Excelentes artigos que refletem olhares sobre as imagens, de múltiplas formas, em múltiplos suportes, inclusive o corpo. É assim que o professor doutor Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos (UFRJ), editor-chefe da Revista NAUS apresenta mais uma edição que acaba de ser publicada.

A NAUS é a Revista Lusófona de Estudos Culturais e Comunicacionais, publicada pela Ponteditora e se dedica à divulgação do conhecimento em relação aos fenómenos e relações culturais, bem como, as mediações socioculturais, atravessadas ou não pelos meios de comunicação tradicionais e digitais, codificados em Língua Portuguesa.

Nessa nova edição, a revista ganhou inovações no layout e na diagramação, de modo a manter a qualidade de produção intelectual e ampliar seu campo visual, deixando-a mais agradável aos leitores e com uma identidade estética que remeta fortemente à proposta de ser um veículo de enunciação de estudos culturais e comunicacionais.

O foco dessa nova edição da NAUS é a imagem. Analisa o editor-chefe que as imagens narram, expressam experiências e tecem o tempo. Fixas e em movimento; fotografia e audiovisual; experimento do olhar, ficção seriada ou expressões da moda e dos costumes, comportamento e consumo, a imagem é comunicacional, comunicativa e comunicante. “Com alegria, lhes entregamos a Revista NAUS. Muito boa leitura!”, convida Cristiano Santos.

Os artigos desta edição são:

1 – A moda sobre rodas: bicicletas, vestuários e comportamentos femininos, de Beatriz Beraldo e Olga Bom.

2 – A influência do “Quarteto Mágico” na Telenovela Brasileira: Análise do impacto de quatro autores na formação da narrativa ficcional televisiva, de Valmir Moratelli Cassaro.

3 – A esperança dança na corda bamba de sombrinha: A sinestesia música e audiovisual em Os dias eram assim, de Aurora Almeida de Miranda Leão.

4 – Monóculo fotográfico: uma crônica sobre as relações e processos da imagem itinerante, de Ana Angelica da Costa Menezes.

5 – Etiqueta e consumo: Uma narrativa dos modos de ser em manuais de civilidade, de Maria Carolina El-Huaik de Medeiros.

6 – Gerações e Comportamento de Consumo: O efeito de coorte na preferência pelo produto cultural ídolos da teledramaturgia brasileira, de Mario Rubens Carneiro.

Veja a mais nova edição da NAUS e de outras publicações da Ponteditora em https://revistas.ponteditora.org/