

# APRESENTAÇÃO

Pensamos que seja importante, ao entregar a 31ª edição da revista *Conexão* (v. 16, jan./jun. 2017), pautar algumas variáveis. *Conexão* não delimita prazo para o envio de trabalhos. Todos os autores que pretendam efetivar submissão podem fazê-lo a qualquer momento. Esse é fator importante, mas pode gerar certa “ansiedade”, por exemplo, na situação em que o autor submeta seu trabalho em qualquer das etapas de produção de um número já em andamento, o que irá gerar, naturalmente, sensação de demora ou atraso.

Procuramos, sempre, ser pontuais na entrega dos volumes, mas é importante considerar vários aspectos para a produção de uma boa edição. Primeiramente, trabalhamos em conjunto com um qualificado corpo de pareceristas, que, episodicamente, podem demandar prazo adicional para uma boa avaliação.

Em segundo lugar, é comum que autores desrespeitem nossas normas de submissão, o que implica retorno do trabalho para adequações, dependendo do caso. Compute-se, aí, o tempo linear de demora do retorno, se o autor optar por manter a primeira submissão, efetivando somente atualização de versão.

Na sequência, muitos dos autores são convidados a reavaliar a submissão inicialmente aceita, por solicitação do(s) parecerista(s) o que demanda, entre a solicitação e o retorno, novo bloco de tempo. Somente a partir disso é que o trabalho será enviado para revisão pela equipe Educs. Em muitos dos selecionados, a revisão (que também demanda um bloco de tempo) aponta fragilidades, que somente podem ser “sanadas” pelo(s) autor(es), o que significa novo retorno.

Efetivada a revisão e reunidas às solicitações feitas aos autores, o trabalho volta à Educs, que inicia o processo de edição gráfica. Cumprida a etapa, os autores recebem uma prova final de seu trabalho, revisado, editado e formatado. A tarefa consome novo bloco de tempo, entre remessa, retorno e, raramente, alguma alteração solicitada. Chega-se, a partir daí, à publicação do material.

O trânsito todo de cada edição, como se pôde ver, exige tempo respeitável, por mais que nos esforcemos no sentido de cumpri-lo e, mesmo, reduzi-lo. O fato é, porém, que nos orgulhamos de receber, sistematicamente, mensagens elogiosas e de agradecimento. Dessa forma, fica evidente que a edição de uma revista com qualidade depende de, no mínimo, quatro “variáveis sintonizadas”: de parte dos autores, submissão adequada, com textos revisados conforme normas da revista, bem como cumprimento

irrestrito de prazo quando demandados; de parte do Conselho Editorial, trabalho dedicado e engajamento e, de parte da Educs, agilidade nos processos de revisão/formatatação e, de parte da equipe editorial, dedicação responsável em tempo integral.

Pensamos que “percorrer” com os autores o trâmite de edição possa ser esclarecedor e, principalmente, alerta para o cumprimento rigoroso de normas, como revisão anterior à submissão; respeito ao *template* disponibilizado pela revista; agilidade nas solicitações de adequação, bem como revisão final.

Antes de passarmos a uma breve apresentação dos artigos da edição, informamos a nossos leitores e autores que, a partir deste número, a revista tem registro DOI. Desejando a todos uma boa leitura, apresentamos breve resumo dos artigos da edição.

O primeiro artigo, *Vigilância civil e internet: possibilidades e limitações na disputa por visibilidade e na construção de credibilidade* (Marcio Simeone Henriques e Daniel Reis Silva), parte do crescimento de iniciativas de supervisão e vigilância civil sobre negócios públicos e privados nos últimos anos, evidenciando os *observatórios* e as facilidades e vantagens oferecidas pela internet. Dois pontos assumem relevo no trabalho: “disputa por visibilidade e construção de credibilidade”. O artigo aponta entraves quanto à especialização temática dessas instâncias, evidenciando o risco de atuação restrita a círculos homofílicos e a relação com os *media* tradicionais, em busca de visibilidade ampliada. Reserva espaço, também, para a discussão da relação reflexiva entre credibilidade e visibilidade na internet e os desafios da construção de uma imagem independente e voltada ao interesse público, como fator de credibilidade.

