

APRESENTAÇÃO

Conexão publica mais uma edição, buscando vencer desafios e percalços tributários do emaranhado em que se transforma este início de século. Relações sistematicamente mais complexas, aspectos do cotidiano cada vez mais intrincados e uma interdependência vital entre ecossistemas, ambientes, sujeitos, grupos, economia, política, cultura, ética... obrigam-nos a repensar não apenas o mundo mas também, como disse Almodovar, “a pele que habitamos.”

A edição está integrada por 16 artigos, que, na tentativa de ampliar a reflexão, separamos em grupos temáticos, alguns com amarração muito clara, outros com pontos de aderência mais subjetivos. De qualquer forma, a ideia é dar a perceber o quanto rígidas molduras já não têm lugar na sociedade contemporânea.

O fio condutor que se destaca, nos três primeiros trabalhos, parece estar na *educação*. Sob diferentes pontos de vista, e objetos de análise, os autores evidenciam relações entre educação, mídia, cultura, literatura, ética e relações de poder, indicando caminhos para um redesenho possível do tecido social.

O artigo “Imprensa e campo educacional: enunciadores e contrato de leitura do jornal *A Razão* na década de 1960”, de Daiane Tonato Spiazzi e Eugenia Mariano da Rocha Barichello, evidencia os enunciadores do jornal *A Razão* e o contrato de leitura que esse jornal estabeleceu com o campo da educação em Santa Maria (RS, Brasil), na década de 1960. Traça breve historiografia da imprensa brasileira da primeira metade do século XX até a década de 1970, evidenciando o modo como estruturou-se o campo dos *media* no período. O referencial teórico acionado contempla os conceitos de dispositivo de enunciação e contrato (VERÓN, 2004). O *corpus* da pesquisa é composto por notícias publicadas no jornal *A Razão*, no ano de 1968, e a coluna *Universidade e Ensino*, criada no mesmo ano. O trabalho, fundamentado em pesquisa, reforça a existência de vínculo entre a *media* e o poder vigente. No período analisado, as autoras fazem uma “ponte” entre transformações na sociedade da época e alterações nas redações jornalísticas, quer como pautas, quer como agentes de mudança. A pesquisa faz perceber agentes de poder (político ou econômico) como enunciadores dos discursos jornalísticos. Da mesma forma, evidencia quando os dispositivos jornalísticos reassumem o controle e se colocam como enunciadores do seu próprio conteúdo.

“As notícias, ao longo das transformações históricas, políticas e sociais ganharam ‘molduras’, muitas destas arbitrarias e impostas, concomitantemente, com os interesses do poder”, frisam Barrichelo e Spiazzi, reforçando: A moldura mais evidente que fica é a da censura dos governos ditatoriais, que tomam a palavra, colocam-se como enunciadores e direcionam o efeito de sentido que as notícias têm que causar. Mas, apesar da forte influência dos poderes político, econômico, e da rede Diários e Emissoras Associados, à qual se filia, estabelece vínculos próprios com sua comunidade, principalmente por meio do campo educacional, como fica claro no contrato de leitura deflagrado na coluna *Universidade e Ensino*.

O segundo artigo deste módulo, “Representações de leitura: notas sobre a valorização do universo da leitura em crônicas do jornal caxiense *Pioneiro*”, de Marcell Bocchese, estuda representações de leitura presentes em duas crônicas publicadas no jornal *Pioneiro*, da cidade de Caxias do Sul (RS). O autor buscou perceber como textos de dois cronistas locais atuam como promotores da leitura, do livro e de autores relacionados ao universo das letras. O referencial teórico centra-se em Andrade (2009); Arendt e Cecchin (2018); Candido (1992; 2000); Ferreira (2004); Manguel (1997); Martins (1977); Melo (2002); Moisés (2005); Pesavento (2012); Pozenato e Giron (2004) e Sá (2008). A pesquisa bibliográfica (STUMPF, 2011), análise documental (MOREIRA, 2011) e análise de conteúdo (BARDIN, 2011) tramam a metodologizado trabalho. Bocchese afirma que é possível projetar a crônica literária como agente para o surgimento de leitores, já que, a partir do jornal impresso, por diversas oportunidades fomentou-se a discussão sobre o tema da leitura e do livro, promovendo obras, trechos de obras, escritores e, por consequência, a própria leitura da crônica. Assim, segundo Bocchese, ela é importante elemento na difusão de temas relacionados ao universo da leitura.

