

EDITORIAL V11 N1 – REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING – REMark

Editorial

O Vol. 11 N. 1 de 2012 da Revista REMark traz um conjunto de oito textos. O tema em destaque deste número é o comportamento do consumidor, pois quatro artigos podem ser classificados nesta área de pesquisa. Os quatro outros trabalhos relacionam-se a diferentes sub-áreas do Marketing.

O primeiro artigo do fascículo, intitulado *Alimentação, propagandas e saúde infanto-juvenil*, de autoria de Laércio Fidelis Dias, Jouliana Jordan Nohara e de Thais da Costa Pio dos Reis, é um ensaio teórico cujo objetivo é compreender o debate social sobre regulamentação da publicidade para crianças e adolescentes. Em *Percepção do consumidor sobre produtos orgânicos*, Dario de Oliveira Lima-Filho e Filipe Quevedo-Silva visam entender a percepção dos consumidores sobre produtos orgânicos e as influências dos fatores sócio-demográficos e da frequência de consumo desta categoria de produtos. O terceiro manuscrito desta revista, *Significação das marcas pelos consumidores em suas interações sociais: recurso simbólico de expressão de identidade cultural*, de autoria de André Luiz Maranhão de Souza Leão e Sergio Carvalho Benício de Mello, visa compreender como os consumidores constroem suas identidades, a partir do referencial das marcas dos produtos que podem ser tomados como recursos simbólicos que os consumidores utilizam em suas interações sociais na vida cotidiana. O quarto artigo, ainda classificado na área de comportamento do consumidor, de autoria de Rosimara Donadio, Milton de Abreu Campanario e Armênio de Sousa Rangel, intitulado de *O papel da alfabetização financeira e do cartão de crédito no endividamento dos consumidores brasileiros*, tem por objetivo compreender a influência do nível de alfabetização financeira e do cartão de crédito sobre o endividamento do consumidor.

Os quatro artigos restantes tratam de áreas distintas da ciência de Marketing. O quinto manuscrito investiga o tema franquias. Assim, em *Evolução do sistema de franquias no Brasil*, Aloísio Soares de Lima Junior e Rosemar Martins Luna analisam as vantagens do sistema de franquia, bem como os níveis de satisfação de franqueadores e franqueados em relação ao sistema.

O artigo *Marketing político e comportamento eleitoral: reflexões sobre as estratégias de marketing político em campanhas eleitorais*, proposto por Silmara Carneiro e Silva, analisa as relações entre marketing político e comportamento eleitoral com o intuito de compreender o comportamento eleitoral.

Francisco Giovanni David Vieira, Josiane Silva de Oliveira e André Torres Urdan são os autores do artigo *Are we references to ourselves? Tacking Stock of Academy of Marketing Conference Proceedings and their role in Academic Education in Marketing*. O texto analisa se a produção de Marketing publicada nos anais do congresso *Academy of Marketing* constitui referência para as pesquisas dos acadêmicos da área de Marketing.

O último manuscrito do fascículo, intitulado *Relational marketing in mass media: theory or actual practice*, discute os conceitos e aplicações do marketing relacional e de seu conceito de valor de ciclo de vida do cliente.

Desejamos a todos uma ótima leitura!

Claudia Rosa Acevedo
Editora Científica