Editorial

O Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo completa, neste ano de 2018, 40 anos. Carinhosamente conhecido como PósCom, iniciou suas atividades em 1978, com a implantação do Mestrado e, em 1995, passou a oferecer o Doutorado, cursos devidamente recomendados e reconhecidos pela Capes / MEC. Todo esse tempo foi marcado por desafios, mas conquistas também. Uma delas é a revista *Comunicação & Sociedade*, considerada a mais antiga do gênero no Brasil, e que vem sendo publicada ininterruptamente desde 1979. Assim, esta primeira edição do ano – que inaugura o volume 40 da publicação – chega com uma missão especial: abrir as comemorações de 40 anos do PósCom.

Neste volume, organizamos os artigos em três eixos temáticos principais. O primeiro deles, intitulado ***Estratégias de Comunicação, consumo e poder***, é o responsável por agrupar cinco trabalhos, iniciando com *A Comunicação dos impactos socioambientais: um estudo comparativo das estratégias de comunicação das hidrelétricas de estreito e São Salvador*, de Virgínia de Figueiredo Magrin e Héber Rogério Grácio (da Universidade Federal de Tocantins). Nele, são feitas análises de abordagem qualitativa e quantitativa, simultaneamente, a partir de dois objetos: os Estudos de Impactos Ambientais (EIA) e os Relatórios de Im-

pactos Ambientais (Rima). Já a pesquisa *Redemocratização e reposicionamento de instâncias reguladoras da Comunicação: Disputas pelo controle da mídia no Brasil*, de Ivan Paganotti (do Centro Universitário FIAM-FAAM), aborda o desmonte da estrutura estatal de censura durante a abertura democrática no Brasil no final dos anos 1980, avaliando como novas entidades de regulação procuraram distanciar-se das antigas engrenagens de censura estatal. Integram ainda a seção: *Mobilização com a Internet e as campanhas da AVAAZ*, de Marcelo Castañeda (pós-doutorando da Universidade do Estado do Rio de Janeiro), *Alternativas éticas para a publicidade infantil: relato de uma experiência com publicitários em formação*, assinado em conjunto por Pâmela Saunders Uchôa Craveiro (da Universidade Federal de Mato Grosso) e Ana Paula Bragaglia (da Universidade Federal Fluminense), e *A decisão do Supremo Tribunal Federal sobre a lei de imprensa na Folha de S. Paulo e no O Globo*, de Carlo José Napolitano (da UNESP, de Bauru).

Comunicação e Representação social é o nome dado ao segundo eixo, que reúne três artigos. O primeiro é *Rede decisória da Caixa Econômica Federal em relação à nova classe média*, produzido em conjunto por Me. Fabíola de Araújo Machado, Dr. Robson Dias, Dr. Victor Márcio Laus Reis Gomes e Dr. João José Azevedo Curvello (da Universidade Católica de Brasília), que discute as estratégias comunicacionais do banco direcionadas à então “nova classe econômica” destacada pelo governo Dilma Rousseff (2011-2016). O segundo, *Clandestinidade e estigma: Reflexões sobre a visibilidade comunicacional de mulheres prostitutas*, de autoria de Natália Ledur Alles (da UNISINOS), aborda a importância da construção e circulação na mídia de enquadramentos que mostrem a heterogeneidade dos indivíduos que compõem o

grupo de profissionais do sexo. Completa a seção a pesquisa *A representação visual do som no cinema “mudo”*, de Yasmin Pires (mestre pela Universidade Federal do Pará), e André Villa (Professor do curso de Bacharelado em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal do Pará) que investiga a compreensão da potencialidade sinestésica das representações visuais.

O terceiro e último eixo, **Comunicação, Tecnologia e Inovação** é aberto pelo artigo *Cientistas, militares e burocratas: O desenvolvimento da Arpanet e o Sistema Norte-Americano de Inovação*. Escrito por João Martins Ladeira (da UNISINOS), propõe entender a Internet como inovação inserida na trajetória para aprimoramento tecnológico construída pelos EUA no pós-guerra, e não como uma experiência disruptiva, difundida nas ideias de cibercultura e de tecnologias de inteligência. Em seguida, encontra-se o artigo *Inovação em produtos jornalísticos digitais da Agência Senado*, de Nayra Veras de Araujo (da Universidade Federal da Bahia), que discute as novidades em empresas jornalísticas de comunicação pública. *Gamificação: surgimento e consolidação*, de Cláudia Cardinale Nunes Menezes e Robélius De Bortoli (da Universidade Federal de Sergipe), fecha a seção.

A edição também conta com uma seção extra, intitulada **Dossiê** – na verdade uma continuidade do último número de C&S, lançado em 2017. Na ocasião, foram publicados estudos variados sobre política na área da Comunicação, num projeto batizado de *“Mídia, democracia e poder político: entre o direito à comunicação e a hegemonia na agenda pública”*. Como nem todos os artigos puderam ser contemplados, optamos por essa singela continuidade, devido à importância do tema e qualidade dos trabalhos recebidos. Por isso publicamos aqui três artigos: *Reações da sociedade conectada: comen-*

tários em fanpages do Executivo e Legislativo federais, produzido em conjunto por Suely Henrique de Aquino Gomes, Frederico Oliveira e Carolina Moura, Filipe Reis (da Universidade Federal de Goiás); *Narrativas Jornalísticas e Ativismo Midiático: a notícia pelo lado de dentro*, assinado por Elaide Martins da Cunha (da Universidade Federal do Pará); e *A crise de legitimidade dos jornalistas e a economia política: autonomia e heteronomia como chaves explicativas do jornalismo contemporâneo*, feito em parceria por Felipe Simão Pontes, Matheus Lobo Pismel (da Universidade Estadual de Ponta Grossa).

Na entrevista – intitulada *Abordagens em torno da pesquisa em e sobre jornalismo*, realizada com Manuel Joaquim Silva Pinto, professor catedrático em Ciências da Comunicação do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, em Braga (Portugal). No texto, o acadêmico analisa alguns pontos de tensão que sempre estão presentes nos encontros acadêmicos, como as contribuições do jornalismo à ciência; a aplicação do método da reportagem e da entrevista; a relação do jornalista e do pesquisador com as fontes; a condição da interdisciplinaridade e, para encerrar, a atual situação do jornalismo e da pesquisa dessa área em Portugal.

Desejando boa leitura e estudos, aproveitamos para agradecer aos que colaboraram com esta edição, entre autores, pareceristas e equipe da C&S. Contar com o trabalho de todos é mais um motivo para este momento de celebração. E que venham os próximos 40 anos!

Equipe editorial