Em “Os sete saberes de Edgar Morin são necessários também à comunicação”, Ricardo Osman Gomes Aguiar, Daniel Lisboa Soares, Renata Ferraz de Toledo e Arnaldo Rocha discutem a qualidade da formação acadêmica, humana e ética de futuros profissionais jornalistas, editores e professores. Para a discussão, propuseram-se um ensaio bibliográfico aproximando *Os sete saberes necessários à educação do futuro*, (MORIN, 1999) de contribuições possíveis à Comunicação, em especial ao jornalismo. Os autores recorrem ao afastamento do jornalista William Waack, da Rede Globo, em 2017, após episódio considerado racista, para fortalecer a discussão. A partir de eixos norteadores para se repensar a educação do século XXI, eles reconhecem, no artigo, *Os sete saberes...* como necessários também aos profissionais que lidam com questões relacionadas ao conhecimento, à ética, ao respeito à diversidade, ao futuro do Planeta e à cidadania, ou seja aos jornalistas.

Os cinco artigos que seguem estão, cada um a seu modo, focados na questão gênero, absolutamente presente nos diversos espaços sociais de discussão/reflexão. Talvez seja oportuno, neste ponto, lembrar a III Lei de Newton, segundo a qual, a toda ação corresponde, sempre, uma reação oposta e

de igual intensidade. No Brasil, especialmente, discussões a cerca do conceito conquistaram espaços e agendas. No entanto – daí lembrarmos da III Lei de Newton –, a reação oposta se faz sentir com vigor. Assim, parece importante que, na academia, permaneçam abertos espaços para reflexões sobre o tema.

Qual o papel da publicidade na configuração do espaço doméstico? Como as representações de mulheres em produtos de consumo canalizam os valores sociais hegemônicos? E, como os discursos da publicidade ocupam as revistas femininas e instituem papéis sociais e estereótipos de gênero? Essas são algumas das questões que motivam o artigo “A configuração do trabalho doméstico em revistas femininas dos anos 1950 e 1960: representações de gênero em peças publicitárias de produtos para o lar”, de Karina Janz Woitowicz e Volney Campos dos Santos. Os autores se propuseram a analisar representações do trabalho doméstico em peças publicitárias publicadas em diversas revistas femininas brasileiras nos anos 1950 e 1960. Um recorte de vinte peças permitiu observar relações entre texto, imagem e estratégias de produção de sentido, utilizadas por marcas de eletrodomésticos e produtos de limpeza para representar um padrão feminino associado à realização na esfera doméstica. A pesquisa busca compreender representações sociais construídas pela publicidade como um espaço privilegiado para a reprodução de estereótipos em torno da imagem das mulheres. Segundo os autores, “a abordagem de gênero, que orienta a leitura dos anúncios voltados para as mulheres, permite enfocar as relações de poder presentes na estrutura social, sustentadas pela diferença entre os sexos.

O artigo “Do animal imoral à total invisibilidade: a representação da mulher negra nas artes visuais e na literatura brasileiras”, de Gabriela Valer Picancio, Rafael José dos Santos e Silvana Boone, aborda duas perspectivas da presença da mulher negra nas artes brasileiras: agente criadora de imagens e textos; e figura passiva, representada de modo estereotipado. “Por meio da reunião de obras literárias e artístico-visuais produzidas entre os séculos XVI e XXI, nas quais encontramos a mulher negra representada, podemos realizar uma leitura das modificações sócio-históricas ocorridas no País, em relação a questões de gênero e étnico-raciais, principalmente, no que diz respeito ao espaço destinado à autorrepresentação e ao lugar de fala, explicam os autores. Segundo eles, “o pouco conhecimento sobre a existência de mulheres negras como criadoras de arte confirma a abstenção dos meios responsáveis pela pesquisa e difusão de conhecimento das áreas correspondentes, independentemente do caráter da ação, seja o silêncio intencional ou indiferente”.

