

Nuances de Aproximação entre Relações Públicas e Cultura: uma Análise Bibliométrica da Produção Científica em Relações Públicas e Comunicação Organizacional¹

Juliane do Rocio JUSKI²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar a temática da Cultura e das Relações Públicas nos artigos científicos produzidos no campo das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional, em especial, nos *papers* publicados na Revista Organicom e no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional da Intercom. Por meio do método bibliométrico, pode-se quantificar a produção científica e auxiliar na construção de um estado da arte sobre as relações entre Cultura e Relações Públicas, percebendo suas aproximações e as diferentes abordagens de pesquisa.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura; Relações Públicas; Análise Bibliométrica; Intercom; Organicom.

INTRODUÇÃO

Nosso propósito com este artigo é quantificar a produção científica no campo das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional, revelando as aproximações entre as Relações Públicas e a Cultura, por meio de uma análise da Revista Organicom e dos artigos publicados no Congresso Brasileiro de Comunicação (Intercom) – Grupo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional desde 2004. Esse exercício de compreender e explorar as produções acadêmicas é essencial para construir um estado da arte sobre a temática, além de auxiliar na compreensão do assunto para o desenvolvimento do projeto de doutorado da autora. Como bem destaca Baldissera (2017) é essencial a realização de uma boa revisão de literatura, é preciso considerar o conhecimento constituído e reconhecido, ou seja, é fundamental para qualquer

¹ Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS). Mestre em Comunicação e Bacharela em Comunicação Social – Relações Públicas pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: julijuski@gmail.com.

pesquisador analisar e avaliar tudo que já foi pesquisado e todo o conhecimento científico construído na temática da pesquisa. “(...) uma boa revisão de literatura possibilita evidenciar, à luz do conhecimento novo, as fragilidades do conhecimento existente, e isso permite (exige) realizar a crítica qualificada para superá-lo” (BALDISSERA, 2017, p. 74-75). Para o autor, desconsiderar esse conhecimento pode resultar em uma pesquisa que não tem valor, pois o que se produz já pode estar superado ou se trata de um conhecimento tautológico. Portanto, acreditamos, assim como Baldissera (2017), que explorar as produções científicas já divulgadas é um passo importante para a construção do estado da arte sobre a temática e nos auxiliará a construir uma tese embasada nos conhecimentos já apresentados na área, com uma discussão que visa promover reflexões mais aprofundadas e com críticas fundamentadas em conhecimento já produzido.

Baldissera (2017) alerta, ainda, que na área de Comunicação Organizacional, e podemos incluir o campo das Relações Públicas, ainda lemos pouco e não conhecemos em profundidade a literatura nacional e internacional. E isso, segundo o autor, tende a se traduzir em muita produção tautológica, ou seja, observamos muitos trabalhos sobre o mesmo assunto e com abordagens rasas. “Vale ressaltar, nessa direção, que em Ciências Sociais e Humanas menos de 10% dos *papers* publicados em periódicos são lidos” (BALDISSERA, 2017, p. 76). Esse dado alarmante apresentado por Baldissera (2017) nos remete a importância de ler a produção científica nacional e internacional para compreender o contexto das pesquisas e, assim, aprofundar as discussões no campo científico.

Portanto, o objetivo deste artigo é fazer um levantamento quantitativo a partir da bibliometria para identificar o número de artigos publicados na Revista *Organicom*, desde 2004 - sua primeira edição, e dos *papers* publicados nos anais do Congresso Brasileiro de Relações Públicas (INTERCOM) de 2004 a 2019 no Grupo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional que abordem as palavras-chaves “cultura” e “Relações Públicas”. Essa aproximação servirá de base para a construção do estado da arte sobre as possíveis aproximações entre os Estudos Culturais e as Relações Públicas, tema da pesquisa em desenvolvimento da autora.

IMBRICAMENTOS ENTRE RELAÇÕES PÚBLICAS E CULTURA: BREVES CONSIDERAÇÕES

A relação entre Relações Públicas e Cultura, no âmbito organizacional, não é algo inédito no campo. No Brasil, as pesquisadoras Marlene Marchiori (2006, 2008) e Maria Aparecida Ferrari (2009) foram as precursoras em apresentar a importância da cultura para as Relações Públicas. No entanto, ao analisar as produções científicas na área observa-se que a maioria dos artigos centra sua análise sob a perspectiva da cultura organizacional, ou seja, a importância da cultura no contexto das organizações, mas a aproximação entre a Cultura e as Relações Públicas, tanto no aspecto do processo como na abordagem teórica, é ainda bastante tímido, conforme revelado pela análise bibliométrica deste artigo.

