

Apresentação

No cenário contemporâneo, as associações voluntárias da sociedade têm sido espaços privilegiados para a interlocução, discussão e apoio a causas de interesse público. No início, elas atuam como células, pequenas e frágeis. Rapidamente, aprendem a se articular, formar tecidos (ou redes) que ganham força para organizar demandas sociais e se valer das formas de atuação política para direcionar os pleitos de uma comunidade. Jussara Borges e Othon Jambeiro, da Universidade Federal da Bahia, na abertura desta edição, expõem uma análise para compreensão de seu funcionamento, que inclui levantamento bibliográfico e entrevistas com gestores de 44 organizações da sociedade civil de Salvador.

Saulo Mota, da PUC-SP, reflete sobre uma nova arte de governar os públicos nas redes sociais. O monitoramento, produção e controle das preferências, anseios e desejos colocaram em exercício no século XXI um controle mais sofisticado. Formas de comunicação e sociabilização inscritas no registro da produção das empresas, ao invés de técnicas estatais e estratégias de adestramento de condutas, vem produzindo impactos na organização da vida cotidiana na contemporaneidade.

Marta Regina Maia e Thales Vilela, da Universidade Federal de Ouro Preto, enquadram uma entrevista da Globo News, extensamente visibilizada nas redes sociais, em função da discordância entre entrevistador e entrevistado. Os pesquisadores acreditam que o conflito é um elemento com potencialidade para promover desestabilizações aos quadros convencionados do jornalismo, agenciando o público e convidando-o ao debate acerca de determinado campo problemático.

Filipe Bordinhão dos Santos e Milena Carvalho Bezerra Freire de Oliveira-Cruz, da Universidade Federal de Santa Maria, examinam o processo de construção da identidade masculina em um estudo de recepção. Seis leitores da revista *Men's Health* responderam a entrevistas em profundidade, estruturadas a partir de categorias que correspondem à construção da masculinidade contemporânea (estética/sexualidade, consumo, trabalho e família). Nesta relação dialógica, os pesquisadores procuraram perceber as diferentes formas de apropriação e resistência ao discurso hegemônico sobre a masculinidade na construção da identidade destes indivíduos. A mídia, afirmam, ainda assume papel preponderante na formação identitária de seus receptores – que, por sua vez, oscila desde a atualização do padrão de masculinidade do “novo homem”, até a manutenção de valores tradicionais.

Encerrando a edição, Fabrício Silveira da Unisinos inventaria a fantasmagoria urbana, assim como ela vem sendo empregada em estudos pertinentes ao campo da Comunicação. O tema é explorado tanto por um viés histórico quanto por um viés teórico-metodológico, tendo em vista a construção de um eixo para a análise de materiais comunicacionais que, logo mais à frente, irão exigir atenção do pesquisador.

Boa leitura!