“#SouDonnadeMim e a diversidade feminina em pauta: uma análise da campanha de reposicionamento editorial da Revista *Donna*”, artigo assinado por Caroline Roveda Pilger e Ana Cláudia Gruszynski analisa o reposicionamento da revista *Donna*, publicação que circula com o jornal *Zero Hora* (Grupo RBS). O objeto empírico de análise são cinco anúncios impressos, a peça audiovisual “Já conhece a Cecília?” e a edição em que a mudança é implementada (13/5/17). Com a análise, as autoras

pretenderam averiguar como textos presentes nas peças acionam a construção de uma imagem da publicação associada ao reconhecimento da diversidade das identidades femininas. Segundo as autoras, os discursos acionados evidenciam o esforço de *Donna* em ser reconhecida como revista contemporânea, utilizando-se de temáticas próximas ao feminismo, para representar identidades femininas plurais, periféricas e recorrentemente inviabilizadas pelas publicações. O trabalho mostra a evidência de um *ethos* de militância e ativismo social. Porém, pontuam as autoras: “Percebe-se esvaziamento e falta de complexidade nos assuntos tratados, bem como um viés mercadológico, individualista, restrito e elitista do reconhecimento da diversidade, o que aproxima a publicação de um ‘feminismo de mercado’”.

“A Lenda do Cavaleiro de Andrômeda: Construção de feminilidades e masculinidades por meio de um persona”, de Janaina Wazlawick Muller e Saráí Patricia Schmidt, aborda discussões decorrentes de alterações realizadas no personagem Shun, pertencente à trama de *Os Cavaleiros do Zodíaco*, para a adaptação anunciada pela *Netflix*. A partir do protagonista, e considerando as controvérsias em decorrência do lançamento do *trailer* da adaptação, os autores trazem reflexões entrelaçadas à construção da feminilidade e da masculinidade, e às interpretações do público, em torno da representatividade enunciada pelo personagem em questão. Butler (2001, 2010), Sabat (2003) e Moreno (2008), além de comentários selecionados de fãs na página de exibição do *trailer*, compõem a fundamentação teórica para o trabalho.

“Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual da Argentina: perspectiva de gênero na política de comunicação”, artigo produzido por Rose Dayanne Santana Nogueira e Cynthia Mara Miranda discorre sobre a perspectiva de gênero enquanto direito humano em uma política de comunicação, a partir da análise das ações desenvolvidas pela *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (DPSCA)* da Argentina, criada em 2012, como desdobramento da aplicação da Ley Federal n. 26.522 de *Servicios de Comunicación Audiovisual (LFSCA)*, sancionada em 2009. A pesquisa é qualitativa e o método utilizado é a análise documental, que apontou como algumas ações desenvolvidas pela *Defensoría del Público* atuam no combate à reprodução de discursos discriminatórios e lesivos às mulheres, nos serviços de comunicação audiovisual argentinos.

Os dois artigos em sequência falam da construção da narrativa, a partir da imagem. O primeiro discute o potencial mobilizador das imagens de dor na narrativa audiovisual, tomando-as instrumentos de mediação de alteridade, que permitem sua compreensão a partir de estratégias realistas, afetivas e testemunhais.

Com “O consumo da dor do outro e a mobilização afetiva: imagem evenemencial e mediação de alteridade em ‘Fogo no Mar’”, de José Augusto Mendes Lobato recorre à noção de imagem evenemencial para discutir de que modo registros visuais são, a um só tempo, confirmação da

materialidade, relato de experiência e discurso domesticador sobre o outro. O trabalho centra-se nos estudos de linguagem e em autores que refletem sobre a retórica das imagens. A análise concentra-se em “Fogo no Mar” (Fuocoammare, Gianfranco Rosi, 2016), documentário que aborda a crise de refugiados na ilha de Lampedusa, na Itália. O autor identifica estratégias eventuais no modo como são exibidas as imagens de dor – reiterando a ideia de que seu consumo, em contexto de desajustes geopolíticos, sugere a possibilidade de uso do choque, como instrumento de mobilização afetiva.

No artigo “Dois fotolivros em busca de um autor: as narrativas construídas a partir das fotografias de Vivian Maier”, Daniela Nery Bracchi e Monica Ester da Silva buscam compreender como duas publicações fotográficas expõem o estilo das imagens e os sentidos construídos pelas fotografias de Vivian Maier. Os livros são compilações produzidas após a morte da artista e, nesse contexto, destaca-se a figura do editor como um coautor das narrativas exibidas. A análise das imagens segue orientando-se “por uma semiótica da fotografia”, que diferencia níveis de análise, como o das imagens em si, o da narrativa em forma objetual de fotolivro e aquele das práticas produtivas e interpretativas que cercam o texto visual. A pesquisa expõe as semelhanças e diferenças entre as duas publicações, localizando o modo como a primeira endereça a visão de Maier como fotógrafa de rua, enquanto a segunda, mais abrangente, evidencia o modo como a fotógrafa e sua obra são mostradas.

