

# EDITORIAL

Nesta edição da Revista Quipus, periódico das Escolas de Comunicação e Artes e Escola de Educação da Universidade Potiguar, renovamos o olhar para os novos tipos de interações entre as comunidades locais e globais, bem como para os seus atores deste mundo midiático. Nesse sentido, cabe aqui apresentar a investigação realizada a respeito das mídias sociais como estratégias de comunicação e marketing na contemporaneidade, como bem propõem os autores Manoel Rocha Neto, Laís Karla da Silva Barreto, Lieda Amaral de Souza, no artigo **As mídias sociais digitais como ferramentas de comunicação e marketing na contemporaneidade**.

Ao apresentar um novo olhar sobre a comunicação do setor público, o autor Vinicius D Luca Rosado analisa a página do *Facebook* da Prefeitura Municipal de Curitiba, no texto **Prefeitura municipal de Curitiba: o uso do facebook na comunicação**, buscando, desse modo, traçar pontos que determinem a motivação por trás do sucesso alcançado com o público usuário da rede social.

Ainda, rompendo fronteiras, os autores Fernanda Vasques Ferreira e Carlos Augusto Bernardes Ribeiro, no artigo **Correio brasileiro e whatsapp: novas rotinas produtivas e o público como protagonista no processo de construção da notícia**, procuram compreender, a partir da implantação do aplicativo WhatsApp para uso do público leitor, as alterações que ocorrem nas rotinas produtivas do Jornal Correio Brasileiro, do Distrito Federal, além de verificar quais as consequências dessa mudança para o processo de construção da notícia.

Já para construir novos olhares e novos conhecimentos sobre a educação, os autores Ildisnei Medeiros da Silva, José Sávio Oliveira de Araújo e Suame Christine Fonseca de Medeiros apresentam **Dionísio e Paulo Freire, uma relação possível: reflexões sobre um ensino de teatro baseado no diálogo**, que traz uma reflexão sobre o papel do Ensino de Teatro baseada em investigações realizadas no CENOTEC – Laboratório de Estudos Cenográficos e Tecnologias da Cena (DEART/UFRN) e no Grupo de Estudos e Pesquisas de Práticas Educativas em Movimento (GEPEM), tomando como referência as reflexões pedagógicas do educador Paulo Freire.

No que se refere aos modelos de análise de imagem das marcas, destacamos a pesquisa realizada pelas autoras Isadora Araújo Santos e Lilian Muneiro, que buscaram compreender o conjunto de associações tangíveis e intangíveis que compõem a imagem da marca *Supermercado Nordeste* apresentado no artigo **O Valor Patrimonial do Supermercado Nordeste: um Estado com base no Modelo de *Brand Equity* desenvolvido por David Aaker.**

Fechando esta edição, o artigo **A análise da imagem do destino turístico Natal/RN na percepção da SETURDE no biênio 2013-2014**, dos autores Marcos Jose de Souza Cipriano, Josenildo Soares Bezerra e Sidley D'sordi Alves Alegrini da Silva, retoma aspectos do artigo anterior, no que tange ao estudo da imagem da marca, que, no caso, refere-se à imagem do destino turístico da cidade do Natal/RN, sob a égide da SETURDE no biênio 2013-2014.

Acreditamos no sucesso do trabalho em equipe e, assim, agradecemos à equipe da Editora UnP, aos membros do conselho, aos avaliadores e aos autores pela colaboração, confiança e dedicação.

Desejamos a todos uma ótima leitura!

Profa. Prof<sup>a</sup> Msc. Ana Tázia Patricio de Melo Cardoso

Prof. Dr. Ricardo Yamashita Santos

Editores da Quipus