
EDITORIAL

Elisa Cerveira

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

elisa.cerveira@gmail.com

É com grande satisfação que apresentamos o número 40 da Revista Prisma, reunindo uma seleção diversificada de artigos que refletem a atualidade e a profundidade das pesquisas nas áreas da Informação e Comunicação. Nesta edição, destacamos seis contribuições significativas que exploram desde práticas de gestão pública até estudos avançados sobre informação e marketing.

O artigo inicial, "Práticas na Gestão Pública Brasil e Portugal: uma análise bibliométrica", por Taciana de Lemos Dias, Armando Malheiro da Silva e Víctor Gianordoli, oferece uma análise detalhada das tendências e evoluções nas práticas de gestão pública nos contextos brasileiro e português. Através de uma robusta metodologia bibliométrica, o estudo revela percepções relevantes sobre temas emergentes como a governança e a gestão de crises, além de sublinhar a importância da pesquisa aplicada para o desenvolvimento setorial.

Em seguida, "O Impacto do Inbound Marketing na Conversão de Leads em Oportunidades de Vendas em um Funil B2B ao Longo do Tempo", de Cristiane Gontijo Araujo e Juliana Maria Magalhães Christino, oferece uma contribuição crucial para o campo do marketing digital, explorando algumas estratégias que podem influenciar a correta alocação dos recursos de marketing.

Outro destaque é o estudo de Flavia de Souza Magalhães Fonseca e Monica Erichsen Nassif, "Uso de informação por empreendedores acadêmicos: estudo de caso em duas universidades no Brasil e Canadá", que investiga as fontes de informação utilizadas por acadêmicos empreendedores, destacando a importância das interações sociais e fontes digitais na formação de mentalidades empreendedoras.

O artigo seguinte, "A importância de informar através de observatório virtual nas áreas de mediação intercultural e negociação internacional: o observatório Mini-mundo", de Alia Farias e Roberto Vilmar Satur, apresenta um projeto inovador voltado para a disseminação contínua de conhecimento e de práticas de mediação intercultural, ligando a Academia aos profissionais, de forma dinâmica.

Francisco Paletta, no artigo "Estudos de usuário da informação: Conceitos, modelos e aplicações", oferece uma revisão sistemática da literatura sobre estudos de utilizadores de informação, destacando

modelos e aplicações que contribuem para o desenvolvimento de serviços de valor acrescentado na era digital, especialmente relevantes para profissionais de informação.

Por fim, complementando esta edição, apresentamos uma revisão crítica elaborada por Armando Malheiro da Silva sobre a obra "Marketing na Ciência da Informação: métodos, perspectivas e desafios", das autoras Bárbara Coelho Neves (UFBA), Marli Dias de Souza Pinto (UFSC) e Daniela Spuden (UDESC).

Esperamos que esta edição seja não apenas uma fonte de informação relevante, mas também um estímulo para a reflexão e incentivo a novas pesquisas e práticas inovadoras.

Boa leitura!