Responsabilidade Social Empresarial, princípios de sustentabilidade e estratégias de organizações no *modus operandi* de seus processos de comunicação reúnem e tornam complementares os três artigos que seguem, destacando a importância do tema em uma sociedade que tende, irreversivelmente, para a supervalorização da imagem e para disputa de poder entre organizações e sujeitos sociais.

Mônica Carvalho Oliveira e Rudimar Baldissera, em *Comunicação organizacional para a sustentabilidade: sentidos de ‘diálogo’ acionados em relatórios GRI-G4* apresentam os sentidos de diálogo presentes em relatórios de sustentabilidade, problematizando-os na perspectiva da comunicação organizacional. Os autores recorrem a aportes teóricos sobre sustentabilidade em perspectiva complexa (MORIN, 2003; CAPRA, 2006) e sobre a noção de diálogo (BAKHTIN, 1992; BOHM, 2005; BUBER, 2001) e seu potencial de transformação. Oliveira e Baldissera usaram dados secundários de análise de relatórios GRI-G4 (OLIVEIRA, 2017), comparando-os com as publicações de 2019. A orientação metodológica é hermenêutica de profundidade (THOMPSON, 1995) associada à análise de conteúdo (BARDIN, 2011). Após a análise, os autores concluem que o termo ‘diálogo’ tende a ser esvaziado de sentido e empregado como simples meio, forma de contato e estratégia discursiva para provocar sentidos de participação. Os autores evidenciam

que antes o atual contexto, em que os públicos reivindicam mais participação nas organizações e tendem a valorizar positivamente a possibilidade de participarem, mais do que atender às orientações da GRI, é provável que o acionamento do termo diálogo pelo discurso organizacional também seja muito pautado pelo desejo de as organizações oferecerem-se como abertas, progressivas, transparentes, democráticas.

O artigo “Comunicação organizacional e gestão das mídias sociais em agências de comunicação digital”, de Diego Wander da Silva e Rudimar Baldissera, discorre sobre o assessoramento de agências de comunicação digital a organizações, especificamente no que diz respeito às mídias sociais. Os autores buscaram identificar as atividades de gestão e operacionalização de mídias sociais ofertadas por agências de comunicação digital; revelar as mídias sociais mais incidentes e compreender os formatos de interlocução agência-cliente e responsabilidades decorrentes. As reflexões são feitas a partir dos relatos de profissionais que atuam em agências filiadas à Associação Brasileira de Agentes Digitais (SILVA, 2018), coletados em entrevistas em profundidade. Os achados revelam um conjunto de treze atividades. As mídias sociais mais recorrentes são o Facebook, o Instagram, o Twitter e LinkedIn. Em relação aos formatos de trabalho entre agências e clientes, Silva e Baldissera trazem três “modelos” que posicionam diferentes níveis de responsabilidade e incidência sobre tomadas de decisão.

Com o artigo “A relação das produtoras audiovisuais com o mercado publicitário no contexto de hibridização da publicidade”, João Luiz de Figueiredo e Simone Terra Cabo buscaram compreender como as produtoras audiovisuais podem interagir com o mercado publicitário, mediante ações de *product placement* e *branded content*, as quais podem gerar recursos financeiros para as produtoras realizarem seus projetos culturais e de entretenimento, ao mesmo tempo em que viabilizam a promoção das marcas, no contexto de hibridização da publicidade. Os autores partem do argumento de que “a difusão das tecnologias digitais de comunicação e informação alterou profundamente a publicidade, que cada vez mais se hibridiza com o entretenimento”. O trabalho fundamenta-se em uma pesquisa qualitativa exploratória e em revisão bibliográfica, levantamento de dados secundários sobre a produção audiovisual brasileira, análise de exemplos e entrevistas semiestruturadas com executivos de produtoras e de empresas que interagem com produtoras. Os resultados indicam que as produtoras que internalizaram competências tradicionalmente associadas às agências de publicidade, foram as mais beneficiadas por esse novo contexto.

Os três trabalhos que encerram a edição conduzem a reflexões sobre relações e estratégias de poder, contemplando questões ligadas ao conceito de pós-verdade, à sociedade digital e à topografia cultural dos espaços urbanos, especialmente aqueles ocupados por grupos jovens.

