

Chegamos ao volume 24, nº 1 da revista *Pensamento & Realidade* com uma importante mudança; a Faculdade São Luis encerrou suas atividades, mas a revista continua pois foi integrada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC SP. Para registrar essa mudança, no melhor espírito comunitário, o número é comemorativo, organizado em conjunto pelas duas instituições que manterão essa parceria por meio do trabalho colaborativo e da presença de professores das duas instituições nos diferentes conselhos da revista.

A revista conta neste volume com oito artigos, sendo dois com contribuições internacionais e duas resenhas, a seguir apresentados.

O primeiro artigo intitulado *Impactos da Campanha Antitabagista Veiculada em Carteiras de Cigarro junto aos Jovens Fumantes*, de Carmen Lidia Ramuski é produto de uma importante de pesquisa de campo e bibliográfica conduzida pela autora cujo corpus foi constituído a partir da análise dos impactos das imagens presentes nas embalagens dos cigarros no país. Além de resultados interessantes e relevantes para a discussão em torno do “poder da imagem”, a discussão não poderia ser mais oportuna uma vez que estamos no início da entrada em vigor da Lei Antifumo de 2009, do Estado de São Paulo que restringe ainda mais os locais onde é permitido fumar. O segundo artigo *Valores Corporativos a Partir da Publicidade Contemporânea* de autoria de Pedro Hellin, da Universidad de Murcia, Espanha e Clotilde Perez, traz uma importante reflexão

sobre os valores pós-modernos em contraposição à modernidade e o papel das organizações no que se refere à construção da imagem corporativa nesse contexto. É fundamental, atestam os autores, refletir sobre o contexto sociocultural no qual as organizações estão inseridas e em interação, com o objetivo de conhecer a multiplicidade e a complexidade de relações que existem entre a atividade publicitária e a sociedade que está em pleno trânsito.

O estudo de caso da *Coop-Cooperativa de Consumo*, conduzido por Ernesto Giglio e João Dubus apresenta a discussão em torno da estratégia orientada para o consumidor no segmento do varejo como caminho para busca da diferenciação e da melhoria nos resultados financeiros.

Francisco Serralvo e Marlucci Torquato, do ISCTE de Portugal, apresentam o artigo *Identidade Cultural e Gestão em Empresas Prestadoras de Serviços de Consultoria*, o texto discorre sobre a influência dos fatores culturais no comportamento organizacional no segmento de serviços comparativamente ao setor industrial. O quinto artigo deste volume é intitulado *Reflexos do índice de sustentabilidade empresarial (ISE) na imagem das empresas: uma análise do consumidor consciente e do marketing ambiental*, trabalho conduzido por Gabriela de Figueiredo, Regilane Abreu e Alexandre Las Casas. O texto apresenta o conceito de sustentabilidade empresarial e os meandros da construção do índice ISE e as prováveis influências na percepção e na formação da imagem das organizações que estão nele contempladas; o ISE congrega organizações que obtiveram destaque em suas ações tanto na perspectiva ambiental quanto social. Em direção reflexiva semelhante, Rodrigo Manoel apresenta o artigo *Políticas públicas e sustentabilidade: desafios para uma abordagem em educação ambiental*, produto de pesquisa bibliográfica baseada em Castel (2005) que tem como objetivo identificar um conjunto de ações cidadãs que permitam a articulação da educação no contexto mais amplo das políticas públicas. O autor afirma a necessidade de resgate da noção de sustentabilidade como vetor de ação sócio-política. O artigo *Empreendedorismo por necessidade: o desemprego como impulsionador da criação de novos negócios no Brasil*, de autoria de Vânia Nassif, Alexandre Ghobril e Derly do Amaral, apresenta por meio de pesquisa exploratória e bibliográfica, importante reflexão a respeito da influência do desemprego no empreendedorismo brasileiro, além de pôr em evidência os principais fatores que agem como motivadores

na atitude de empreender. A seção de artigos se encerra com o texto *O trabalho agrícola no Brasil: educação e determinantes do acesso à internet*, de Nelly Figueiredo e Ângela Jorge Corrêa, que apresenta conclusões importantes no que se refere à influência da educação e do acesso à internet como determinantes na preservação das grandes disparidades regionais, o que ratifica a necessidade de adoção de políticas públicas regionais e setoriais diferenciadas visando reverter esse quadro.

A resenha do livro *Medo Líquido*, do sociólogo polonês “pós-moderno” Zygmunt Bauman, elaborada por Bruno Pompeu, traz uma importante reflexão sobre a sociedade de hoje a partir de uma perspectiva bastante inovadora. As múltiplas fontes de medo estão em nosso cotidiano e permeiam a mídia de forma impactante. A crise moral, o borramento de fronteiras entre o que é certo e o que é errado, a dificuldade nas definições de papéis que até há pouco tempo atrás eram bem evidentes, como o papel do homem, da mulher, da família etc. geram um contexto de grande insegurança. Segundo o autor, resta apenas o pensamento para combater o medo, daí a importância dos pesquisadores e acadêmicos nesse cenário.

O livro *Loja Viva: Revolução no Pequeno Varejo Brasileiro*, de Edmour Saiani, preparada por Luciana Balensifer Pereira, apresenta uma relevante reflexão sobre o papel do pequeno varejo no cenário do consumo brasileiro e chama a atenção para a qualidade dos serviços e dos projetos de relacionamento como caminho para a diferenciação.

Clotilde Perez e Cassiano Bovo
Editores