Os momentos de ruptura nesta temática são apresentados pela pesquisadora Marlene Marchiori, em 2006 e 2008, quando lança as obras “Fases da cultura e da comunicação organizacional” e “Cultura e Comunicação Organizacional: um olhar estratégico sobre a organização”, respectivamente. Na obra “Fases da cultura e da comunicação organizacional”, os artigos organizados pela autora (2006) buscam trilhar um caminho exitoso entre as possíveis aproximações entre a cultura e a comunicação, e se transformar em auxiliar indispensável nos estudos acadêmicos e profissionais desses dois elementos. O livro se destaca, portanto, ao apresentar a comunicação e a cultura a partir de interações teóricas e práticas com os cenários organizacionais. Já na obra “Cultura e Comunicação Organizacional: um olhar estratégico sobre a organização”, fruto de sua tese de doutorado, Marchiori (2008) realiza um árduo resgate sobre o delineamento dos estudos em Comunicação Organizacional e Cultural Organizacional, evidenciando ainda as nuances entre as Relações Públicas com o aspecto cultural. Sua perspectiva de cultura organizacional baseia-se, mais enfaticamente, nos conceitos tratados por Schein (1997 *apud* MARCHIORI, 2008) e Martin (1992 *apud* MARCHIORI, 2008), além de apropriar-se da teoria de Grunig (1984, 1992, 2001, 2003 *apud* MARCHIORI, 2008) para pensar o aspecto das Relações Públicas.

Assim, sua principal contribuição está em apresentar uma relação expressa entre a Cultura Organizacional e as Relações Públicas, enfatizando o papel da comunicação e da cultura como fundamentais para o processo de constituição e compartilhamento de significados pelos indivíduos. Esse olhar remete a uma aproximação com os Estudos Culturais ao desvendar o profundo impacto da cultura na constituição e transformação das sociedades, além de apresentar uma abordagem mais abrangente sobre o conceito de “cultura”, assim como defendido por Raymond Williams.

No mesmo período, Maria Aparecida Ferrari (2009) em parceria com Fábio França e James E. Grunig lançam o livro “Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos”, em 2009. A obra reúne os resultados de uma pesquisa realizada em organizações dos Estados Unidos, Europa e América Latina (Brasil e Chile, mais especificamente) sobre a aplicação dos estudos de Maryland em diferentes contextos. Sua grande contribuição revelou-se ao delinear um importante deslocamento para a área, pois além de elencar as características específicas do cenário latino-americano, apresenta uma nova opção teórica para o campo das Relações Públicas, identificando uma possível aproximação com os intelectuais dos Estudos Culturais latino-americanos ao resgatar apontamentos feitos por Martín-Barbero (2006 *apud* FERRARI, 2009) sobre as peculiaridades culturais dos países latino-americanos.

Outra contribuição de Ferrari (2009) para o campo é identificar a organização como ator social com um papel impactante sobre a construção e transformação social, detentora de identidade, personalidade e cultura própria. Para reforçar esse nova relação, Ferrari sustenta sua concepção nos estudos de Hofstede (1983, 1994, 1980, 2001 *apud* FERRARI, 2009), Tanure (2006, 2004, 2005 *apud* FERRARI, 2009), Ogliastri (1998, 2000 *apud* FERRARI, 2009) e Grunig (2001 *apud* FERRARI, 2009), entre outros, redefinindo o papel do profissional de Relações Públicas como um analista de cenários, os quais são formados por meio de sistemas complexos de significados socialmente construídos e negociados. Essa relação também pode ser sugerida como uma aproximação com os Estudos Culturais, ao verificar o processo de construção e negociação das culturas organizacionais, como defendido por Hall (2003) em “codificação e decodificação”. No entanto, essa inferência é apenas nas entrelinhas, não há uma declaração explícita e afirmativa dessa contraposição.

