

Editorial

O olhar dos colaboradores desta 9ª Edição da Revista Miguel se voltou especialmente para o cinema e para as relações da comunicação com a internet e as redes sociais. Os artigos tratam de temas tão diversos como o uso das ferramentas digitais por músicos, por padres e por grandes empresas de varejo, com o objetivo de chegar cada vez mais próximo do público. No caso dos três trabalhos de cinema, eles abordam questões ao mesmo tempo distintas – como figurino, uso de imagens de arquivo familiares e representações de mitos em um filme – mas que, por outro lado, perpassam um mesmo ponto: a linguagem cinematográfica. Em todas as pesquisas, é possível perceber uma preocupação em entender os códigos de nosso século e o que move o ser humano durante a sua existência.

Beatriz de Paula Barbosa Freitas examina dois videoclipes, de um rapper brasileiro e de um rapper norte-americano, para demonstrar como eles podem influenciar na identidade de jovens. O objetivo é tentar entender a responsabilidade dos comunicadores no uso das ferramentas digitais e suas interações sociais, especialmente com a juventude do século XXI

Dominique Serra da Silva Machado propõe fazer uma análise do figurino como um tipo de recurso linguístico para a construção de personagens em filmes. Para isto, utiliza um método pouco explorado, o Sistema Kibbe.

Fernando Annunziata reflete sobre como o texto publicitário é um importante componente de marca e tem papel fundamental na tradução identitária dela. Ele usa como base a campanha desenvolvida pela Ponto Frio nas redes sociais para o reposicionamento da empresa varejista.

Gabriel Pereira Meirelles pesquisa a estratégia de inserção digital de padres por meio da criação de sites próprios. Neles, há a produção de aulas e cursos sobre conteúdos de doutrina, história da Igreja, espiritualidade e vida cristã. Como uma das bases do estudo, ele analisa a ação na internet de padre Matheus Muniz Aquino, da Arquidiocese do Rio de Janeiro.

Gabriela Santiago de Matos utiliza o longa-metragem *Vermelho Bruto ou o retorno do planeta* (2022), de Amanda Devulsky, para analisar a relação das quatro colaboradoras do filme com a cidade de Brasília. O artigo examina sequências filmadas no presente e o uso de imagens de arquivo familiares para discutir diferentes aspectos, inclusive as representações que existem da capital do país.

Julia Guerreiro indaga de que forma as marcas se posicionam no ambiente digital, mais especificamente no TikTok, para reforçar o posicionamento de marca e se aproximar do público que domina a plataforma: a geração Z.

Morgana Leandro toma como objeto o filme *The Matrix*, das irmãs Lana e Lily Wachowski, para estudar as representações do mito no cinema. O artigo mostra como elementos míticos estão presentes no filme *The Matrix* de formas variadas e

são fundamentais para a construção do enredo e apresentar uma série de discussões sobre a existência humana.