O segundo artigo da edição, *Eleições 2.0: ódio nas redes durante a campanha presidencial de 2014* (Jacques Alkalai Wainberg e Angelo Arlindo Carneletto Müller), mostra que a eleição de 2014 repetiu, pela sexta vez consecutiva, o confronto direto entre PT e PSDB pela presidência da República no Brasil. Evidencia a força da militância nas redes sociais, ao longo da campanha, o que levou o processo eleitoral ao *status* de pauta do dia, possibilitando, de um lado, a democratização da discussão política, mas de outro, a exacerbação das diferenças ideológicas, na forma de discurso de ódio. O trabalho verifica o *Potencial Ofensivo dos Discursos*, a partir de metodologia aplicada em programas do segundo turno do horário eleitoral gratuito de televisão, disponíveis na rede social *Facebook*. A partir dos resultados, analisou a propagação do ódio e do clima de ruptura social, cruzando dados sobre engajamento, número de “curtidas” e “compartilhamentos” dos seguidores de cada perfil, o que possibilitou verificar como o eleitorado da internet interagiu com os candidatos, na questão do ódio e da ruptura social.

Na sequência, *Violência de gênero contra mulheres no cenário dos e-Sports* (Daniela Cristina Menti e Denise Castilhos de Araújo) descortina a questão

da violência de gênero, no cenário dos jogos *online*. Observações e resultados de pesquisa (método indutivo de abordagem e uma pesquisa qualitativa no campo dos *e-Sports*, relatando e analisando agressões sofridas por mulheres) demonstram que a violência contra mulheres é mais intensa e prejudicial do que a sofrida por indivíduos do sexo masculino. O resultado da investigação aponta para o entendimento social de como esse gênero sofre por sua categorização e como as agressões são disseminadas fortemente por meio das mídias digitais.

*“Celebre cada dia e não olhe para o calendário”*: a representação do envelhecimento no *blog advanced style* (Cláudia Schemes, Sandra Portella Montardo e Laura Schemes Prodanov) aborda a *performance* de envelhecimento e moda no *blog Advanced Style*. A questão posta é: “De que maneira o *blog* representa as pessoas por ele retratadas e, eventualmente, entrevistadas em termos de ideia de envelhecimento?” A intenção dos autores foi verificar o modo como o *blog Advanced Style* apresenta *performance* de envelhecimento associada à moda. A metodologia utilizada foi a pesquisa exploratório-qualitativa por meio de estudo de caso, abordando aspectos históricos e antropológicos sobre a velhice, bem como aspectos históricos referentes à *performance*, ideias pontuadas na análise do *blog*. O tensionamento entre fontes secundárias obtidas, fundamentação teórica sobre a velhice contemporânea e postagens disponíveis no *blog*, fez emergir a sensação de liberdade relatada pelos idosos, nessa etapa da vida, expressa por meio de moda elegante ou excêntrica.

No artigo *Narrativas jornalísticas e possibilidades de resistência acerca do acontecimento #somostodasverônica: mídia, transfobia e violência* (Viviane Borelli, Alisson Machado e Marlon Santa Maria Dias) tem-se uma análise da cobertura jornalística do acontecimento que envolveu Verônica Bolina, travesti torturado em situação de cárcere. Amparados na proposta de Ford (1999), a respeito das especificidades do caso midiático e da semiologia dos discursos sociais (VERÓN, 2005), os autores buscaram compreender a construção do acontecimento, a partir do trabalho enunciativo dos atores envolvidos. O objeto empírico analisado foi a produção discursiva dos portais *online* G1, R7 e Fórum, bem como a página da campanha #SomosTodasVerônica, na rede social *online* Facebook. A análise aponta uma correlação entre a produção jornalística e a dos atores sociais, uma vez que esses contrapõem e questionam os contornos enunciativos dados pelo jornalismo ao caso e articulam formas de resistência à violência e transfobia percebidas nas narrativas midiático-tradicionais.

