

Editorial

Neste décimo quinto número da *Revista PAULUS*, convidamos nossos leitores a refletir sobre as questões transversais da Comunicação em um mundo onde as transformações tecnológicas se aceleram continuamente. A comunicação se torna cada vez mais central, mediando experiências cotidianas e moldando as relações sociais, culturais e políticas em múltiplos contextos. É neste cenário dinâmico que esta edição se propõe como um espaço de reflexão e debate sobre temas urgentes do nosso tempo.

Abrimos com o artigo de Rodrigo Morelato, “Horta Comunitária: agricultura urbana, comunicação e desenvolvimento sustentável na Zona Norte do Rio de Janeiro”. Este estudo oferece um olhar sobre a agricultura urbana como prática de comunicação comunitária e catalisadora de desenvolvimento sustentável. Por meio de uma pesquisa-ação participativa junto a movimentos sociais, o artigo revela como a sustentabilidade se enraíza no cotidiano, mais do que nas grandes estruturas, e demonstra o potencial das hortas comunitárias na construção de uma sociedade mais justa e ambientalmente consciente.

Em seguida, Mariana Dias e Valmir Moratelli (PUC-Rio) exploram dois conceitos centrais do ecossistema midiático contemporâneo em “Terminologias que se tornam *hype*: da narrativa transmídia ao metaverso”. O artigo apresenta uma análise do uso de múltiplas mídias para envolver audiências diversas, proporcionando um campo fértil para a construção de camadas narrativas que enriquecem a experiência do público. A partir das concepções de Henry Jenkins, os autores pontuam a importância de definições claras e estáveis para que o mercado e a academia possam dialogar sobre essas tendências de maneira eficaz.

Diogo Rógora Kawano e Vinícius Alves Sarralheiro abordam o “Comportamento do consumidor e estratégias publicitárias de realidade virtual e realidade aumentada”. Com uma análise bibliométrica abrangente, os autores mapeiam a produção científica sobre tecnologias imersivas, discutindo como essas inovações se integram ao cotidiano e são exploradas pelas marcas para criar novas formas de engajamento.

O quarto artigo, “Voz e comunicação em Nietzsche: uma nova perspectiva”, de Mauro Araujo de Sousa, traz uma provocação filosófica ao investigar o conceito de voz na obra de Nietzsche. Este ensaio propõe uma leitura da voz como metáfora e expressão da vontade de potência, desafiando tanto a filosofia quanto a comunicação a partir do conceito de “espírito livre”.

Na área de Relações Públicas Internacionais, Guibson Dantas e Brandy Aguiar examinam o papel da Nova Diplomacia Pública em “O advento da Nova Diplomacia Pública e as Relações Públicas Internacionais: o caso do Instituto Confúcio”. Com o exemplo do Instituto Confúcio, os autores destacam como a comunicação pública e estratégica possibilita vínculos culturais e políticos entre atores internacionais e seus públicos, potencializando o diálogo global.

Finalizando, Admilson Veloso da Silva apresenta “Além da imagem: análise temática sobre comunicação visual móvel como mediação da vida cotidiana pelas câmeras em smartphones”. Com uma pesquisa qualitativa, o artigo analisa a comunicação visual entre jovens

através das câmeras dos smartphones, revelando o papel desses dispositivos como extensões do corpo e ferramentas de mediação interpessoal.

Agradecemos profundamente a todos os autores, revisores e leitores por contribuírem para o enriquecimento deste número e por participarem deste debate que amplia e aprofunda nossa compreensão do papel da comunicação em nossa sociedade.

Desejamos a todos excelente leitura!