

EDITORIAL

Prezados leitores, é com satisfação que a Paradoxos chega ao seu segundo ano de existência, com este número 1, vol. 2. Nesta edição, apresentamos reflexões e olhares pontuais sobre diferentes fenômenos comunicacionais inseridos no atual cenário de convergência midiática: das práticas rotineiras de troca de mensagens em aplicativos móveis ao processo de ensino aprendizagem em MOOCs (*Massive Open Online Courses*). As diversas análises empreendidas evidenciam como a tecnologia, aliada à comunicação e à educação, podem promover trocas simbólicas, interação, resistência e empoderamento.

No artigo "*Learning Analytics* em MOOCs: análise da Big data educacional dos cursos Telelab", os pesquisadores Maria José Baldessar e Breno Biagiotti discutem a aplicação de técnicas de *Learning Analytics* (LA) nos cursos massivos Telelab, com foco na implementação do processo de ensino aprendizagem em MOOCs, por meio da análise e predição de Big Data Educacional (BDE). No trabalho, os autores apresentam os alcances do LA e os desafios a serem enfrentados.

Na sequência, Ana Paula Pinto de Carvalho e Mônica Cristine Fort se debruçam sobre o aplicativo de troca de mensagens instantâneas presente em grande parte dos celulares dos brasileiros: o Whatsapp. No trabalho "Interações por emojis no WhatsApp: significados e sentimentos nas trocas comunicacionais", discutem, a partir da realização de dois Grupos Focais, o uso desse App, especificamente quanto ao uso de emojis na construção de mensagens, entre profissionais de Comunicação e Marketing. Ressalta-se como a dimensão simbólica dos emojis pode facilitar e simplificar a comunicação entre os profissionais da área.

Dos aplicativos de troca de mensagens instantâneas às redes sociais digitais, especificamente o Facebook, Melissa Streck analisa a construção da felicidade a partir da interface gráfica em "Compartilhamento da felicidade: uma reflexão crítica sobre a produção da felicidade através da interface gráfica do Facebook". No contexto de mobilidade e de conexão ubíqua em que, a todo o momento, usuários publicam informações sobre a própria subjetividade, a pesquisadora reflete sobre as potencialidade e limitações dos aspectos gráficos conseguirem representar as emoções, sendo ainda necessário aperfeiçoar o processo de transmissão e entendimento dos sentimentos por meio das interfaces gráficas.

Já no artigo "Os blogs e a democratização do campo da moda", Olga Bon levanta o questionamento sobre até que ponto os blogs conseguiram promover uma aproximação de diferentes públicos com o universo da moda. A autora busca responder essa questão a partir da análise de blogs considerados bem-sucedidos ("Garotas Estúpidas", "Blog da Thássia", "Super Vaidosa" e "Petiscos"), considerando as questões midiáticas, financeiras e de audiência, e os processos presentes de mediação entre blogueiras-leitoras e leitoras-leitoras. Neste sentido, o trabalho analisa as (não) possibilidades de participação e de acesso dos usuários nesses espaços do falar sobre moda, e nas relações decorrentes desses processos.

Na sequência, os pesquisadores Rodrigo Rodembusch e Patrícia Augsten provocam os leitores a pensarem sobre quem realmente detém o status de protagonista na internet. A partir desse questionamento, que coloca em tensionamento a ideia de ciberespaço como um local democrático e de liberdade de expressão, os autores propõem uma reflexão sobre o paradoxo do papel do indivíduo, no que tange seu protagonismo, em um ambiente comu-

nicacional marcado por mecanismos de vigilância digital. O artigo, intitulado "Afinal, quem é o Protagonista? O Paradoxo do Empoderamento do Indivíduo no Ciberespaço", apresenta uma análise de duas páginas no Facebook de veículos de comunicação com alto índice de engajamento e conclui que vivemos hoje uma dicotomia das redes: ao mesmo tempo que ela é um espaço amplo e de possibilidades de empoderamento, ela é limitante e excludente.

Érica D'Alessandro de Lemos também se propõe a compreender as possibilidades de interação mediada pela tecnologia. Em "Metal na Véia: modo de usar - Interação entre fãs de Heavy Metal em um fórum de discussão online", a autora investiga os modos de utilização do fórum "Metal na Véia" buscando elencar os motivos que levam os membros a utilizar essa plataforma, o tipo de interação que procuram e se essa interação permanece restrita ao ambiente virtual do fórum ou é expandida para outras plataformas. A partir de uma reflexão teórica acerca da noção de comunidades virtuais e de entrevistas com usuários do fórum em análise, o trabalho aponta para a longevidade e força dos laços e interações entre os indivíduos que participam do grupo de discussão.

A interface entre música, tecnologia e comunicação é objeto de análise dos pesquisadores William Victor Hawerth e André Luiz Vailati em "O Marketing das produções musicais das bandas gaúchas e catarinenses de pop e rock na atualidade". Os autores se propõem a compreender como as bandas gaúchas e catarinenses de pop e rock divulgam e promovem suas produções musicais na atualidade, diante de um cenário de transformações não apenas dos hábitos de consumo de suportes físicos (CDs e DVDs), mas também em todos os processos (produção, divulgação, promoção, comercialização e consumo). Nesse contexto, concluem, uma estratégia do mercado fonográfico é gerar engajamento de modo a conseguir uma divulgação espontânea.

Para encerrar esta edição, Luciano Victor Barros Maluly nos presenteia com uma resenha do livro *Contos do Automobilismo Brasileiro*, organizado por Rafael Duarte de Oliveira Venancio (Darda Editora, 2016). Em "Jornalistas a motor", Maluly resume os contos que narram, cada um a seu modo, histórias do automobilismo e conclui que se trata de uma obra para quem gosta de esportes, mas também para quem aprecia o jornalismo de qualidade.

Frente a essa miscelânea de textos com discussões tão importantes quanto diversas, esperamos que a leitura da presente edição possa ser proveitosa e instigante, capaz de motivar novos olhares e reflexões para os processos sociais envolvendo educação, comunicação e tecnologia.

Boa leitura!

Ivanise Hilbig de Andrade
Vinicius Durval Dorne

Editores