*Rádio comunitária e desenvolvimento local em situação de convergência de mídias* (Taís Paranhos e Maria Salett Tauk Santos) analisa as apropriações que jovens comunicadores em formação radiofônica fazem de proposta da Rádio Alternativa FM, de Nazaré da Mata – PE, emissora vinculada ao projeto de formação radiofônica e de cidadania da Associação das Mulheres de Nazaré da Mata (Amunam). Além da emissora, esses mesmos jovens atuam em situação de convergência com outros suportes midiáticos. Com o trabalho, as autoras buscaram compreender como os jovens fazem a transmissão de informações radiofônicas em convergência com outros suportes midiáticos, e se a experiência contribui para o desenvolvimento local da comunidade onde vivem. A pesquisa conclui que a experiência contribui para a formação profissional, técnica e cidadã dos jovens radialistas, e que essa formação favorece, ainda mais, a apropriação de diferentes suportes midiáticos, o que isso contribui para o desenvolvimento local da comunidade.

*Corpos sem cabeça, sujeitos sem razão: análise multimodal da marcha das vadias* (Carla Candida Rizzotto, Kelly Prudencio). Segundo as autoras, a Marcha das Vadias (MV), especialmente pela escolha de repertório, conquista espaço nos noticiários. Pesquisa anterior das autoras evidenciou que a cobertura se limita, entretanto, ao registro das manifestações com presença marcante de imagens, sem promover discussões sobre o combate à violência de gênero. Com o intuito de fornecer subsídios à discussão sobre a efetividade de sua comunicação política, o artigo identifica sentidos oferecidos pela cobertura jornalística para além do texto. A partir de análise de enquadramento multimodal em três níveis de análise – textual (ENTMAN, 1993), narrativo e visual (WOSNIAK et al., 2014) –, as autoras pontuam que a MV, embora associada a uma causa justa, recebe críticas por sua *performance* pública, e, recorrentemente, o papel da vilã é atribuído às manifestantes. As imagens privilegiam a exibição de corpos sem rosto, caracterizando a marcha como uma afronta moral.

*A emoção não pode esperar: uma análise da relação entre tecnologia, relacionamento humano e criança nos filmes publicitários da claro* (Caroline Roveda Pilger e Saraí Patrícia Schmidt) discute a relação entre relacionamento humano, tecnologia, publicidade e criança, tendo como foco a análise de filmes publicitários que apresentam a tecnologia, como forma de reduzir a distância entre pessoas. O estudo privilegia a descrição e análise de um conjunto de filmes publicitários da empresa de telecomunicação *Claro*, que utilizam a imagem da criança e da família. Para a organização dos materiais, as autoras utilizaram a *Análise de Conteúdo* proposta por Bardin (2004). Na primeira sessão, o estudo apresenta uma aproximação das discussões sobre as fragilidades do relacionamento humano na contemporaneidade, a partir das contribuições de Bauman (2001, 2004, 2007, 2009). Já a análise problematiza a intensa relação entre criança, relacionamento humano e tecnologia na publicidade, agregando, ainda, contribuições sobre experiência, desenvolvidas por Benjamin (2011) e Larrosa (2002).

Com *Melodrama infantojuvenil na televisão brasileira: análise estilística de Carrossel* (SBT, 2012-2013), João Paulo Hergesel e Rogério Ferraraz explicam que uma das tendências da ficção televisiva brasileira, segundo Rondelli (1998), é deixar-se contaminar por temas da realidade, voltando-se mais ao realismo naturalista do que ao sentimentalismo melodramático. Os autores recorrem a Lopes (2009), para afirmar que análises acerca do assunto costumam considerar o padrão *Globo* de teledramaturgia. A partir desse cenário, o artigo analisa como o SBT se apropria dos recursos do melodrama em seu conteúdo nacional dedicado a crianças e pré-adolescentes, segmento pouco explorado pelas emissoras de TV aberta. A base do estudo foi a telenovela *Carrossel* (2012-2013), observando as dimensões comunicativas e culturais e evidenciando seus contextos de criação, produção e fruição. Ao utilizar a *Estilística* como metodologia, com base nas pesquisas de Pucci Júnior (2014a, 2014b) e de Rocha (2014, 2016), a intenção é contribuir cientificamente com o aprimoramento crítico e metodológico dos Estudos de Televisão.

