mais uma vez o importante trabalho da equipe editorial e dos pareceristas.

Atenciosamente,

Bruno Campanella e Felipe Muanis

Coordenadores da Equipe Editorial