Observações sobre as aproximações entre as teorias de Comunicação clássicas e os estudos em Relações Públicas também foram apresentadas por Silva (2011), publicado em 2011, no qual destaca a ênfase funcionalista e crítica como as mais exploradas dentro do campo. Segundo o autor,

o trabalho de Marchiori acrescenta muito conhecimento à área de Relações Públicas, uma vez que valoriza a importância do relacionamento na construção e adequação das culturas empresariais. Porém, em nosso trabalho, visualizamos ainda a possibilidade de aproximação das Relações Públicas com os estudos culturais ingleses e dos latino-americanos, como por exemplo, Canclini (SILVA, 2011, p. 83).

A abertura para futuras reflexões é levantada por Silva (2011) ao contrapor algumas teorias comunicacionais pouco utilizadas, “o que indica que existem pesquisas a serem promovidas nesse sentido, tendo em vistas a elaboração de novos conceitos e indicações de possíveis contribuições para os estudos de relações públicas” (2011, p.90).

Em 2015, Gisela Gonçalves e Tiago Martins organizaram o e-book “Interfaces da comunicação com a cultura”, quarto volume da coleção “Relações Públicas e Comunicação Organizacional: dos fundamentos às práticas”. A obra reuniu uma série de artigos de pesquisadores brasileiros e portugueses sobre o tema. Embora, a abrangência dos objetos analisados serem múltiplos, observa-se que há uma predominância, assim como nos trabalhos identificados neste estudo bibliométrico, em explorar o papel das Relações Públicas e da Cultura Organizacional no contexto de produção e gestão cultural, apresentando uma aproximação com as correntes crítica e funcionalista da Comunicação, assim como apropriações do campo da Administração. Sua principal contribuição consiste em reforçar o importante papel da cultura já delineado por Ferrari (2009) e Marchiori (2008) ao destacar que:

Trabalhar com a comunicação organizacional e/ou as Relações Públicas é trabalhar nesse mesmo contexto antropológico e sociológico em que a cultura se constitui. A própria interação social estabelecida pelas organizações está contida e é a ação humana na cultura. Neste ponto, então, articular estes campos com a cultura é perceber as diferentes interfaces das práticas sociais no contexto das organizações e das relações estabelecidas com seus diferentes públicos (GONÇALVES e MARTINS, 2015, p. 9).

Com relação ao papel das Relações Públicas, mais concretamente, os autores (GONÇALVES e MARTINS, 2015) propõem três classificações dessa correlação, sendo:

- a) as Relações Públicas como atividade dentro da produção cultural;
- b) as Relações Públicas como agente de instituições culturais;
- c) a produção cultural como estratégia de Relações Públicas nas organizações.

Mostrando, mais uma vez, que a aproximação direta e explícita entre os Estudos Culturais e as Relações Públicas foi abordada de maneira tímida e sem profundidade. Outro artigo desta coletânea que reitera a discussão é o artigo que observa a construção da identidade organizacional do Grupo RBS. Ao mesmo tempo em que abre caminho para uma discussão interessante sobre a questão da identidade constituída a partir da diferença

e do pertencimento, não o relaciona de maneira abrangente com esses conceitos tão essenciais para os Estudos Culturais, por exemplo.

Essas considerações nos instigaram a aprofundar a pesquisa sobre as relações entre Cultura e Relações Públicas, para compreender se há realmente esse déficit de pesquisas no campo que abordem essas aproximações. Para isso, realizamos uma análise quantitativa a partir do método bibliométrico para quantificar o número de artigos científicos publicados na principal revista científica brasileira do segmento, a *Organicom*, e os *papers* publicados nos anais do Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação (Intercom) que foram apresentados no Grupo de Pesquisa de Relações Públicas e Comunicação Organizacional entre os anos de 2004 e 2020, em nível nacional. Esse recorte temporal foi selecionado, pois 2004 é o ano de publicação da primeira edição da Revista *Organicom*. Além disso, o mesmo recorte temporal aplicado aos trabalhos apresentados no Intercom nos oferece uma perspectiva comparativa entre as produções, indicando se há períodos de maior produção sobre a temática analisada ou períodos de pouca produção na área. O objetivo foi avaliar quantitativamente como a comunidade científica está abordando essa temática.

METODOLOGIA DE PESQUISA

De acordo com Ferreira (2010), a bibliometria é um método de pesquisa que surgiu no início do século XX devido à necessidade de estudar e avaliar às atividades de produção e comunicação científica. A definição de bibliometria pode ser entendida como “técnica quantitativa e estatística de medição dos índices de produção e disseminação do conhecimento científico” (Araújo, 2006, p. 12 *apud* FERREIRA, 2010). E segundo Guedes e Borschiver (2005 *apud* FERREIRA, 2010) o termo bibliometria refere-se a um conjunto de leis e princípios empíricos que contribuem para o estabelecimento dos fundamentos teóricos da Ciência da Informação. A autora aponta o conceito mais utilizado de bibliometria, definido por Pritchard (1969 *apud* FERREIRA, 2010), como todos os estudos que tentam quantificar os processos de comunicação escrita.

