

EDITORIAL



É com satisfação que apresentamos aos nossos leitores o volume 1, número 2, da Revista Paradoxos, que se dedica a temas relacionados à Tecnologia, Comunicação e Educação a partir de uma ótica interdisciplinar. Nesta edição, reunimos oito artigos que materializam, primeiro, a heterogeneidade temática de pesquisas que se efetivam na interface constitutiva de nossa publicação e, segundo, a pluralidade de vozes representada pela variedade de pesquisadores e de instituições das cinco regiões brasileiras. Assim, convidamos você, leitor, a se aventurar pelos trabalhos que compõem este volume; percorrendo as inquietações que suscitam e as reflexões que sugerem.

Na abertura deste número, a Paradoxos apresenta o trabalho de Suyanne Tolentino de Souza, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, que traz uma contribuição valiosa para o debate sobre a interdisciplinaridade. No artigo intitulado "Educação e Comunicação: a aproximação entre as ciências", a autora investiga a relação entre os campos da Educação e da Comunicação a partir de um mapeamento da produção científica sobre essas duas grandes áreas do conhecimento e conclui que as pesquisas estão divididas em quatro subcampos de estudo: educação para os meios de comunicação; educação pelos meios de comunicação, tecnologias da informação e linguagens; gestão para comunicação, professores e escolas; e epistemologia da comunicação.

Em "Redes Sociais e a Prefeitura de Curitiba: o caso da página do executivo municipal no Facebook", os pesquisadores André Luiz Barriento, Débora Cristina Tavares e José Carlos Leite, todos do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso, investigam o uso e a apropriação das novas tecnologias da informação e comunicação pelo poder público a partir do estudo de caso da página do Facebook da Prefeitura de Curitiba-PR. Com mais de meio milhão de seguidores, o executivo municipal da capital paranaense desmonta a imagem de órgão público e assume o de pessoa que participa do ambiente comunicacional, alterando a relação que estabelece com seus seguidores.

Na sequência, Aleta Tereza Dreves e Maria Cristina Gobbi apresentam os resultados de dissertação de mestrado que buscou traçar o perfil digital dos jovens universitários da Universidade Federal do Acre. Levando em consideração as especificidades da juventude do Acre e sua relação com as tecnologias de informação e comunicação, as autoras concluíram, em "Tempos de Convergência: o perfil digital do jovem universitário da UFAC" que o perfil dos jovens universitários é um perfil digital, condizente com a Geração "Y", mas que eles estão reconfigurando as formas de uso das tecnologias.

No artigo "Cinema brasileiro contemporâneo e seu interesse nos jovens de classe média urbana: um olhar prospectivo", Rodrigo Bomfim Oliveira e Eliana Cristina Paula Tenório de Albuquerque, ambos da Universidade Estadual de Santa Cruz (BA), se debruçam sobre o terreno das representações da juventude no cinema brasileiro atual, especificamente nas obras "As melhores coisas do mundo" (2010) e "Desenrola" (2011), a partir de códigos culturais próprios como hobbies, gírias, músicas, roupas, pedagogias do amor e pelos meios pós-massivos de comunicação, sobretudo pela WEB.

Em "Media Training: ferramenta da comunicação corporativa no relacionamento com

a mídia", Leandro Olegário e Clarisse Lemos da Silva Pimentel, do Centro Universitário Ritter dos Reis (RS), refletem como o Media Training tornou-se uma ferramenta indispensável no/para o processo comunicacional das corporações, bem como sobre a preparação de porta-vozes e lideranças para se comunicarem com a mídia. Para tanto, os autores resvalam em questões como o posicionamento das organizações em situação de crise, a atitude de transparência, a imagem e a credibilidade institucionais.

Jociene Carla Bianchini Ferreira Pedrini, Alexandre Arcangelo, Karolina Ribeiro da Silva e Kayc Pereira Alves, da Universidade Federal de Mato Grosso (MT), em "Pauta verde: a assessoria de comunicação do projeto 'Cuidando das Nossas Águas'", convidam-nos a conhecer a experiência da assessoria de comunicação do projeto "Cuidando das Nossas Águas", realizada na região do Vale do Araguaia pelos acadêmicos do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Campus Universitário do Araguaia (UFMT-CUA). O estudo ressalta a necessidade das questões ambientais estarem mais presentes na pauta jornalística das mídias regionais.

Ainda na esfera do jornalismo e do meio ambiente, Allan Soljenitsin Barreto Rodrigues, da Universidade Federal do Amazonas, apresenta no artigo "Análise da contextualização e da sensibilização do jornalismo científico na Amazônia" os resultados de pesquisa que analisou matérias relacionadas ao meio ambiente e à ciência na Amazônia, buscando aferir o impacto e a qualidade do material produzido em relação ao potencial educativo da cobertura jornalística sobre ciência na região.

Por fim, na busca por compreender como o público se envolve emocionalmente com os candidatos dos reality shows musicais, Maria Érica de Oliveira Lima e Marília Graziella Oliveira da Silva, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (RN), no artigo "Do anonimato à fama: como a produção de ídolos instantâneos em reality shows", analisam o programa norte-americano "The Voice" a partir dos conceitos de ídolo, mito hipermoderno, espetacularização da sociedade e economia afetiva.

Desta forma, agradecemos aos envolvidos nesta segunda edição da Paradoxos (volume 1, número 2 de 2016): aos autores - que trouxeram reflexões importantes e atuais para a interface Educação-Comunicação-Tecnologia -, ao Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação (UFU) - onde se insere essa publicação -, aos pareceristas, editores, assistente de edição e diagramadores pela dedicação e empenho; e reforçamos o convite para a leitura dos trabalhos aqui presentes.

Ivanise Hilbig de Andrade
Vinicius Durval Dorne

Editores