

A Revista Miguel chega à 10ª edição com pesquisas que mostram como a comunicação se relaciona com o mundo virtual e o mundo real. A produção de conteúdo para as redes digitais está presente em artigos que refletem sobre humanização de marcas nas redes sociais e como o jornalismo se adapta às novas formas de consumo de notícias da Geração Z. Por outro lado, um trabalho conta a estratégia da empresa Apple em duas campanhas publicitárias para conquistar a fidelização dos consumidores e, assim, a formação de comunidades. Mas há pesquisas que analisam representações do mundo real, como narrativas sobre o subúrbio carioca, o olhar para protagonistas mulheres em dramédias e o papel de uma mídia comunitária para a inclusão na saúde e respeito a direitos democráticos.

Athur Gonçalves Bomfim conta um pouco da história da TV Pinel, que atuou entre 1996 e 2014, e o legado que ela deixou para uma comunicação que pretenda ser ética e inclusiva. Ele ressalta para o fato de que a prática de uma comunicação comunitária contribui para reforçar os direitos democráticos.

Giovanna Bastos Fraguito usa como exemplos os portais G1 e Uol para analisar de que maneira o jornalismo tradicional se adapta às novas formas de consumo dos nativos digitais e sociais que fazem parte da geração Z. O artigo também toma como base relatórios dos hábitos de consumo de notícias.

Maria Clara De Grossi Firman escolheu como objeto de estudo postagens, trocas e interações feitas pela plataforma de streaming Netflix na mídia digital X, conhecida anteriormente como Twitter. Ela examina o fenômeno de humanização das marcas que ocorre nas redes sociais digitais, em especial nas estratégias de personificação e *brand persona*.

Maria Eduarda Lucena analisa duas campanhas publicitárias da Apple para investigar como a empresa conquista a fidelização dos consumidores. Ela demonstra que as estratégias de marketing da companhia cultivam senso de pertencimento e usam narrativas que estabelecem uma base sólida para a formação de uma comunidade de consumidores leais, unidos por valores, experiências e aspirações comuns.

Maria Luíza Parracho desenvolve um estudo sobre como o audiovisual constrói narrativas para traduzir o subúrbio carioca e até que ponto as representações são fiéis à realidade ou reforçam estereótipos. Para isto, ela examina a linguagem do seriado *A Grande Família*, da TV Globo, e o videoclipe *Gueto*, da cantora Iza.

Raquel Galdino Sampaio elege a obra *The Marvelous Mrs Maisel*, da *showrunner* Amy Sherman-Palladino, para investigar a representação das mulheres protagonistas das dramédias contemporâneas. O artigo aponta que o gênero, mistura de drama e comédia, trabalha bem questões sobre feminilidade porque aprofunda os conflitos das personagens pelo drama e ironiza os problemas por meio da comédia