Em “Rede Atlas, *think tanks* e a construção da liberalização econômica no Brasil: uma análise do Instituto *Millenium* e do Instituto Ludwig Von Mises Brasil”, Lucas Araldi e Eduardo Munhoz Svartman analisam os quadros diretivos e o posicionamento político e institucional dos *think tanks* Instituto *Millenium* e Instituto *Ludwig Von Mises Brasil*, conectados à rede estadunidense de *think tanks* da *Atlas Economic Research Foundation*. O objetivo do trabalho é levantar considerações sobre como esses institutos criam um ambiente político propício à liberalização econômica, no Brasil. A metodologia da análise centra-se na netnografia. Os autores inferem que ambos *think tanks* contribuem para a construção de um ambiente político propício à liberalização econômica. O Instituto *Millenium* atua, sobretudo, no âmbito político-institucional, por meio da inserção de especialistas em cargos públicos com poder de decisão sobre política econômica. O Instituto *Ludwig Von Mises Brasil* atua no âmbito ideacional, por meio da formação de especialistas alinhados às ideias de liberalização econômica. Para Araldi e Svartman, ambos parecem ser complementares, na medida em que estabelecem conexão entre si e com a rede da *Atlas Economic Research Foundation*.

“Movimentos jovens, comunicação e espaço urbano: disputa de sentidos na Roda Cultural”, de Jarlene Rodrigues Reis, Denise da Costa Oliveira Siqueira e Frederico Ferreira de Oliveira, fala sobre rodas culturais, que se inspiram no movimento *hip hop*, congregando juventude, arte, política e culturas urbanas. O artigo investiga seu papel como manifestação de arte urbana, estudando os elementos que concorrem para sua realização de forma coletiva e os conflitos deles decorrentes. Os autores estruturam o trabalho, a partir de quadro teórico que inclui estudos sobre juventude e conflitos nos espaços urbanos, movimentos, mídias sociais e cidadania. Em termos metodológicos, desenvolveram observação de algumas edições do evento, analisaram sua página em uma rede social e realizaram entrevistas com organizadores.

Dra. Marlene Branca Sólito
editora

PRESENTATION

Conexão publishes another edition, seeking to overcome challenges and tax issues from the tangle which this beginning of century transforms to. Systematically more complex relations, increasingly intricate aspects of daily life and vital interdependence between ecosystems, environments, subjects, groups, economics, politics, culture, ethics... compel us to rethink not only the world but, also, as Almodovar said, the skin we inhabit.

This edition is made up of 16 articles, which, in an attempt to expand the pondering, we separate in thematic groups, some with very clear mooring, others with more subjective adherence points. Be that as it may, the idea is to show how rigid frames have no place in contemporary society anymore.

The guiding thread that stands out in the first three works seems to be in education. Under different points of view and objects of analysis, the authors show relationships between education, media, culture, literature, ethics and power relations, indicating ways for a possible redesign of social fabric.

The article "Press and educational field: enunciators and reading contract of the newspaper A Razão in the 1960s", by Daiane Tonato Spiazzi and Eugenia Mariano da Rocha Barichello, highlights the enunciators of newspaper A Razão, and the reading contract that the newspaper established with the field of education in Santa Maria (RS, Brazil), in the decade of 1960. It also traces a brief historiography of Brazilian press from the first half of the 20th century until the 1970s, highlighting the way, which the media field was structured in the period. The theoretical framework used contemplates the concepts of enunciation and contract (VERÓN, 2004). The research corpus consists of news published in the newspaper A Razão, in 1968, and the column "Universidade e Ensino", created in the same year. The work, based on research, reinforces the existence of a bond between the media and the current power. In the analyzed period, the authors make a "bridge" between changes in society at the time and changes in newsrooms, either as guidelines or as agents of change. The research reveals agents of power (political or economic) as enunciators of journalistic discourses. Likewise, it evidences when journalistic devices take back control and place themselves as enunciators of their own content.

"The news, along the historical, political and social transformations, gained 'frames', many arbitrary and imposed consequences, concomitantly with the interests of the power", stress Barrichello and Spiazzi, reinforcing: "The most

evident frame which remains is that of censorship from dictatorial governments, who take the floor, pose themselves as enunciators and direct the sense effect that the news has to cause". But, despite the strong influence of the political and economic powers, and the Associated Diaries and Broadcasters network, which it affiliates, establishes its own bonds with its community, mainly through educational field, as it's clear from the reading contract triggered in the column *University and Teaching*.

