



Cultcom: revista científica como veículo de comunicação dirigida para o curso de Relações Públicas da UNIPAMPA¹

Leonardo Oliveira MARION²

Karen Greco SOARES³

Marcela Guimarães e SILVA⁴

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

Resumo

Este trabalho traz a proposta experimental para a criação de uma revista científica para o curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural da UNIPAMPA. O curso foi criado com uma nova perspectiva de atuação para as relações públicas: a produção cultural. Para auxiliar na sua consolidação, tendo em vista ser um curso recente, propõe-se a criação de um periódico científico *online* que sirva como um canal para socialização de produções científicas na área de relações públicas e suas interfaces com a cultura. A publicação surge, então, como um veículo de comunicação dirigida que auxiliaria para a consolidação do curso e estimularia a reflexão sobre as práticas de relações públicas e produção cultural.

Palavras-chave: relações públicas; comunicação dirigida; cultura; revista científica; periódico *online*.

1. Introdução

Sabe-se que as relações públicas são uma área bastante abrangente, com diversas linhas de atuação e, conseqüentemente, pesquisa. Nesse sentido, percebe-se um novo nicho para a profissão: as práticas de relações públicas conjugadas aos processos culturais, tanto da sociedade quanto de uma organização. O curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), *Campus* São Borja, nasce dentro dessa nova perspectiva de atuação e a criação de uma revista científica com a temática “relações públicas e cultura” corrobora com a construção e reflexão dessa nova área do conhecimento. Portanto, propõe-se a criação

¹ Trabalho apresentado no IJ 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural da UNIPAMPA, email: leo_marion@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural da UNIPAMPA, email: karen_qx@hotmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural da UNIPAMPA, email: marcelasilva@unipampa.edu.br.



da Cultcom – Revista científica de Relações Públicas e Produção Cultural como uma estratégia de comunicação para o referido curso.

A revista surge com caráter experimental, tendo sido proposta na disciplina de Projeto Experimental em Relações Públicas, no sexto semestre. Trata-se de uma iniciativa pioneira, idealizada como uma forma de suprir uma demanda específica do curso de Relações Públicas da UNIPAMPA: a falta de um canal para socialização de produções científicas na área de relações públicas e suas interfaces com a cultura. Assim, o veículo surge com o intuito de criar esse espaço para discussão científica entre estudantes de graduação, professores e pesquisadores das áreas de relações públicas e suas interfaces com a cultura.

Por se tratar de uma instituição nova, com sete anos de fundação, a UNIPAMPA caminha para sua consolidação no cenário da pesquisa no que diz respeito à área da comunicação social, mais especificamente à área das relações públicas. Além disso, o curso de Relações Públicas é recente, o que tornaria a revista um veículo propulsor da produção científica dos seus alunos e futuros egressos, também contribuindo para a consolidação do mesmo.

2. Ciência e comunicação

O questionamento da existência e a busca por explicações para os mais variados acontecimentos da vida humana são aspectos inerentes a todo indivíduo desde muito antes das grandes sociedades existirem. O ato da dúvida preconizou e apontou caminhos para o que seria o início de um dos mais complexos sistemas de produção de sentidos da humanidade: a ciência. Com o advento da Filosofia (forma mais elementar de ciência), o exercício da intelectualidade dá início a diferentes descobertas, discussões e compreensões do mundo de forma acelerada. Porém, tal processo só solidificou-se – e solidifica-se até hoje –, em muito, por um outro processo, que é a comunicação. Ou seja, a comunicação e a ciência estão interligadas.

Para Carvalho (2012), a ciência, caracterizada como um conjunto de conhecimentos validáveis, obtidos por meio de observação, experimentação e exercício mental acerca de aspectos do universo e da vida humana em suas diversas faces, trata-se de uma arquitetura do coletivo, isto é, uma apreensão social. Nisso, o seu “fio-condutor” é a comunicação, sem a qual o conhecimento científico não possui avanços. Pode-se inferir que a ciência é uma apreensão também social, quando precisa da comunicação



para sua difusão. Nesse sentido, a comunicação exerce papel fundamental na propagação e difusão do conhecimento científico.

