

Estamos no volume 24, nº 2 da revista *Pensamento & Realidade*, uma publicação da PUC SP. Neste volume a revista contempla oito artigos, sendo um de autores portugueses, cumprindo com a sua proposta de ampliar o acesso às pesquisas internacionais nas áreas de interesse da revista e outros sete artigos provenientes de reflexões e estudos de diferentes Universidades e centros de pesquisa do país.

O primeiro artigo intitulado *Teoria Semiótica contra a Brand Myopia: um modelo integrado para construção, análise e gestão da marca*, de Paulo Lencastre e Ana Côrte-Real, da Universidade Católica Portuguesa, é produto de uma importante de pesquisa interdisciplinar dos autores, que a cada publicação revelam a seriedade e a profundidade teórico-metodológica com que abordam a questão. A partir da metáfora da miopia de marketing pioneiramente empregada por Theodore Levitt ainda nos anos 60, os autores constroem um percurso metodológico que auxilia tanto os processos de criação, quanto de análise e gestão das marcas.

O segundo artigo *Semiótica e Publicidade de Alimentos: uma revisão teórica e aplicada* de autoria de Eneus Trindade, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, traz uma importante discussão sobre os processos de produção de sentido na publicidade de alimentos no Brasil e em Portugal, propondo uma reflexão teórica a partir da semiótica greimasiana, também conhecida como semiótica francesa. O texto é produto de sua pesquisa de pós-doutorado junto ao Laboratório de Antropologia Visual – LabAV, da Universidade Aberta de Portugal.

Imagens do Brasil Turístico nas páginas do New York Times é o artigo de Ivan Paganotti, da Universidade de São Paulo. A pesquisa documental e a análise do discurso são a base teórico-metodológica da pesquisa do autor, centrada na análise dos textos publicados no referido diário norte-americano. Traz uma importante contribuição para o desenvolvimento de pesquisas que integram a produção de sentido nas diferentes mídias, uma vez que propõe uma tipologia de cenários a partir dos estereótipos relacionados ao turismo no Brasil.

Os autores Elza Veloso da FEA – Universidade de São Paulo, Leonardo Nelmi Trevisan, da ESPM e PUC SP e Elisabete Adami Pereira dos Santos da PUC SP, no texto intitulado *Sinais de carreiras sem fronteiras: um levantamento sobre a associação entre as âncoras de carreira e as influências sociais*, promovem a discussão sobre o conceito de âncoras de carreira, fundamentado no entendimento de que os elementos da realidade determinam padrões de escolha durante a trajetória profissional de cada um de nós. Porém em um contexto fluido e de constante mudança, impacto é inevitável levando ao um conceito de carreiras em movimento, em trânsito. O texto traz ainda surpreendentes resultados de uma pesquisa junto aos alunos do curso de Administração de uma universidade privada em São Paulo.

Lídia Valeria de Souza Lima e Maria Cristina Sanches, da Universidade Bandeirantes e PUC SP, apresentam o artigo *Inovação e Ruptura: a experiência da Visa Vale no segmento de Vale-refeições*, o texto discorre sobre os impactos da inovação de ruptura no setor de serviços de refeição para trabalhadores. Com a implantação do cartão eletrônico para refeições, o cenário competitivo alterou-se consideravelmente, lançando novos desafios para o setor. Por meio de estudo de caso da empresa CBSS proprietária do cartão de refeições Visa Vale, as autoras percorrem as discussões sobre inovação nas suas múltiplas possibilidades, bem como refletem sobre a busca de vantagem sustentável em ambientes altamente competitivos.

O sexto artigo deste volume é intitulado *O papel da Web 3.0 no Consumo Contemporâneo*, trabalho conduzido por Lawrence Koo, da PUC SP. O autor traz uma seminal discussão sobre a evolução do ambiente digital Web e seus impactos no cotidiano das relações pessoais e de consumo. Por meio de um didatismo singular, constrói a reflexão

passo a passo, num percurso convidativo e elucidativo, oferecendo contribuições para diversas áreas do conhecimento, que de uma maneira ou de outra serão impactadas pela Web 3.0.

Luiz Maurício Franco Moreiras, da Universidade Mackenzie, Elmo Tambosi Filho, da Universidade do Sul de Santa Catarina e Fabio Gallo Garcia, da EAESP-FGV e PUC SP, apresentam o artigo *Dividendos, Informação Assimétrica e Conflito de Agência: comparação entre o Novo e o Mercado Tradicional*, produto da pesquisa sobre mercado de capitais junto ao mercado tradicional da Bovespa e os mercados com Governança Corporativa diferenciada. Os autores discorrem sobre a decisiva importância da informação como garantia da harmonia das partes constituintes do mercado de capitais.

O artigo *A percepção da Linguagem nas relações Professor-aluno*, de autoria de Mauro Maia Laruccia, da Universidade Dom Bosco de Mogi das Cruzes e das Faculdades Integradas Campos Salles e Eliane Meneses de Melo, da Universidade Dom Bosco, discorrem sobre as funções da linguagem na relação professor-aluno no ensino superior. Por meio de pesquisa exploratória com mais de 1.300 alunos e 250 professores, os autores apresentam resultados que revelam a força da função poética e da função referencial da linguagem nessa relação.

Clotilde Perez
Editora