*Discurso publicitário: um contrato comunicacional* (Raquel Dilly Konrath e Ernani Cesar de Freitas), aborda e analisa a linguagem em uso, discursiva e situacional. Os autores se propõem a analisar o discurso publicitário, como forma da língua em uso, vista como processo ou contrato comunicacional, considerando a linguagem um ato interativo, que se estabelece entre diferentes sujeitos sob relações de influência do contexto sócio-histórico, conforme sua intencionalidade. A base teórica do estudo e a análise do discurso publicitário têm como referência os fundamentos de Bakhtin e Charaudeau e os estudos teóricos apresentados no artigo foram aplicados a um *corpus* publicitário da Rede Bourbon de Hipermercados, referente à venda de brinquedos para o Dia da Criança, inserido no jornal *Zero Hora*, no mês de outubro de 2016. A pesquisa, de cunho exploratório-qualitativo, fundamenta-se na exploração de alguns conceitos e atributos sobre a análise do discurso, destacando estratégias e visadas discursivas que constituem o contrato comunicacional e publicitário, como discursos construídos nas relações sociais, passíveis de leitura, entendidos como códigos de comunicação humana. Compreende-se, assim, que a intencionalidade do discurso publicitário é obtida a partir do contrato que se estabelece entre locutor e interlocutor, com seu consentimento.

*Humor e preconceito de aparência: o riso na publicidade brasileira e as decisões do conar* (João Batista Freitas Cardoso e Walter Haruki Yamaguti) discute os limites do uso do humor na publicidade, especialmente em comerciais que exploram o preconceito de aparência. Utiliza Bobbio (2002) como base, ao abordar os conceitos de discriminação e preconceito, e Bergman (1983), ao abordar o riso e o humor. O trabalho traz, a título de exemplo, dois comerciais publicitários alvos de representação no Conar e que permitem compreender as limitações dos Princípios Gerais, principalmente no que se refere ao princípio da *respeitabilidade*. O artigo examina as narrativas, assim como os argumentos do autor da representação e do anunciante e as decisões dos relatores.

*Entre o afetivo e o político: o ensaio ausências, de Gustavo Germano, como reconfigurador das memórias da ditadura.* Segundo as autoras, Ana Carolina Lima Santos e Michel de Oliveira, no projeto *Ausências* (2006-2012), o fotógrafo Gustavo Germano se apropriou e reencenou fotografias da família de algumas pessoas que perderam pais, cônjuges e/ou filhos (mortos e desaparecidos) durante o regime militar na Argentina e no Brasil. O artigo objetiva servir de aproximação analítica daquele trabalho, aqui entendido como uma forma de tornar pública a dor privada dos indivíduos envolvidos, ressignificando-a coletivamente, para conferir novas dimensões ao conhecimento que se tem acerca de sequelas da ditadura. O poder memorialista da fotografia, a aura afetiva atribuída aos registros familiares e o saber imaginativo solicitado ao espectador, na tensão entre recordação e testemunho, são algumas das noções mobilizadas no artigo, tomadas para apreender o projeto em suas particularidades poéticas e em sua importância histórica.

*Cultura e identidade: simulacros organizacionais e a apresentação de si nos discursos empresariais* (Eliane Davila dos Santos e Ernani Cesar de Freitas) visa a compreender como as manifestações da cultura e da identidade são contempladas em documentos midiáticos de instituições financeiras. O marco teórico apresenta conceitos de cultura, cultura organizacional, comunicação e identidade e está fundamentado nos postulados da análise do discurso de Maingueneau (1997) e de Charaudeau (2008a). A pesquisa tem natureza aplicada, exploratória e descritiva, com procedimentos técnico-bibliográficos e documentais, mediante estudo de caso múltiplo com abordagem qualitativa. Os *corpora* correspondem a discursos de dois conglomerados financeiros: Citibank S.A. e Itaú Unibanco S.A. A cenografia enunciativa auxilia a percepção do *ethos* discursivo, como apresentação de si, do qual emanam aspectos da cultura organizacional e da identidade corporativa.