Ferreira (2010) aponta, ainda, que o termo definido por Pritchard (1969 *apud* FERREIRA, 2010) elucida a essência dos estudos bibliométricos, ou seja, os estudos bibliométricos buscam quantificar a produção científica. A autora baseia-se, ainda, em Figueiredo (1977 *apud* FERREIRA, 2010) e Araújo (2006 *apud* FERREIRA, 2010) ao

revelar que a bibliometria possui duas preocupações desde sua origem. Uma delas é analisar a produção científica, enquanto a segunda é buscar benefícios práticos e imediatos para as bibliotecas. Criada, inicialmente, para mensurar livros, identificando a quantidade de edições e exemplares, quantidade de palavras contidas nos livros e quantidade de espaços ocupados pelos livros, a bibliometria auxiliou no desenvolvimento de coleções e na gestão de serviços bibliotecários. Mas aos poucos foi se voltando para o estudo de outros formatos de produção bibliográfica, tais como artigos de periódicos e outros tipos de documentos, “para depois ocupar-se, também, da produtividade de autores e do estudo de citações”. (Araújo, 2006, p. 12-13 *apud* FERREIRA, 2010).

Portanto, a bibliometria possibilita a observação de toda a produção científica registrada em um repositório de dados. É um método que permite identificar como uma determinada temática é abordada nas produções científicas, identificando quantidade de pesquisas relacionadas ao tema ou as palavras-chaves, bem como avaliar a evolução dessas pesquisas de forma quantitativa. De acordo com Ferreira (2010), por basear-se na contagem de artigos científicos, patentes e citações, os dados obtidos a partir de um estudo bibliométrico podem ser tanto o texto que compõe a publicação como os elementos presentes em registros sobre publicações extraídos de base de dados bibliográficos, como nome de autores, título, fonte, idioma, palavra-chave, classificação e citações. Para a análise realizada nesse *paper*, os artigos foram selecionados a partir da análise dos títulos e das palavras-chaves, com segmentação a partir dos termos “relações públicas” e “cultura”. Mas, o levantamento dos dados considerou também as referências utilizadas pelos autores nas áreas de Relações Públicas e de Cultura ou termos correlatos como Cultura Organizacional e Interculturalidade. No entanto, para recorte deste artigo, a análise restringiu-se a quantidade de artigos baseado na busca pelos termos em títulos e palavras-chaves.

Assim, a bibliometria nos auxiliou na identificação de tendências e abordagens utilizadas no campo para essa temática. Além disso, os dados estatísticos encontrados por meio dos estudos bibliométricos mensuram a contribuição do conhecimento científico derivado das publicações encontradas da Revista *Organicom* e no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional da Intercom. Esses dados podem ser utilizados na representação das atuais tendências de pesquisa e na identificação de temas para novas pesquisas.

ANÁLISE DAS PRODUÇÕES E RESULTADOS

A *Organicom* – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas é uma revista semestral criada em 2004 e ligada a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) que reúne artigos, depoimentos, resenhas, entrevistas e pesquisas de especialistas conceituados nacional e internacionalmente - tanto do mercado como do meio científico – nas áreas de Relações Públicas (RP) e Comunicação Organizacional (CO). De acordo com a apresentação em sua primeira edição

A Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas-*Organicom* - pretende ser um meio de comunicação capaz de reunir os grandes temas contemporâneos dessas áreas estudados na universidade e, ao mesmo tempo, tornar-se um instrumento interativo com o mercado e a sociedade. Democratizar os novos conhecimentos gerados e contribuir para o debate técnico-científico da comunicação nas organizações constitui outra proposta básica desta publicação (KUNSCH, 2004, p. 5).

