

As narrativas do século 19 foram dominadas pelas técnicas do romance realista, com evidentes influências sobre o jornalismo e a publicidade. As do século 20, pelas imagens seriadas do cinema e pela TV. As do começo do século 21 parecem estar submetidas à fragmentação das redes digitais. Nesta edição da *Revista Famecos*, o passado e o futuro das imagens, com suas múltiplas conexões no campo da Comunicação, são analisados a partir de pontos de vista que se originam dos Estudos Culturais, da Análise Fílmica, da Sociologia do Imaginário e de campos menos facilmente conceituados.

É sempre arriscado estabelecer fronteiras geográficas e limites temporais. Os romances realistas forneceram a base do *New Journalism*, mais de um século depois de *Madame Bovary*, e o “primeiro cinema” dos irmãos Lumière e de Edison não está muito distante de vídeos do Youtube que têm milhões de espectadores. Por isso, antes de simplificar e buscar essências, a função dos pesquisadores de Comunicação é procurar conexões entre tecnologias, práticas e produtos. As duas primeiras partes desta revista – *Cinema e Imagens* – são dedicadas a este estudo.

As duas partes seguintes não se afastam muito do território que descrevemos acima. As novas relações sociais e econômicas estabelecidas na internet são o tema de três ensaios quase complementares da seção *Consumo*. Já em *Subjetividades* dois artigos, um de base mais teórica e outro com um objeto concreto, dialogam com os novos estatutos do sujeito contemporâneo.

Esta edição da *Revista Famecos* é um espelho das inquietações de pesquisadores brasileiros de diferentes estados, às vezes separados por milhares de quilômetros, que parecem estar muito atentos ao poder das imagens digitais e de suas consequências na vida de todos nós.

CARLOS GERBASE