

APRESENTAÇÃO

Nesta nova edição da revista científica *Universitas//Arquitetura e Comunicação* você encontra artigos, resenhas e estudos com dados e informações recentemente pesquisados.

Na área de arquitetura, a revitalização de praças, é tema de estudo de Junia Marques Caldeira e Ana Luiza Padrão. A pesquisa trata dos espaços públicos das quadras 700, área residencial situada em Brasília, desenvolvida após a implantação do Plano Piloto, de Lucio Costa. Apesar de idealizada para complementar o setor de moradias, os dados mostram que, apesar de manterem a configuração original, as quadras 700 mudam de perfil com o crescimento dos setores de comércio, serviços e institucionais que margeiam essas regiões, e com gradativos espaços degradados e abandonados. O estudo mostra, ainda, parâmetros essenciais para uma requalificação que possa proporcionar condições de uso e de reapropriação dessas praças pela comunidade.

O autor Ronald Belo Ferreira mostra o urbanismo de exceção: apontamentos para uma metodologia do urbano. O artigo, fruto de tese, aponta as relações entre a constituição de espaços e a promoção da subjetividade comunitária e da cidadania. Para o estudo, foram visitadas seis cidades das cinco regiões do país (Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Manaus, Natal e São Paulo), avaliadas mediante elementos fundamentais: o espaço comunitário, a gestão urbana e os espaços de circulação e transporte. Com o estudo, foi possível estabelecer expectativas condicionadas a uma politização das relações sociais, capaz de promover um desenvolvimento civilizatório, com base na sistematização da cultura presente nas diferentes dimensões urbanas de nossas cidades.

Já na área da comunicação, os autores Carolina Souza Cyrino de Oliveira, e Eduardo Cyrino Oliveira Filho mostram o papel da comunicação para fomento da agricultura ecológica e indústria têxtil no Brasil. O estudo apresenta dados da situação atual no Brasil e no mundo sobre a produção e o consumo de algodão orgânico na indústria têxtil e das estratégias de publicidade e de marketing que podem interferir positivamente na mudança desse cenário ainda insignificante para essa commodity.

Os autores Déia Francishetti e Gustavo de Castro, trazem uma reflexão sobre o papel do Barroco como linguagem autônoma, capaz de propor, por meio dos componentes estilísticos, sentido de ordem e conceito, na identidade cultural do Brasil do século XXI. De conteúdo doutrinário, a arte barroca foi utilizada como dispositivo comunicacional, uma ferramenta estratégica de subjetivação do indivíduo que viria a se tornar o brasileiro, atendendo aos objetivos colonizadores europeus.

A transição do jornalismo partidário, para o jornalismo de informação, é apresentada na pesquisa do autor Henrique Moreira. O estudo discute os aspectos da construção de grandes conglomerados midiáticos no Brasil, e analisa de que maneira o jornalismo brasileiro evoluiu para um empreendimento de caráter empresarial.

A autora Mariana Clemente Nery discute a forma com que grandes empresas utilizam as mídias sociais, como espaço de projeção da marca perante a potenciais consumidores. Além de pesquisa bibliográfica, analisa a atuação desta mídia a partir das publicações efetuadas ao longo de dois meses. A pesquisa mostra que empresas têm utilizado estratégias pouco estruturadas aos reais propósitos dessas mídias.

O cenário das compras coletivas no e-commerce brasileiro é objeto de estudo da autora Priscilla Diniz Corrêa. A pesquisa aponta que o consumidor se mostra cada vez mais fascinado por promoções, assim como mais conscientes de seus poderes. Os dados apontam que houve declínio no mercado em sites de compras coletivas, decorrente de reclamações por parte dos consumidores, mas que o cenário apresenta-se positivo para continuação do modelo de negócio, a partir das mudanças no estudo apontadas.

Desejamos que a mais esta edição da revista cumpra seu papel de impulsionar a constante ampliação de conhecimento, a favor da sociedade.

Bons estudos!
Comitê Editorial