**Dra. Marle Branca Sólito**  
Editora

# PRESENTATION

We think it is important, when delivering the 31st edition of Conexão magazine (see 16, jan./jun. 2017), to set some variables. Connection does not delimit deadline for submission of papers. All authors wishing to submit submissions may do so at any time. This is an important factor, but it can generate a certain "anxiety", for example, in the situation where the author submits his work in any of the stages of production of a number already in progress, which will naturally generate a feeling of delay or delay .

We always try to be punctual in the delivery of the volumes, but it is important to consider several aspects to produce a good edition. First, we work together with a qualified body of judges, who, episodically, may demand additional time for a good evaluation.

Secondly, it is common for authors to disregard our submission rules, which implies a return of work to adjustments, depending on the case. Compute, there, the linear time of delay of the return, if the author chooses to maintain the first submission, effecting only version update.

Subsequently, many of the authors are invited to re-evaluate the initially accepted submission, at the request of the reviewer (s), which demands, between the request and the return, a new block of time. Only from this will the work be submitted for review by the Educus team. In many of those selected, the revision (which also demands a block of time) points to weaknesses, which can only be "remedied" by the author (s), which means a new return.

Once the review has been completed and the requests made to the authors have been met, the paper returns to Educus, which starts the graphic editing process. Attained the stage, the authors receive a final proof of their work, revised, edited and formatted. The task consumes a new block of time, between delivery, return, and, rarely, any requested changes. Thereafter, the material will be published.

The entire transit of each edition, as we have seen, requires respectable time, no matter how much we strive to fulfill it and even reduce it. The fact is, however, that we are proud to receive, systematically, messages of praise and appreciation. Thus, it is evident that the publication of a journal with quality depends on at least four "tuned variables": on the part of the authors, adequate submission, with revised texts according to the norms of the journal, as well as unrestricted fulfillment of the deadline when demanded; On the part of the Editorial Board, dedicated work and engagement, and on the part of Educus, agility in the processes of revision / formatting and, on the part of the editorial team, responsible dedication full time.

We believe that "going through" the authors with the editing process can be enlightening and, especially, alert for the strict compliance of standards, such as a revision prior to submission; Respect to the template made available by the magazine; Agility in requests for adequacy, as well as final review.

Before we turn to a brief presentation of the articles of the edition, we inform our readers and authors that, from this issue, the journal has a DOI record. Wishing everyone a good reading, we briefly summarize the articles of the edition.

The first article, *Civil Surveillance and Internet: possibilities and limitations in the visibility and credibility building* (Marcio Simeone Henriques and Daniel Reis Silva), part of the growth of supervision and civil surveillance initiatives on public and private business in recent years, Evidencing the observatories and the facilities and advantages offered by the internet. Two points stand out in the work: "dispute for visibility and building credibility". The article points out obstacles to the thematic specialization of these instances, evidencing the risk of acting restricted to homophilic circles and the relationship with traditional media, in search of expanded visibility. It reserves space, also, for the discussion of the reflexive relation between credibility and visibility in the internet and the challenges of the construction of an independent image and directed to the public interest, as a factor of credibility.

The second article in the edition, *Elections 2.0: hatred in networks during the 2014 presidential campaign* (Jacques Alkalai Wainberg and Angelo Arlindo Carneletto Müller), shows that the 2014 election repeated, for the sixth consecutive time, the direct confrontation between PT and PSDB for Presidency of the Republic in Brazil. It shows the strength of militancy in social networks throughout the campaign, which led the electoral process to the status of the day's agenda, making possible, on the one hand, the democratization of political discussion, but on the other, the exacerbation of ideological differences in Form of hate speech. The work verifies the Offensive Potential of Speeches, based on methodology applied in the second round of the free television election timetable, available on the social network Facebook. From the results, we analyzed the spread of hatred and the climate of social disruption, crossing data on engagement, number of "tanned" and "shares" of the followers of each profile, which allowed to verify how the electorate interacted with the candidates , On the issue of hatred and social disruption.

Following, *Gender violence against women in the e-Sports scene* (Daniela Cristina Menti and Denise Castilhos de Araújo) reveals the issue of gender violence in the online games scene. Observations and research results (inductive approach method and a qualitative research in the e-Sports field, reporting and analyzing aggressions suffered by women) show that violence against women is more intense and harmful than that suffered by males. The research results point to the social understanding of how this genre suffers from its categorization and how the aggressions are disseminated strongly through digital media.