Durante o século XIX, a ciência teve avanços consideráveis em várias áreas e desmembrou-se da Filosofia, ganhando objetos de estudos diferentes e separados por áreas do saber. Desvinculou-se também dos pressupostos religiosos, fator que tornava a produção intelectual muito voltada aos dogmas eclesiásticos da época. “As chamadas sociedades científicas ganharam força e liberdade de expressão, e as discussões passaram a ser norteados pela própria lógica científica” (CURTY, 2010, p. 10).

Foi a partir dessa independência que o ramo científico principiou a utilizar-se de maneira mais efetiva da comunicação para a difusão de suas descobertas. O paralelismo entre a produção científica e o avanço das técnicas de comunicação é outro ponto visível nesse período, e que perdura até a atualidade. Assim, os veículos de comunicação começam a surgir nesse cenário para facilitar debates, discussões e para a própria socialização e democracia do saber.

2.1. Veículos de comunicação para a ciência

A comunicação científica, termo cunhado pelo pesquisador Arthur Meadows (1999), visa entender a comunicação como um veículo a favor do progresso científico. Para o autor, não se pode saber com precisão quando iniciaram as primeiras formas de técnicas de comunicação aliadas da ciência, mas acredita-se que os debates na Academia⁵ foram as primeiras formas que se utilizavam da comunicação oral para a difusão científica (MEADOWS, 1999). Essa tradição influenciou em muito a ciência moderna, pois os debates acadêmicos são recorrentes nas universidades, locais de fomento científico ainda hoje.

Mais adiante, as formas de comunicação escrita surgiram tendo à frente principalmente Aristóteles. Seus manuscritos, copiados repetidas vezes, influenciaram toda a Cultura árabe e, mais tarde, a ocidental (MEADOWS, 1999). O livro foi um facilitador de socialização das pesquisas da época; e com a introdução da imprensa o seu tamanho diminuiu, facilitando o transporte do material à Europa (MEADOWS, 1999).

⁵ Local na periferia de Atenas, na Grécia, onde as pessoas se reuniam durante os séculos V e VI para discutir questões filosóficas.



Serviços como correio oficial (século XV), distribuição de livros impressos de pesquisadores diretamente para bibliotecas de locais diversos da Europa e sistemas postais governamentais (século XVI) estimularam a difusão de notícias e foram os principais meios de comunicação utilizados pela sociedade científica da época. Além disso, cartas enviadas por pesquisadores a seus amigos para relatar resultados de experimentos e descobertas recentes circularam por muito tempo entre grupos de interessados. Suas divulgações eram direcionadas, pois os autores dificilmente mandavam àqueles que poderiam refutar suas ideias. Relatos de encontros em sociedades científicas, como os relatórios de reuniões, mais tarde seriam as primeiras formas de impressos resumidos para consulta e referência aos membros dessas sociedades (MEADOWS, 1999). As cartas e as atas foram veículos que acabaram por influenciar o surgimento de publicações dirigidas, como revistas e periódicos.

3. O periódico científico

Segundo Meadows (1999), o surgimento das duas primeiras revistas científicas das quais se tem notícia ocorreram em 1665, uma na França e, posteriormente, na Inglaterra. A primeira foi o *Journal des Sçavans*, fundado por Denis de Sallo, que se tratava de resumos e anotações feitas por escritores da corte do parlamento da França. O primeiro volume foi publicado em cinco de janeiro de 1665, contendo vinte páginas, dez artigos, algumas cartas e anotações. Essa estrutura claramente assemelha-se a das atuais revistas e periódicos científicos.

Na Inglaterra, a segunda revista criada foi a *Philosophical Translations*, poucos meses após a primeira edição da francesa. Segundo Meadows (1999), levaram apenas seis dias para a *Royal Society* de Londres (comunidade científica da época) ter acesso ao conteúdo da revista em uma de suas reuniões. Isso indica a velocidade da comunicação nesses centros e o impulso que a revista deu à socialização do conhecimento nesse período.

