

## **Apresentação**

Apresentamos nesta edição a análise e reflexão de temas do campo da comunicação. Os artigos científicos oferecem uma variedade de perspectivas e abordagens que o entendimento sobre os processos comunicacionais contemporâneos, enriquecendo o debate acadêmico e profissional nestas áreas.

O artigo “A semiótica peirceana e sua aplicação para a construção de significados: uma reflexão teórica” explora a aplicação da semiótica peirceana no campo da comunicação, oferecendo uma compreensão holística dos processos de compreensão presentes na comunicação visual e textual. A análise de Charles Peirce revela a complexidade dos processos de significação, enriquecendo a prática comunicativa.

“X-Men 97: O Sucesso da Nostalgia na Indústria do Entretenimento e a Perenidade de Temas Humanitários” analisa o retorno da animação X-Men e sua conexão nostálgica com os fãs, enquanto aborda questões contemporâneas como preconceito e diversidade. A estratégia de basear-se na nostalgia demonstra a eficácia de engajar o público em diálogos significativos através de elementos familiares.

Já o “A mídia e a busca por culpados: a transfiguração de um vilão no caso da seleção brasileira na Copa do Mundo de 2018 pelas páginas do jornal O Globo” identifica a construção da figura de vilão nas narrativas do jornal O Globo após a eliminação da Seleção Brasileira na Copa do Mundo de 2018. A análise revela como determinados personagens são retratados com traços de vilania, destacando o papel do jogador Fernandinho como principal vilão.

Na sequência, o artigo intitulado “Plano-sequência e o audiovisual: uma discussão teórica sobre sua conceituação e histórico” aborda o conceito e a evolução do plano-sequência no cinema e em videoclipes, destacando sua importância na narrativa audiovisual. A análise revela como essa técnica desafia as convenções tradicionais de edição, proporcionando uma imersão mais profunda na história e no ambiente cinematográfico.

Por fim, o artigo intitulado “Publicidade e persuasão visual: uma reflexão teórica” identifica as técnicas e recursos empregados nas imagens publicitárias contemporâneas. A discussão bibliográfica revela como essas estratégias ampliam o leque de sentidos associados às imagens, permitindo interpretações visuais, táteis e gustativas.