"Celebrate every day and do not look at the calendar": the representation of aging in the advanced style blog (Cláudia Schemes, Sandra Portella Montardo and Laura Schemes Prodanov) addresses the aging and fashion performance of the Advanced Style blog. The question posed is: "In what way does the blog represent the people portrayed by it and eventually interviewed in terms of the idea of ??aging?" The intention of the authors was to check how the Advanced Style blog presents aging performance associated with fashion . The methodology used was exploratory-qualitative research through a case study, addressing historical and anthropological

aspects about old age, as well as historical aspects related to performance, ideas punctuated in the analysis of the blog. The tension between secondary sources obtained, theoretical foundation on contemporary old age and postings available on the blog, gave rise to the feeling of freedom reported by the elderly in this stage of life, expressed through elegant or eccentric fashion.

In the article *Journalistic narratives and possibilities of resistance about the event # somostodasverônica: media, transphobia and violence* (Viviane Borelli, Alisson Machado and Marlon Santa Maria Dias) there is an analysis of the journalistic coverage of the event involving Verônica Bolina, transvestite tortured in situation Of jail. Based on Ford's (1999) proposal, regarding the specificities of the media case and the semiology of social discourses (Verón, 2005), the authors sought to understand the construction of the event, based on the enunciative work of the actors involved. The empirical object analyzed was the discursive production of the online portals G1, R7 and Fórum, as well as the page of the campaign # SomosTodasVerônica, in the online social network Facebook. The analysis points out a correlation between journalistic production and that of social actors, since they counterpose and question the enunciative contours given by journalism to the case and articulate forms of resistance to violence and transphobia perceived in the media-traditional narratives.

*Community radio and local development in a situation of convergence of media* (Taís Paranhos and Maria Salett Tauk Santos) analyzes the appropriations that young communicators in radio formation make of proposal of Radio Alternativa FM, of Nazaré da Mata - PE, issuer linked to the training project Radio and citizenship of the Women's Association of Nazaré da Mata (Amunam). In addition to the broadcaster, these same young people act in a situation of convergence with other media. Through the work, the authors sought to understand how young people transmit radio information in convergence with other media, and if the experience contributes to the local development of the community where they live. The research concludes that the experience contributes to the professional, technical and citizen training of young radio broadcasters, and that this training favors, even more, the appropriation of different media, which contributes to the local development of the community.

*Bodies without head, subjects without reason: multimodal analysis of the gait of the sluts* (Carla Candida Rizzotto, Kelly Prudencio). According to the authors, the March of the Vadias (MV), especially for the choice of repertoire, gains space in the news. Previous research by the authors has shown that coverage is limited, however, to the recording of manifestations with a marked presence of images, without promoting discussions on the fight against gender violence. With the purpose of providing subsidies to the discussion about the effectiveness of its political communication, the article identifies meanings offered by journalistic coverage beyond the text. From a multimodal framework analysis at three levels of textual analysis (Entman, 1993), narrative and visual (Wosniak et al., 2014) -, the authors point out that MV, although associated with a just cause, is criticized for its public performance, and, recurrently, the role of the villain is attributed to the demonstrators. The images favor the exhibition of faceless bodies, characterizing the march as a moral affront.

Emotion can not wait: an analysis of the relation between technology, human relationship and child in the advertising films of the clear (Caroline Roveda Pilger and Saraí Patrícia Schmidt) discusses the relationship between human relationship, technology, publicity and child, focusing on the analysis of Advertising films that present the technology, as a way to reduce the distance between people. The study privileges the description and analysis of a set of advertising films of the telecommunications company Claro, who use the image of the child and the family. For the organization of the materials, the authors used the Content Analysis proposed by Bardin (2004). In the first session, the study presents an approximation of the discussions about the frailties of human relations in the contemporary world, based on the contributions of Bauman (2001, 2004, 2007, 2009). The analysis analyzes the intense relationship between children, human relationships and technology in advertising, and also adds contributions on experience, developed by Benjamin (2011) and Larrosa (2002).

