

EDITORIAL

REVISTA ARTE 21 (2022.2)

A arte é uma expressão poderosa da criatividade humana, permeando todas as áreas da vida contemporânea. Neste número da Revista Científica Arte 21, publicada pelo Centro Universitário Belas Artes, exploramos uma variedade de tópicos que refletem a diversidade e a complexidade do mundo artístico e cultural. Desde o ensino das cores nos cursos de design de interiores até a análise da memória coletiva em espaços emblemáticos como o Belvedere e o MASP, passando pela proposta de agricultura urbana em edifícios desocupados e pelo redesenho do símbolo da reciclagem no Brasil, chegamos até o uso estratégico do marketing de influência no Instagram.

No artigo “Uma Reflexão sobre o Ensino das Cores nos Cursos de Design de Interiores”, Josivan Pereira da Silva nos presenteia com uma análise profunda sobre a importância do ensino das cores no contexto do design de interiores. Explorando a psicologia das cores, Silva destaca como a compreensão das paletas cromáticas pode influenciar as emoções e percepções dos espaços interiores, evidenciando a relevância deste aspecto no processo criativo e na experiência do usuário.

“Do Belvedere ao MASP: Memória Coletiva e o Trianon” é um texto no qual Bianca Molina Reis e Aline Nassaralla Regino mergulham em uma reflexão sobre a memória coletiva, utilizando como ponto de partida o Belvedere e o MASP. Através de uma abordagem interdisciplinar, as autoras exploram como esses espaços arquitetônicos e artísticos se tornaram símbolos da identidade cultural paulistana, conectando passado e presente através da experiência coletiva.

Carolina Moino Theodoro com seu artigo “Estudo de Implantação de Agricultura Urbana em Edifícios Comerciais Desocupados em São Paulo” apresenta uma proposta inovadora para enfrentar os desafios da urbanização e sustentabilidade em São Paulo: a agricultura urbana em edifícios comerciais desocupados. Este estudo destaca a importância da utilização criativa do espaço urbano para promover a produção local de alimentos e o uso sustentável dos recursos.

Beatriz Carneiro de Lima Moraes e Valéria Cilene Barbosa, em seu texto “Proposta de Redesenho do Símbolo da Reciclagem no Brasil” abordam uma questão crucial para a conscientização ambiental: o símbolo da reciclagem. Sua proposta de redesenho busca tornar este ícone mais acessível e compreensível para a população brasileira, incentivando práticas sustentáveis e a preservação do meio ambiente.

Finalizando com o artigo “Marketing de Influência: Gatilhos Mentais e seu Uso no Instagram”, Adeline Fritzen e Kleber Alves Pinto nos levam para o mundo digital com sua análise sobre o marketing de influência no Instagram. Explorando os gatilhos mentais e estratégias de persuasão, os autores oferecem insights valiosos sobre como as marcas podem utilizar esta plataforma para alcançar e engajar seu público-alvo de forma eficaz.

Nesta edição, a Revista Científica Arte 21 celebra a diversidade de perspectivas e abordagens que caracterizam o campo da arte e da cultura. Esperamos que os leitores

se sintam inspirados e provocados por estas reflexões, e que continuem a explorar as infinitas possibilidades que a arte e a criatividade têm a oferecer.

Elisabeth Cristina do Amaral Ecker

Marcelo de Andrade Romero

Editores