A cada número, a revista publica um dossiê temático, geralmente resultantes de pesquisas nas universidades, apresentados em uma linguagem acessível para a sociedade, na tentativa de trazer novas contribuições para o debate de assuntos contemporâneos que devem ser equacionados tanto pela academia como pelo mercado. Em sua primeira edição, a temática apresentada foi “Comunicação e mudança cultural nas organizações”, demonstrando a relevância do aspecto da cultura para o campo das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional. No entanto, a edição de abertura apresenta apenas um único artigo que associa a questão da cultura às Relações Públicas. O artigo “Mudança cultural e a responsabilidade das Relações Públicas” de Marlene Marchiori (2004) aborda questões relativas ao processo de mudança cultural em organizações. No texto, a autora defende que uma mudança só é efetiva a partir do momento em que se trabalhe na essência, nos valores, na forma de relacionamento das pessoas, e isto exige comunicação. Nesse sentido, Marchiori (2004) defende que as Relações Públicas devem ser praticadas de forma estratégica por representarem um processo de intervenção na cultura organizacional.

A análise bibliométrica de todas as edições publicadas da Revista *Organicom*, de 2004 a 2020, revelam que os termos “relações públicas” e “cultura” aparecem em apenas 10 artigos publicados. Para a análise a busca dos termos foi realizada nos títulos dos

artigos e nas palavras-chaves, a partir do levantamento se categorizou os artigos em três grupos.

1) *relações públicas*: que reúne artigos que incluem o termo “relações públicas” no título ou entre as palavras-chaves, mas sem relação com cultura.

2) *cultura*: categoria que reúne os artigos que apresentam o termo “cultura” no título ou entre as palavras-chaves, mas não tem relação com as Relações Públicas e

3) *relações públicas e cultura*: que reúne os artigos que tanto apresentam os termos “relações públicas” como “cultura” no título ou entre as palavras-chaves.

Portanto, os 10 artigos levantados foram enquadrados na terceira categoria “relações públicas e cultura”. Na categoria de “cultura” foram identificadas 19 publicações. Mas, para o recorte deste artigo, a análise restringiu-se às produções que apresentam ambos os termos “relações públicas” e “cultura” em seus títulos ou palavras-chaves.

Além dos artigos, a Revista realizou duas edições de dossiê com foco em cultura, como já mencionado a edição de abertura da revista apresentou a temática, que foi resgatada 10 anos depois com o dossiê sobre “Interculturalidade e Organizações” coordenado por Ferrari (2014) em 2014. A referida edição da revista reuniu 21 textos publicados que exploraram a relação entre Cultura e Comunicação Organizacional nos mais diversos âmbitos, além de trazer uma entrevista inédita com o Prof. Dr. Krishnamurthy Srirameshm, renomado pesquisador na área das Relações Públicas globais e da interculturalidade. Como resultado, a publicação evidenciou mais uma vez a importância e a relação intrínseca entre a cultura e a comunicação, no entanto, mais uma vez revelou a baixa produção científica que investiga as relações entre Relações Públicas e Cultura.

Dentro dessa edição (Organicom, 2014), apenas três artigos faziam uma referência direta aos termos de Relações Públicas e Cultura, sendo os artigos de Pereira, Ribeiro, Modesto, *et al* (2014) intitulado “Narrativas, Relações Públicas e Comunicação Intercultural: o caso do “Brazilian corporate communications day”, em que abordam a relevância das narrativas como instrumento de atuação no contexto das relações públicas interculturais, por meio de uma reflexão sobre cultura, multiculturalismo, interculturalidade e o papel das práticas de comunicação organizacional e relações públicas na construção das narrativas sobre o Brasil. Há, ainda, o artigo de Vetritti e Virgili (2014) “Grandes empresas e interculturalidade: importância do