According to Rondelli (1998), one of the tendencies of Brazilian television fiction, according to Rondelli (1998), is to allow oneself to be contaminated by themes of reality, Turning more to naturalistic realism than to melodramatic sentimentality. The authors use Lopes (2009), to affirm that analyzes on the subject usually consider the Globe pattern of teledramaturgy. From this scenario, the article analyzes how the SBT appropriates the resources of the melodrama in its national content dedicated to children and pre-adolescents, a segment little explored by broadcasters. The basis of the study was the soap opera Carrossel (2012-2013), observing the communicative and cultural dimensions and highlighting their contexts of creation, production and enjoyment. Using the style as a methodology, based on the research of Pucci Júnior (2014a, 2014b) and Rocha (2014, 2016), the intention is to contribute scientifically to the critical and methodological improvement of Television Studies.

Advertising speech: a communication contract (Raquel Dilly Konrath and Ernani Cesar de Freitas), approaches and analyzes the language in use, discursive and situational. The authors propose to analyze the advertising discourse, as a form of the language in use, seen as a communication process or contract, considering language an interactive act, established between different subjects under influence relationships of the socio-historical context, according to their intentionality. The theoretical basis of the study and the analysis of the advertising discourse have as reference the fundamentals of Bakhtin and Charaudeau and the theoretical studies presented in the article were applied to a publicity corpus of the Bourbon Network of Hypermarkets, referring to the sale of toys for Children's Day, Inserted in the newspaper Zero Hora, in October 2016. The exploratory-qualitative research is based on the exploration of some concepts and attributes on discourse analysis, highlighting strategies and discursive aims that constitute the communication and advertising contract, As discourses constructed in social relations, readable, understood as codes of human communication. It is understood, therefore, that the intentionality of the publicity discourse is obtained from the contract that is established between announcer and interlocutor, with his consent.

Humor and Prejudice of Appearance: laughter in Brazilian advertising and the decisions of the conar (João Batista Freitas Cardoso and Walter Haruki Yamaguti) discuss the limits of the use of humor in advertising, especially in commercials that

exploit the bias of appearance. It uses Bobbio (2002) as a basis, when approaching the concepts of discrimination and prejudice, and Bergman (1983), when approaching laughter and humor. For example, two advertising commercials are represented in the Conar, which allow us to understand the limitations of the General Principles, especially with respect to the principle of respectability. The article examines the narratives, as well as the arguments of the author of the representation and the advertiser and the decisions of the rapporteurs.

Between the affective and the political: the essay absences, of Gustavo Germano, like reconfiguring of the memories of the dictatorship. According to the authors, Ana Carolina Lima Santos and Michel de Oliveira, in the Absences project (2006-2012), photographer Gustavo Germano appropriated and reenacted photographs of the family of some people who lost parents, spouses and / or children (dead and missing) During the military regime in Argentina and Brazil. The article aims to serve as an analytical approach to this work, here understood as a way of making public the private pain of the individuals involved, collectively re-signifying it, to give new dimensions to the knowledge about the sequels of the dictatorship. The memoirist power of photography, the affective aura attributed to family records and the imaginative knowledge requested from the viewer, in the tension between memory and testimony, are some of the notions mobilized in the article, taken to apprehend the project in its poetic peculiarities and in its historical importance .

Culture and identity: organizational simulacra and the presentation of self in business discourses (Eliane Davila dos Santos and Ernani Cesar de Freitas) aims to understand how the manifestations of culture and identity are contemplated in media documents of financial institutions. The theoretical framework presents concepts of culture, organizational culture, communication and identity and is based on the postulates of Maingueneau (1997) and Charaudeau (2008a) discourse analysis. The research has an applied, exploratory and descriptive nature, with technical-bibliographic and documentary procedures, through a multiple case study with a qualitative approach. The corpora correspond to discourses of two financial conglomerates: Citibank S.A. and Itaú Unibanco S.A. The enunciative scenography assists the perception of the discursive ethos, as presentation of itself, from which emanate aspects of the organizational culture and the corporate identity.

**Dra. Marle Branca Sólido**  
Editor