

## Editorial

É com alegria que publicamos a edição de 2024 da *Revista Comunicação & Sociedade*, um número marcado por mudanças. A primeira é a troca de comando da revista. No cargo de editor executivo, ocupado nos últimos anos pelo professor doutor Ivan Paganotti, entra a professora doutora Camila Escudero. Ao professor Ivan, agradecemos muito por todo o excelente trabalho realizado à frente da nossa publicação. A segunda é a periodicidade: a partir de agora, C&S terá uma edição por ano, em fluxo contínuo e submissões já abertas para a edição de 2025. Pesquisadores interessados, por gentileza, façam suas submissões.

Neste número a C&S publica seis artigos. O primeiro é "*Libras e Braille: Uma análise crítica, histórica e linguística sobre os dois sistemas de inclusão*", uma parceria entre os pesquisadores Heitor Romero Marques e Patrícia dos Santos Figueiredo. Por meio de uma revisão de literatura sobre o tema, os autores procuram traçar a trajetória sincrônica e diacrônica das comunidades de cegos, surdos e surdocegos no Brasil, ao longo do tempo, para conquistar seus direitos humanos, educacionais e de comunicação.

O segundo artigo também trata da temática da inclusão, mas, de maneira mais ampla. Trata-se do estudo de Patricia C. G. Salvatori, intitulado "*Tecendo redes de empreendedorismo materno: A importância de redes de apoio para mães atípicas empreendedoras*". A partir da reconstituição da maternidade e sua relação com o trabalho no Brasil, tem como objetivo mapear, utilizando uma abordagem quantitativa, a percepção de mães atípicas brasileiras sobre a formação de redes de empreendedorismo como caminho para o fortalecimento da cidadania destas mulheres.

Na sequência, vem o artigo “*Publicidade nativa, mídia programática e desinformação em jornais brasileiros*”, assinado pela pesquisadora Verena R. F. Moraes. Nele, a autora apresenta uma interessante discussão sobre hibridização entre jornalismo e *marketing*, por meio do conceito de *marketing* de conteúdo, em dois casos específicos: o que classifica como “textos de publicidade nativa de marca” e “textos de mídia programática patrocinados”, ambos publicados em grandes jornais brasileiros.

“*A narração esportiva, o drama e a violência*” é o título do quarto artigo, elaborado pelo pesquisador Jacques Alkalai Wainberg. O estudo documenta as principais características da narração esportiva, em especial a que descreve e relata as lutas violentas do boxe e dos combates de MMA, fazendo um paralelo à ideia da prosódia emocional, discorrendo sobre possíveis impactos para enquadrar a atenção do público.

O quinto artigo é o estudo “*O Femicídio de Julieta Hernández: Análise da cobertura jornalística dos Portais G1 e Estadão*”, de Carolina Dantas de Figueiredo, Mabel Dias dos Santos e Luana Brito Lacerda. As autoras se utilizam de Análise do Discurso para identificar lacunas na abordagem jornalística do caso.

Por fim, assinado em conjunto por Helgis Torres Cristófaru e Mônica Zebral Quinquinato, o artigo “*Comunicação pública, acesso à informação e transparência do poder: confiabilidade e cultura política democrática*” encerra a parte de pesquisas desta edição, trazendo uma análise de campanhas governamentais das esferas federal e municipal (cidade de São Paulo), enfatizando a necessidade de uma comunicação pública democrática focada no interesse público.

Ressaltamos que este número de C&S, também, traz uma entrevista – realizada pelos doutorandos Louis Marie Edoa e Deivison Brito, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo – com o sociólogo Dominique Wolton, conhecido por seus trabalhos sobre comunicação, informação e globalização. Ao longo da conversa, o pesquisador discorre sobre ideias como: “comunicar é negociar”, “incomunicação”, “comunicação e relações humanas”, “dimensões da comunicação”, entre outras trabalhadas ao longo de sua vasta obra, com repercussão, inclusive, no Brasil.

A resenha “*A ditadura e a ilusão do empreendedorismo*”, escrita pelo doutorando do Programa de Comunicação e Práticas de Consumo, da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo, Leonardo de Souza Moura, instiga a leitura do livro “*Empreca-riado. Todo mundo é empreendedor. Ninguém está a salvo*”, lançado em 2023, por Silvio Lorusso.

Aproveitamos a oportunidade para agradecer aos autores publicados nesta edição, bem como aos pareceristas, responsáveis por avaliar e contribuir para a qualidade dos trabalhos publicados.

Desejamos excelente leitura e estudos!

**Equipe editorial.**