

CRIA DAS 3

Amigos leitores:

Por acreditarmos na importância do conhecimento que nossa área abrange, reunimos, na presente revista, textos que analisam questões relacionadas aos estudos da publicidade nas esferas antropológicas. Neles, apresentamos de que forma esse relacionamento possibilita atuar em diversas áreas, como no audiovisual, na publicidade enganosa, no marketing pessoal e digital e na moda slow fashion e circular.

Essa leitura permite entender o desdobramento da publicidade nos mais diversos ramos culturais para uma melhor análise da sociedade. Isso pode ser observado no estudo da produção publicitária na promoção de obras cinematográficas, já que falar sobre elas não se refere apenas à obra artística em si, mas de todo seu entorno, incluindo seus impactos econômicos, geração de empregos e demanda de produtos nos mais diversos setores do mercado.



Da mesma maneira que o publicitar é imperativo para a veiculação de um longa-metragem, exemplo escolhido no último parágrafo, podemos atrelá-lo ao marketing digital e pessoal para difundir uma ideia, conceito ou até mesmo um artista que está sendo inserido agora no mercado, ou que deseja passar por uma transição em sua carreira.

Igualmente, ao ponderarmos sobre o papel dos anúncios publicitários na construção cultural de uma comunidade, assunto que norteará todos os textos que se encontram nesta obra, é importante citar também os cuidados em relação ao papel ativo do consumidor no meio em que está inserido, principalmente nas mídias sociais, já que atualmente elas são agentes facilitadores para a construção de uma sociedade mais consumista e menos certa da veracidade das informações que consome. E se, como citado anteriormente, o processo de convencer alguém a "comprar a ideia" sobre um conceito foi tão potencializada pelos novos meios, como será realizado o processo para um relacionamento homem-mídia mais consciente? Sobre isso também o conteúdo deste periódico foi pensado, de forma a obter-se, ou ao menos, incitar o leitor a procurar um olhar mais crítico em relação aos padrões de consumo atuais, aumentar a discussão sobre ele e ser informado sobre as práticas e influências dentro do mercado publicitário.

Esperamos que um novo olhar sobre os assuntos aqui elaborados seja criado e possibilite que possamos difundir o prisma publicitário no que diz a respeito à concepção de uma mentalidade mais consciente, que valorize o ser humano em sua plenitude.

Boa leitura!



PUBLICIDADE
enganosa no Instagram e os
DIREITOS
do usuário na Legislação Brasileira

Gabrielle Fracola Mendes
Moises Tormaz Gazi de Castro
Edison Roberto Bogas Garcia



CONSUMO
& a tendência slow fashion
da moda circular.

Roberto Bogas Garcia



A REFORMULAÇÃO
DA CARRETEIRA

Editora Livraria da Vila - São Paulo - SP, Brasil
Rua do Carmo, 151 - Vila Rica - São Paulo - SP, Brasil
CNPJ nº 06.940.888/0001-00