The second article of this module, "Reading representations: notes on the valorization of the reading universe in chronicles of the *caxiense* newspaper *Pioneiro*", by Marcell Bocchese studies representations of reading present in two chronicles published in the newspaper *Pioneiro*, from the city of Caxias do Sul (RS). The author sought to understand how texts by two chroniclers act as promoters of reading, books themselves and authors related to the universe of letters. The theoretical framework focuses on Andrade (2009); Arendt and Cecchin (2018); Candido (1992; 2000); Ferreira (2004); Manguel (1997); Martins (1977); Melo (2002); Moses (2005); Pesavento (2012); Pozenato and Giron (2004) and Sá (2008). The search bibliographic (STUMPF, 2011), document analysis (MOREIRA, 2011) and analysis of content (BARDIN, 2011) plot the work methodology. Bocchese claims that, it is possible to project the literary chronicle as an agent for the emergence of readers, since, from the printed newspaper, for several opportunities the discussion on the topic of reading and books was encouraged, promoting works, excerpts from works, writers and, consequently, the own reading of the chronicle. Thus, according to Bocchese, it is an important element in the diffusion of themes related to the universe of reading.

In "The seven knowledges of Edgar Morin are also necessary for communication", Ricardo Osman Gomes Aguiar, Daniel Lisboa Soares, Renata Ferraz de Toledo and Arnaldo Rocha discuss the quality of academic, human and ethical training of future professionals journalists, editors and teachers. For the discussion, a bibliographic essay was proposed approaching the *seven knowledge necessary for the education of the future* (MORIN, 1999), possible contributions to Communication, especially journalism. The authors resort to the departure of journalist William Waack, from Rede Globo, in 2017, after an episode considered racist, to strengthen the discussion. From guiding axes for rethinking 21st century education, they recognize, in the article, The Seven Knowledge as necessary for professionals who deal with issues related to the knowledge, ethics, respect for diversity, the future of the planet and citizenship, that is, to journalists.

The following five articles are, each in its own way, focused on gender, absolutely present in the most diverse social spaces for discussion/reflection. Perhaps it is opportune, at this point, to recall Newton's Third Law, which, according to it, every action always corresponds to an opposite reaction of equal intensity. In Brazil, especially, discussions about the concept have conquered spaces and agendas. However – hence we remember Newton's

Third Law – the opposite reaction is strongly felt. Like this, it seems important that academy spaces remain open for reflections on the theme.

What is the role of advertising in the configuration of domestic space? How the representations of women in consumer products channel hegemonic social values? And how advertising discourses occupy women's magazines and institute social roles and gender stereotypes? These are some of the questions that motivate the article "Configuration of domestic work in women's magazines of the 1950s and 60s: gender representations in advertising for household products", by Karina Janz Woitowicz and Volney Campos dos Santos. The authors set out to analyze representations of domestic work in advertising pieces published in various Brazilian women's magazines in the 1950s and 60s. A cut of twenty pieces allowed to observe relations between text, image and strategies of production of meaning used by appliance brands and cleaning products to represent a feminine standard associated with achievement in the domestic sphere. The research seeks to understand representations constraints built by advertising as a privileged space for the reproduction of stereotypes around the image of women. According to the authors, "the approach of gender, which guides the reading of advertisements aimed at women, makes it possible to focus power relations present in the social structure, supported by the difference between the sexes.

The article "From immoral animals to total invisibility: the representation of black woman in visual arts and Brazilian literature", by Gabriela Valer Picancio, Rafael José dos Santos and Silvana Boone, addresses two perspectives of the presence of black women in Brazilian arts: creative agent of images and texts; and passive figure, represented in a stereotyped way. "Through the gathering of literary and artistic-visual works produced between the 16th and 21st centuries, in which we find black woman represented, we can carry out a reading of the socio-historical changes that occurred in the country in relation to gender and ethnic-racial issues, especially regarding the space destined to self-representation and the place of speech", explain the authors. According to them, "the little knowledge about the existence of black women as creators of art confirms the abstaining from the media responsible for research and dissemination of knowledge in corresponding areas, regardless of character of action, whether intentional silence or indifferent."

"#SouDonnadeMim and the female diversity on the agenda: an analysis of Donna magazine's editorial repositioning, article signed by Caroline Roveda Pilger and Ana Cláudia Gruszynski analyzes the repositioning of Donna magazine, a publication that circulates with the newspaper Zero Hora (Grupo RBS). The empirical objects of the analysis are five print ads, the audiovisual piece "Do you already know Cecília?" and the edition in that the change is implemented (05/13/17). With the analysis, the authors intended to find out how texts present in the pieces trigger the construction of an image of the publication associated with the recognition of diversity of female identities. According to the authors, "the speeches triggered show Donna's effort to be

recognized as a contemporary magazine, using themes close to feminism, seeking to represent plural, peripheral and feminine identities repeatedly made unfeasible by publications”. The work shows the evidence of an ethos of activism and social activism. However, the authors point out: “It is perceived an emptying and lack of complexity in the subjects dealt with, as well as a market bias, individualistic, restricted and elitist recognition of diversity, which approaches the publication to a “market feminism”.