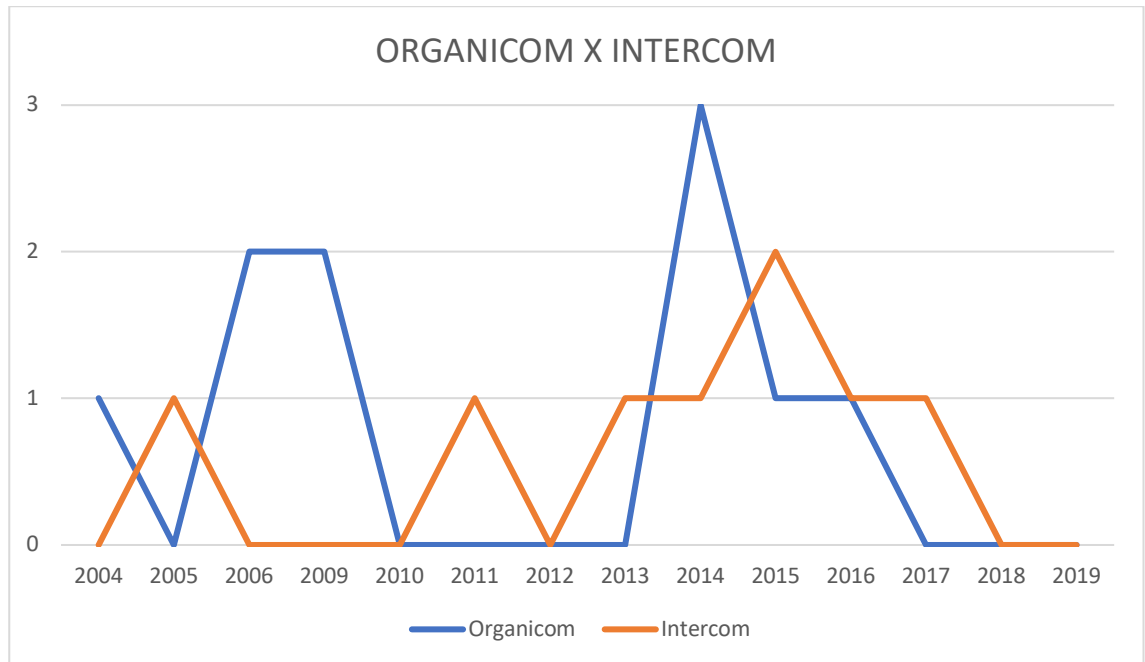
profissional de relações públicas no ambiente digital” que faz uma reflexão sobre o fato de que com o aumento do acesso mundial à rede de computadores, quebra-se a barreira do tempo e do espaço, gerando integrações e apontamentos de diversas culturas nas diretrizes comunicacionais das organizações brasileiras, fatos que estão ligados à interculturalidade e com os profissionais de relações públicas, que teoricamente são formados para promover diálogo e realinhamento de estratégias. E o terceiro artigo de Ortiz (2014) intitulado “Conflitos e barreiras culturais à comunicação: uma pesquisa empírica em ecossistemas multiculturais” que descreve a pesquisa empírica do autor sobre as barreiras culturais à comunicação realizada em quatro redes hoteleiras de diferentes origens sediadas no Brasil – norte-americana, francesa, mexicana e brasileira. O autor verificar como os valores culturais nacionais, refletidos nos valores organizacionais específicos de cada país, têm uma influência fundamental no perfil das barreiras culturais à comunicação, em um esforço de desenvolver uma pesquisa comparada de relações públicas internacionais.

O último artigo encontrado na categoria de análise “relações públicas e cultura” foi de Nascimento (2016) que faz uma reflexão sobre a importância da pesquisa para atuação do Relações Públicas nas organizações, visando à expansão do acesso à cultura. De acordo com a autora (2016), cabe ao profissional mapear processos e propiciar a inter-relação entre a organização e seus públicos em alinhamento com a estratégia organizacional. Nesse sentido, o estudo apresenta uma análise junto a uma instituição que se propõe facilitar o acesso à cultura para a comunidade. Como resultado, Nascimento (2016) indica que a comunicação pode se constituir como um meio catalisador, a partir de dados de pesquisa e diagnóstico do contexto.

E a escassez nos trabalhos que envolvem Relações Públicas e Cultura também é observada nos artigos apresentados no Grupo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional publicados nos anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM). Uma análise quantitativa a partir da bibliometria dos *papers* publicados entre os anos 2004 e 2019, ou seja, um recorte temporal dos últimos 15 anos apontam apenas oito (8) artigos científicos que apresentam no título ou entre as palavras-chaves os termos “relações públicas” e “cultura”. Sendo que dentre esses oito artigos, um deles apresenta a perspectiva da ética nas Relações Públicas e os conceitos de cultura organizacional são baseados apenas em uma matriz teórica da ética. O último

artigo categorizado foi de 2017 que aborda a questão das ações culturais como estratégia para a gestão de crises.

No quadro abaixo há um comparativo entre as publicações encontradas na Revista *Organicom* e no *Intercom*, relacionando a quantidade de artigos encontradas por ano de edição.



