

Car@s leitor@s,

Apresentamos o número 1 do volume 22 do periódico *Cadernos de Comunicação* que está associado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e que tem como foco a publicação de pesquisas da área de Comunicação e correlatas, tanto pela perspectiva teórica como empírica. Depois de 22 anos de existência da publicação cabe informar que a partir desse número implementaremos a política do Ahead of Print (AOP), ou seja, a publicação avançada de artigos recebidos para a submissão assim que o fluxo editorial for completado, os textos aprovados e diagramados. Essa é uma tendência internacional e uma recomendação nacional proferida por parte de diferentes organizações como, por exemplo, a SciELO (Scientific Electronic Library Online). A justificativa para tal feita está atrelada ao maior fluxo de artigos e a perspectiva dos resultados de pesquisa serem rapidamente disseminados contribuindo, sobremaneira, para o incremento da área.

Isto posto, cabe dizer que o presente número é composto por nove Artigos Livres e um Relato de Caso. A revista inicia-se com uma discussão sobre o universo da educomunicação em interface com o rádio a partir do texto de autoria de Pâmela Andrade de Moraes, Nelson José Thesing e Lauriane Tramontina Zeni. Em seguida, em *Análise do episódio Presidente por Acidente: relações de poder entre professores e alunos no seriado Os Simpsons*, Tamires Regina Zortéa e Cláudia Herte de Moraes, pela via da perspectiva teórico-metodológica da Análise de Discurso, sustentam que, no seriado em questão, as marcas discursivas de “controle e persuasão foram mais recorrentes do que as de mando e obrigação”. No texto subsequente, assinado por Maria Clara Jobst de Aquino Bittencourt, Christian Gonzatti e Tainá Nunes Rios, os autores exploram o conceito de coletivo midiático. Demonstrando, mais uma vez, a pluralidade de abordagens e áreas que englobam a Comunicação e que são acolhidas em nosso periódico, publicamos o texto *Comunicação e saúde: a comunicação pública dos hospitais de uma região do Rio Grande do Sul* de Lídia Schwantes Hoss e Ingrid Cristina Trevisan Felippi que através do uso de questionário, entrevistas semi-estruturadas, pesquisa documental e bibliográfica verifica a “dualidade entre as práticas comunicacionais, oscilando entre uma comunicação de caráter efetivamente público e outra, com ênfase à divulga-

ção de serviços privados de saúde”.

Com enfoque na mídia santa-mariense, o artigo de autoria de Valmor Rhoden, Juliana Lima Moreira Rhoden e Douglas Moreira Dornelles analisa a política editorial dos veículos de comunicação da imprensa no sentido de compreender quais são as abordagens que envolvem a temática do suicídio na cidade. O texto tem caráter qualitativo e exploratório e conta com o auxílio de entrevistas com os responsáveis pelo setor jornalístico, levantamento documental e bibliográfico. Em seguida, advém o artigo *A opção pela literatura na televisão brasileira: o exemplo das minisséries da Rede Globo* assinado pela Maria Tereza Amodeo que discute, dentre outras linhas, algumas particularidades da “sintaxe visual da televisão, processo que dessacraliza a literatura neste contexto em que conceitos relacionados a território, fronteira e identidade se reconfiguram”. Em *Processos de comunicação das operadoras de saúde: apontamentos para utilização da internet para promoção da saúde no Brasil* os autores Paola Lanzalotta Marcelino, Jorge Pedro Sousa e Mozahir Salomão Bruck adentram o universo da Comunicação Organizacional.

No artigo subsequente, Vanessa Harlos e Cristiane Salete Florek desenvolvem um estudo sociossemiótico da relação entre linguagem verbal e visual em postagens da Revista Cosmopolitan no Instagram cujos resultados revelam “o uso da intertextualidade, da ancoragem entre texto visual e verbal, e de arranjos visuais que representam ação, como algumas das estratégias semióticas empregadas para reafirmar sentidos de senso comum e produzir novos sentidos em torno da vida cotidiana”. Segue-se um ensaio teórico com base numa pesquisa historiográfica é desenvolvido pelos autores Sérgio Luis Ignácio de Oliveira e Leandro Januário de Souza em *A ciência do Marketing: a influência da filosofia e das ciências nos primeiros estudos em Marketing*. Como Relato de Caso, encerramos esse número da Cadernos de Comunicação, com o trabalho de Ricardo Santos David e Renato Santos David que tem como objetivo principal “compreender o papel da mulher na publicidade, ou seja, a construção da identidade feminina em propagandas antigas e atuais, em anúncios publicitários de produtos de limpeza”.

Desejamos uma excelente leitura a tod@s!

Flavi Ferreira Lisboa Filho – editor

Cristina Marques Gomes – editora-gerente