“The Legend of the Knight of Andromeda: Construction of femininities and masculinities through a persona”, by Janaina Wazlawick Muller and Saraí Patricia Schmidt, addresses discussions arising from changes made to the character Shun, belonging to the plot of The Knights of the Zodiac, for the adaptation announced by Netflix. From the protagonist, and considering the controversies resulting from the launch of the adaptation trailer, the authors bring reflections intertwined to the construction of femininity and masculinity, and public interpretations of the representativeness enunciated by the character in question. Judith Butler (2001, 2010), Ruth Sabat (2003) and Rachel Moreno (2008), plus selected fan comments on the trailer page make up the theoretical foundation for the work.

“Defensoría del Público de Servicios de Comunicaciones Audiovisual de Argentina: gender perspective in communication policy “, article produced by Rose Dayanne Santana Nogueira and Cynthia Mara Miranda discusses the gender perspective as a human right in a communication policy, based on the analysis of actions developed by the *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual* (DPSCA) of Argentina, created in 2012, as a result of the application of *Ley Federal n° 26,522 of Audiovisual Communication Services* (LFSCA), sanctioned in 2009. The research is qualitative and the method used is of documentary analysis, which shows how some actions developed by *Defensoría del Público* work to combat reproduction of discriminatory and harmful discourses to women in health services in Argentine audiovisual communication.

The two articles in sequence speak on the construction of the narrative from image. The first one discusses the mobilizing potential of images of pain in the audiovisual narrative, taking them as mediation instruments of otherness that allow their understanding from realistic, affective and testimonial strategies.

With “The consumption of the other’s pain and the emotional mobilization: evenemential image and mediation of otherness in ‘Fogo no Mar’”, by José Augusto Mendes Lobato uses notion of an eventual image to discuss how visual records are, at the same time, only time, confirmation of materiality, experience report and domesticating discourse about the other. The work focuses on language studies and authors who reflect on the rhetoric of images. The analysis focuses on “Fogo no Mar” (Fuocoammare, Gianfranco Rosi, 2016), a documentary that addresses the crisis of refugees on the island of

Lampedusa, Italy. The author identifies strategies in the way which images of pain are displayed – reiterating the idea that, its consumption, in the context of geopolitical mismatches, suggests the possibility of use of shock as an instrument of affective mobilization.

In the article “Two photobooks in search of an author: the narratives constructed from photographs by Vikvian Maier, Daniela Nery Bracchi and Monica Ester da Silva seek to understand how two photographic publications expose the style of images and senses constructed by the photographs of Vivian Maier. The books are compilations produced after the artist’s death and, in this context; the figure of the editor stands out as a co-author of the narratives shown. The analysis of the images follows is oriented “For a semiotics of photography”, which differentiates levels of analysis such as that of images themselves, that of the narrative in an objective form of a photo book and that of the productive and interpretive practices surrounding the visual text. The research exposes the similarities and differences between the two publications, locating the way in which the first addresses Maier’s vision as a street photographer, while the second, more comprehensive, shows the way the photographer and her work are shown.

Corporate Social Responsibility, sustainability principles and organizations’ strategies in the *modus operandi* of their communication processes bring together and complement the three articles that follow, highlighting the importance of the theme in a society that tends, irreversibly, to overvaluing image, and power disputes between organizations and social subjects.

Mônica Carvalho Oliveira and Rudimar Baldissera, in Organizational Communication for sustainability: meanings of “dialogue” triggered in GRI-G4 reports, present the meanings of dialogue present in sustainability reports, problematizing them in organizational communication perspective. The authors resort to theoretical contributions on sustainability in a complex perspective (MORIN, 2003; CAPRA, 2006) and on the notion dialogue (BAKHTIN, 1992; BOHM, 2005; BUBER, 2001) and its potential for transformation. Oliveira and Baldissera used secondary data from report analysis GRI-G4 (OLIVEIRA, 2017), comparing them with the publications of 2019. The orientation methodology is Depth Hermeneutics (THOMPSON, 1995) associated with analysis of content (BARDIN, 2011). After the analysis, the authors conclude that the term ‘dialogue’ tends to be empty of meaning and used as a simple means, form of contact and discursive strategy to provoke sense of participation. The authors show that rather the current context, in which audiences demand more participation in organizations and tend to positively value the possibility of participating, more than meeting the GRI guidelines, it is likely that the use of the term ‘dialogue’ by the organizational speech is also marked by the desire of organizations to offer themselves as open, progressive, transparent, democratic.