Os números indicam a baixa produção científica sobre a temática entre os anos de 2004 e 2005, mas com um aumento nas produções entre os anos de 2013 e 2016. O gráfico revela, ainda, que o número de produções em comparação entre *Organicom* e *Intercom* se assemelham, ou seja, em edições da *Organicom* que se discute as aproximações entre *Relações Públicas e Cultura*, se reflete em relativa proporção no *Intercom*. Outro dado importante observado é que a partir de 2018 as produções em ambos os locais analisados declinam.

Outro aspecto analisado a partir dos dados levantados pela bibliometria foram as referências bibliográficas utilizadas, ou seja, as matrizes teóricas indicadas pelos autores para realizar as discussões nos trabalhos. Nos 10 artigos segmentados pelo filtro “relações públicas e cultura” na Revista *Organicom*, cinco (5) artigos baseiam-se nas conceituações de *Relações Públicas* defendidas por Margarida K. Kunsch (2003, 2008, 2016) e três (3) em James Grunig (1992, 2011), sendo as principais referências utilizadas. Já para conceituar cultura, os referências teóricos ampliam com dois (2) artigos que utilizam

Stuart Hall (1994, 2003, 2006), dois (2) artigos que se baseiam nas ideias de Nestor García Canclini (2005, 2012) e outro artigo em Clifford Geertz (1989).

Ao analisar o quadro teórico referencial dos *papers* apresentados no Intercom, os autores utilizados para delinear as Relações Públicas se assemelham a *Organicom*, com quatro (4) artigos que citam James Grunig (1992, 2009, 2011) e três (3) artigos que citam Margarida Kunsch (2003, 2016) e Maria Aparecida Ferrari (2009). Já com relação a conceituação de cultura, os artigos do Intercom se baseiam em uma matriz teórica bem diferente da *Organicom*. Quatro (4) artigos citam Maria Ester de Freitas (2006), três (3) artigos citam Fleury e Fischer (2012) e Marchiori (2008), enquanto apenas um artigo menciona Canclini (1999) entre suas referências e Stuart Hall nem é citado.

Esse levantamento de dados confirma a hipótese de que a teoria desenhada pelos Estudos Culturais não está sendo aplicada ao campo das Relações Públicas. Essa relação se mostra pequena e restrita a poucas pesquisas acadêmicas na área.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para essa investigação, partiu-se do pressuposto de que relacionar cultura ao universo das Relações Públicas é fundamental para desenvolver tanto o processo como a prática das Relações Públicas, além de ser um aspecto relacionado também ao âmbito da comunicação organizacional. Partindo desta premissa, acreditava-se que a temática fosse mais amplamente discutida no campo científico da área.

No entanto, com base no estudo bibliométrico pode-se concluir que a discussão sobre possíveis aproximações e imbricamentos entre a Cultura e as Relações Públicas não possui uma grande representatividade no número total de artigos publicados na Revista *Organicom* e no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional da Intercom.

A categoria que relaciona os termos “relações públicas” e “cultura” revelou que as produções científicas nesse segmento são, em sua maioria, reflexões sobre a atuação do profissional de Relações Públicas no mercado cultural ou a utilização da cultura como uma estratégia profissional. Além disso, a maioria das produções baseia-se no conceito de cultura organizacional, conceituando o termo “cultura” a partir de uma matriz teórica do campo da Comunicação Organizacional e da Cultura Organizacional. Poucos são os artigos que possuem em suas referências bibliográficas o aporte teórico dos Estudos Culturais, salvo poucos artigos que indicam Canclini (2005, 2012), Martín-Barbero

(2009) e Hall (1994, 2003, 2006) como referências para compreender a cultura e os aspectos do contexto cultural contemporâneo.

Nossa proposta é, portanto, apontar a necessidade de se ampliar as pesquisas no campo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas sob a perspectiva dos Estudos Culturais como matriz teórica. Esse movimento já vem sendo defendido por Baldissera (2017) dentro do Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder (GCCOP) vinculado ao PPGCOM/UFRGS que parte do seu aporte teórico está centrado nos Estudos Culturais “particularmente a noção de identidade/processos identificatórios (HALL, 2005; SILVA, 2000)”. Mas, nossa proposta é que esse aporte teórico pode ser aplicado também ao processo de Relações Públicas e é exatamente essa aproximação que não encontramos nas produções científicas da área.

