

EDITORIAL

O Volume I da **Revista Multiplicidade**, com o tema *A comunicação e suas interfaces* - visa promover a discussão entre diversas áreas da Comunicação, contemplando a Publicidade, Marketing, Design, Semiótica, Moda e Artes.

O primeiro artigo, *História da Comunicação social: um campo em construção*, de Maximiliano Martín Vicente, demonstra o estado da construção da História da Comunicação Social. Observou-se com o estudo, a partir de um primeiro levantamento bibliográfico, destinado a identificar obras relacionadas ao assunto, que esse tema passou despercebido pela academia. Poucos autores, especializados, enfrentaram o desafio de construir uma História da Comunicação Social.

Na sequência Angélica Santini e Débora Goulart em, *A Comunicação Integrada utilizada como fonte estratégica para inserir artistas plásticos no mercado das artes*, fazem uma reflexão sobre a utilização das competências comunicacionais empregadas de maneira estratégica para a inserção do artista plástico no mercado das artes. O trabalho apresenta algumas estratégias de Comunicação Integrada e a relevância de se discutir a interface arte e comunicação.

Maria Eugênia Porém e Regina Célia Baptista Belluzzo com o artigo, *A importância da gestão da comunicação e informação nas empresas socialmente responsáveis*, partem do pressuposto de que para uma empresa se tornar socialmente responsável ela deve implantar uma política de comunicação e informação capaz de alinhar seus processos de gestão empresarial às políticas de responsabilidade social.

O artigo *Marcas na TV e a responsabilidade social: merchandising e branded content*, de Lígia Beatriz Almeida, apresenta o resultado de uma recente pesquisa qualitativa documental em publicações eletrônicas que investigou a repercussão da qualidade do merchandising na mídia televisiva e o uso do branded content, uma inovação dele derivada. Marcas socialmente responsáveis perceberão no formato grande oportunidade para oferecer o conteúdo que possibilite a melhoria da qualidade de vida da população, tornando o país mais competitivo no cenário mundial.

Na sequência, Terezinha Fortes Mestrinelli com o artigo *Ensinar e aprender: a conquista da atenção para textos da web no curso de Comunicação Social, Publicidade e Propaganda*, relata a experiência com alunos do curso de Comunicação Social, para elaboração do texto publicitário. Essa ação teve o propósito de melhorar o nível de

atenção dos alunos com relação a textos produzidos para a web e prepará-los para a criação.

Carina Nascimento, Tamara Guaraldo e Oswaldo de Almeida Júnior, com o artigo *Leitura de mídia impressa e eletrônica: o hábito de leitura de jovens universitários das Faculdades Integradas de Bauru*, observaram que o público pesquisado não ignora mídias tradicionais, porém, tem como suporte de leitura preferido a internet. Em vista dos resultados obtidos, o hábito de leitura dessa amostra pode ser considerado como eclético. Em o *Ensino de valores através da mídia: o filme Avatar e a educação antropológica*, Caroline Valderramas, Renato Valderramas e Vitor Brumatti, discutiram o uso de filmes de grande bilheteria na educação dos jovens. Através de uma análise pontual do filme Avatar, de James Cameron, propõe-se uma reflexão crítica dos valores apresentados durante a narrativa da obra. A delimitação do estudo teve como base o tripé educação, cultura e mídia.

O artigo *Realidade e subjetividade: o paradigma do complexo subjetivo aplicado às linguagens do design*, de Frederico Breslau, Olympio José Pinheiro, Dorival de Campos Rossi e João Winck, buscou traçar um panorama no momento histórico conhecido como contemporâneo sob a ótica do design e sua ressignificação simbólica e cognitiva, recriando assim as relações do homem com suas linguagens, seu corpo e seu espaço, através de novas leituras subjetivas do campo real.

Arte postal no Brasil: comunicação criativa e sua atualização nas redes sociais, de Ronaldo Gifalli e Aniceh Farah Neves, trata a Mail Art, Arte Postal e aponta sua importância durante a década de 70, quando se estabeleceu o período de desmaterialização do objeto artístico. Menciona os eventos na década de 80, com destaque para a XVI Bienal Internacional de São Paulo e seu crescimento expressivo até aos anos 90. O modelo de comunicação desenvolvido pela Arte Postal se atualizou, trocando o meio Correio pela Internet, e o intercâmbio de mensagens realizado nas redes sociais.

Marizilda dos Santos Menezes, Luis Carlos Paschoarelli e Sylvia Rodrigues com o artigo *Vestir para incorporar: a sedução da ideia no Design da Moda*, fazem uma reflexão sobre a roupa consumida como um veículo de ideologias. Os resultados desse novo olhar geram um consumidor que procura mais que roupas: ele identifica e realiza a leitura das interpretações do estilista escolhendo as "ideias" que vestirá.

Esta é a primeira edição da Revista Multiplicidade que, juntamente com os artigos apresentados, buscou construir um espaço comum entre as áreas discutidas, formando

uma pluralidade de linguagens. Esperamos, nesse sentido, contribuir para a qualidade de debates na área da comunicação e sua consolidação.

Profa. Ms. Carina Nascimento
Editora-Chefe Revista Multiplicidade