The article “Organizational communication and management of social media in digital communication agencies”, by Diego Wander da Silva and Rudimar

Baldissera, discusses advising of digital communication agencies to organizations, specifically in the field regarding social media. The authors sought to identify management and operationalization of social media offered by digital communication agencies; to reveal the most incident social media and understand the agency-customer dialogue formats and resulting responsibilities. The reflections are made from reports of professionals working in agencies affiliated to the Brazilian Association of Digital Agents (SILVA, 2018), collected from in depth interviews. The findings reveal a set of thirteen activities. The most recurring social media are Facebook, Instagram, Twitter and LinkedIn. Regarding the work formats between agencies and customers, Silva and Baldissera bring three “models” that position different levels of responsibility and impact on decision-making.

With the article “The relationship between audiovisual producers and the advertising market in the context of advertising hybridization”, João Luiz de Figueiredo and Simone Terra Cabo sought to understand how audiovisual producers can interact with the advertising market through product placement and branded content actions, which can generate financial resources for producers to carry out their cultural and entertainment projects, while enabling the promotion of brands in the context of hybridization of advertising. The authors start from the argument that “the diffusion of digital communication and information technologies has profoundly altered advertising, which is increasingly hybridizing with entertainment “. The work is based on a qualitative exploratory research and bibliographic review, collection of secondary data on Brazilian audiovisual production, analysis of examples and semi-structured interviews with executives from production companies and companies that interact with producers. The results indicate that the producers that internalized competencies traditionally associated with advertising agencies were the most benefited from this new context.

The three works that close the edition lead to reflections on relationships and strategies of power, contemplating issues related to the concept of post-truth, the digital society and cultural topography of urban spaces, especially those occupied by young groups.

In “Atlas Network, think tanks and the construction of economic liberalization in Brazil: an analysis by Institute Millenium and Institute Ludwig Von Mises Brasil”, Lucas Araldi and Eduardo Munhoz Svartman analyze the board of directors and the political and institutional positioning of the think tanks Institute Millennium and Institute Ludwig Von Mises Brasil, connected to the American network of think tanks of Atlas Economic Research Foundation. The objective of the work is to raise considerations about how these institutes create a political environment conducive to economic liberalization in Brazil. The analysis methodology focuses on netnography. The authors infer that both think tanks contribute to building a political environment conducive to economic liberalization. The Institute Millenium acts, above all, in the political-institutional scope, through the insertion of

specialists in public positions with decision-making power over economic policies. The Institute Ludwig Von Mises Brasil operates in the ideational sphere, through the formation of experts aligned with the ideas of economic liberalization. For Araldi and Svartman, both seem to be complementary, insofar as they establish connection with each other and with the Atlas Economic Research Foundation network.

With “Tensions between social fields: fake news and the reconfiguration of communicational and political fields in the post-truth era”, Carla Montuori Fernandes, Luiz Ademir de Oliveira and Vinícius Borges Gomes propose “the study of the reconfiguration of the communication field, in light of the new electoral ambience of 2018, when media flows were marked by changes in their dynamics”. The article aims to contribute to the reflection on the theme, pointing out data and systematizing aspects related to the phenomenon of fake news. In order to achieve its objective, it breaks down the concepts of mediatization and addresses perspectives to underpin the country’s political reality, especially the role of fields, such as journalism, put in check at a time when post-truth assumes a prominent place in society. To carry out the research, the authors carried out content analysis of articles from the Lupa checking agency, during the period from 23rd to 28th of October 2018.

“Youth movements, communication and urban space: dispute of meanings in the Cultural Wheel” Jarlene Rodrigues Reis, Denise da Costa Oliveira Siqueira and Frederico Ferreira de Oliveira talk about cultural circles, inspired by the hip hop movement, bringing together youth, art, politics and urban cultures. The article investigates its role as a manifestation of urban art, studying the elements that contribute to its realization in a collective manner and the resulting conflicts. The authors structure the work based on theoretical framework that includes studies on youth and conflicts in urban spaces, on movements, social media and citizenship. In methodological terms, they developed observation of some editions of the event, analyzed its page on a social network and conducted interviews with organizers.

Dra. Marlene Branca Sólío
editor