

Editorial

Programa novo

Como informamos na última edição, o nosso programa de pós-graduação reelaborou sua área de concentração e linhas de pesquisa. Em breve vocês poderão conferir as mudanças no site do programa (<http://www.uel.br/pos/mestradocomunicao/>). Para a Discursos Fotográficos, isto implica profundas alterações, como mudança de foco, escopo e inclusive título da revista. Entretanto, como sabemos que esta revista representa um grande repositório de pesquisas de qualidade em fotografia e comunicação visual em geral, manteremos uma seção intitulada “Discursos Fotográficos” assim que implementarmos as alterações. Portanto, a revista continuará recebendo artigos vinculados aos temas fotografia e comunicação visual, mas também abrirá as portas, é claro, para novos temas, principalmente aqueles relacionados às novas linhas de pesquisa do programa de pós-graduação. Esperamos assim manter a tradição da revista, mas sem deixar de realizar as mudanças que consideramos necessárias.

Em “A Selfie e a pós-fotografia: considerações psicológicas”, Filipe Mattos de Salles argumenta que a análise da Selfie é melhor empreendida quando ancorada nas motivações psíquicas de seus realizadoras ao invés de uma possível teoria da comunicação. Sendo assim, o artigo propõe uma análise do fenômeno embasado na psicologia junguiana.

Isadora Barretto e Jô Gondar refletem sobre a fotografia como um modo de produção de subjetividade. Em seu artigo

“Reprodução ou criação? A emergência de novas subjetividades a partir da reprodutibilidade fotográfica”, as autoras retomam os pensamentos de Walter Benjamin e Susan Sontag visando compreender a reprodutibilidade técnica presente no maquinário fotográfico como um instrumento de promoção de uma nova percepção e de um novo tipo de realidade.

Em “O dispositivo de visibilidade de *Memórias da Vila*: retratos e relatos de vida no Aglomerado da Serra”, Marcio Serelle e Júnia Maria de Campos analisam a obra em questão a partir do conceito de “dispositivo de visibilidade” (Rancière), entendido como um arranjo de linguagem que regula a atenção para os corpos representados. Segundo os autores, a análise dos elementos fotográficos e narrativos presentes no livro demonstra a potência da obra para propor um outro lugar a esses sujeitos subalternizados moradores do Aglomerado da Serra, em Belo Horizonte.

As relações entre emoções e publicidade é o tema do artigo de Esther Martínez Pastor e Paloma Díaz Lobón, intitulado “Representación y percepción de emoción de la alegría en la fotografía publicitaria”. Verificando um conjunto de 112 anúncios fotográficos publicados em jornais espanhóis e de 60 enquetes, as autoras indicam a alegria como a emoção predominante nos anúncios analisados.

Em “Fotojornalismo: o real e o verosímil”, Fátiam Cardoso entrevista 90 fotojornalistas portugueses para compreender como esses profissionais se representam por meio da fotografia, do ato fotográfico e do jornalismo. A partir desses entrevistas, o artigo conclui que a fotografia de imprensa é a perspectiva do fotógrafo sobre o real e aproxima-se muito mais da verosimilhança do que do real.

As paisagens fotográficas do livro *To Face* (2012), de Paola De Pietri, é o tema do artigo de Kátia Lombardi. Ao incorporarem vestígios da Primeira Guerra Mundial, essas paisagens chamam a atenção para um passado sombrio que não devemos esquecer. O artigo “As paisagens fotográficas historicizadas de *To Face*, de Paola De Pietri” se embasa nas reflexões de Cauquelin, Schama e Benjamin para discutir como as fotografias do livro evocam esse acontecimento histórico traumático.

Em “Fotoetnografia: uso e possibilidades como método de pesquisa em Administração”, os autores Stêvenis da Fonseca, Andréa Pereira da Silva e Emanuel Ferreira Leite discutem o método fotoetnográfico no âmbito da pesquisa em Administração, apresentando conceitos, execução e modos de aplicação na área. Para os autores, a fotoetnografia pode representar uma extensão eficaz da etnografia para a realização de pesquisas em Administração.

O artigo “Turismo e imagens: a influência do orientalismo na construção de estereótipos” aborda o uso de imagens no turismo e sua importância historiográfica. A análise empreendida por Renan Conceição e Rodolfo Londero evidencia os reflexos dos estereótipos na atividade turística e, conseqüentemente, na criação do fetiche na indústria do turismo.

Os autores Oleg Pavenkov, Maria Rubtsova e Ilya Shmelev analisam, por meio de 300 imagens de homens e mulheres russos em peças de publicidade, a construção de um novo sistema de imagens de gênero na Rússia durante os últimos trinta anos. Embasado na teoria multissemiótica, o artigo “The transformation of gender visualization in photography: Soviet and Russian multisemiotics” mostra como os fatores econômicos, políticos e socioculturais são

os principais elementos na transformação de imagens de gênero na Rússia moderna.

“Semiótica discursiva na análise de um cartaz do vestibular da UEG: a questão do sentido” analisa o cartaz em questão a partir da semiótica greimasiana. Os autores Jorge Lucas dos Santos e Maria Eugêncina Curado apontam para questões de caráter paradoxal que perpassam o Plano de Conteúdo, articulado ao Plano de Expressão, e que se revestem de sentido.

Por fim, fechamos esta edição com uma resenha do livro *Cinemas Transversais*, organizado por Patrícia Moran. Reunindo autores e artistas consagrados, o livro discute diversas práticas artísticas contemporâneas como microcinema, performances audiovisuais, cinema móvel, projeções no espaço público e o hegemônico cinema clássico. Para o resenhista Mateus Moreira, trata-se de um livro que vale a pena ser conhecido tanto por especialistas da área quanto por entusiastas.

Rodolfo Rorato Londero