Nesse sentido, mostra-se especialmente relevante continuar as investigações sobre as múltiplas possibilidades que o conceito ampliado de cultura e suas nuances podem oferecer ao campo acadêmico e profissional das Relações Públicas.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, Rudimar. *Da pesquisa em Comunicação Organizacional: fundamentos teóricos e metodológicos, práticas e críticas*. In: MARQUES, Ângela Cristina Salgueira; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; LIMA, Fábria Pereira (Org.) **Comunicação organizacional: Vertentes conceituais e metodológicas**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2017.

CANCLINI, Nestor. **La globalización Imaginada**. Mexico: Paidós, 1999.

_____. **Consumidores e cidadãos**. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

_____. **Latino-americanos à procura de um lugar neste século**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

_____. **A sociedade sem relato: antropologia e estética da iminência**. São Paulo: Edusp, 2012.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Estudos Culturais*. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C; FRANÇA, V. V. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

FERREIRA, Ana Gabriela Clípe. Bibliometria na avaliação de periódicos científicos. **Revista de Ciência da Informação**, v. 11, n. 3, jun/2010. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Ana_Gabriela_Ferreira/publication/320812351_Bibliometria_na_avaliacao_de_periodicos_cientificos/links/5de539bba6fdcc28370052a8/Bibliometria-na-avaliacao-de-periodicos-cientificos.pdf>. Acessado em 10 de outubro de 2020.

FREITAS, Maria Esther de. **Cultura organizacional: identidade, sedução e carisma?** 5 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

FLEURY, M. T.; FISCHER, R. M. **Cultura e poder nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2012.

GRUNIG, James; FERRARI, Maria Aparecida e FRANÇA, Fábio. **Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009.

GRUNIG, J.. (ed). **Excellence in public relations and communication management**. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1992.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

KUNSCH, Margarida K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

_____. **Gestão estratégica de comunicação organizacional e relações públicas**. S. C. do Sul: Difusão, 2008.

_____. **Comunicação Organizacional Estratégica: aportes conceituais e aplicados**. São Paulo: Summus, 2016.

_____. *Apresentação*. **Organicom**. V. 1, n.1, agosto/2004. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138865/134211>>. Acessado em 10 de outubro de 2020.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

_____. **A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo**. Porto Alegre: Educação & Realidade, 1994.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. de Tomaz Tadeu da Silva e Guaciara Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP & A Editora, 2006.

LIMA, Fábila Pereira; BASTOS, Fernanda de Oliveira. *Reflexões sobre o objeto da comunicação no contexto organizacional*. In: OLIVEIRA, I. L.; LIMA, F. P. **Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional**. São Caetano: Difusão Editora, 2012.

MARCHIORI, Marlene. Regina. *Mudança cultural e a responsabilidade das Relações Públicas*. **Organicom**. V.1, N.1, 2004. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138871/134218>>. Acessado em 9 de outubro de 2020.

_____. **Faces da cultura e da comunicação organizacional**.v. 1. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2006.

_____. **Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre a organização**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6º ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

NASCIMENTO, Daniela Viegas da Costa. O relações-públicas nas atividades culturais: atuação da pesquisa nas organizações. **ORGANICOM**, V. 13, N. 25, 2016.

ORGANICOM. **Interculturalidade e Organizações**. V. 11, n.21, 2014.

ORTIZ, Felipe Chibás. *Conflitos e barreiras culturais à comunicação: uma pesquisa empírica em ecossistemas multiculturais*. **Organicom**, V.11, N. 21, 2014.

PEREIRA, Else Lemos Inácio; RIBEIRO, Emiliana Pomarico; MODESTO, Carolina Aparecida Temoteo. *Narrativas, relações públicas e comunicação intercultural: o caso do “Brazilian corporate communications day”*. **Organicom**, V.11, N. 21, 2014.

SILVA, Sandro Takeshi Munakata da. **Teorias da comunicação nos estudos de relações públicas**. – Dados eletrônicos – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011.

VETRITTI, Fabiana Grieco Cabral de Mell; VIRGILI, Rafael. *Grandes empresas e interculturalidade: importância do profissional de relações públicas no ambiente digital*. **Organicom**, V.11, N. 21, 2014.

GONÇALVES, Gisela; MARTINS, Tiago. **Relações Públicas e Comunicação Organizacional: dos fundamentos às práticas**. *Interfaces da comunicação com a cultura*, V. 4, Covilhã: Livros Labcom, 2015. Disponível em: < http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150702-2015_11_interfaces_comunicacao_cultura.pdf>. Acesso em: 03/10/2017.