A revista *Philosophical Translations* dava ênfase aos relatos de experimentos realizados pelos cientistas membros da *Royal Society*. O surgimento de mais revistas científicas pela Europa suscitaram implicações notáveis para a ciência, pois representava a formalização do processo da comunicação científica. Nos séculos seguintes, esse meio se espalhou por todo o continente, surgindo também periódicos especializados, principalmente em Química e Física (MEADOWS, 1999). Com o



tempo, as publicações se tornaram frequentes meios de divulgação científica, ganhando destaque, principalmente, devido a suas características de meio formal, crítico e legítimo.

Passando os anos e acompanhando o desenvolvimento técnico dos meios de comunicação, as publicações científicas tornaram-se importantes mensuradores de resultados na área. A própria ciência evolui atrelada à propagação que a comunicação permite. Nesse sentido, com os avanços tecnológicos e, principalmente, com o advento da computação, o formato das revistas científicas mudou expressivamente. A editoração eletrônica trouxe maior rapidez e qualidade na criação dos periódicos.

Um projeto precursor, desenvolvido durante a década de 80, foi o projeto BLEND. Esse projeto previa a substituição total do periódico impresso pelo eletrônico, prevendo a utilização de programas e manutenção. Devido ao alto custo, o projeto não obteve o êxito necessário e a publicação impressa ainda continuava sendo o maior meio de divulgação científica. Só em 1990, a partir da difusão da internet como meio de troca de informações, foi que os periódicos ganharam lugar de destaque em plataformas web (MEADOWS, 1999).

Atualmente existem plataformas específicas para a criação de periódicos científicos totalmente *online*, entre elas, destaca-se o *Open Journal Systems*, amplamente difundido.

3.1. O periódico científico como um veículo de comunicação dirigida

Diante do exposto até agora sobre a história dos periódicos científicos e sua relação com a comunicação, pode-se afirmar que as revistas científicas são um veículo de comunicação e de incentivo ao progresso na ciência. Aprofundando ainda mais a reflexão, propõe-se que os periódicos científicos sejam veículos de comunicação dirigida, ou seja, veículos direcionados.

A comunicação dirigida caracteriza-se pela sua eficiência em especializar conteúdos e direcioná-los a públicos específicos. No mundo efêmero atual, torna-se imprescindível direcionar a informação, utilizando-se de veículos estratégicos para ter uma melhor abrangência e resultado do que se quer comunicar. Para Andrade (2001), a comunicação dirigida é definida como “forma de comunicação que tem por finalidade transmitir, conduzir e algumas vezes recuperar a informação para estabelecer a



comunicação limitada, orientada e frequente, com selecionado número de pessoas homogêneas e conhecidas”.

Ainda buscando uma conceituação do termo, segundo França (2007, p. 32)

A comunicação dirigida é uma forma de comunicação humana destinada a propiciar maior interação entre pessoas e grupos, pois, quanto mais direta for, melhor será o resultado de qualquer comunicação. Na comunicação dirigida, comunicador e receptor se identificam; o código empregado é o mais adequado para ambos, o conteúdo é destinado a perdurar no tempo e as mensagens são propagadas para atingir toda a audiência.

O periódico científico é um dos principais meios de comunicação da ciência na atualidade, ganhando destaque por se tratar de um canal formal pelo qual os pesquisadores tornam públicas suas pesquisas e descobertas. Partindo de tais pressupostos, é possível concluir que os periódicos científicos se tratam de veículos de comunicação dirigida, pois seu conteúdo é específico e destinado a um público segmentado; seu próprio surgimento demonstrou ser um canal facilitador de acesso e sua característica de garantir eficácia no fluxo das mensagens comprova facilmente essa afirmativa.

Além do mais, um periódico científico promove a “ordenação do direcionamento de mensagens especiais, adequadas a segmentos específicos de um ou mais públicos” (FRANÇA, 2007, p. 32), o que mais uma vez reafirma o caráter dirigido que uma revista científica tem, pois suas mensagens são totalmente direcionadas para a comunidade científica. Em outras palavras, são veículos criados pela e para a comunidade acadêmica.

Outro fator que se pode salientar é que, por meio de um periódico científico, pode-se garantir o acolhimento da mensagem, pois a linguagem, especificações e temática serão totalmente voltadas à área do periódico, atingindo de maneira mais eficiente o público de circulação da revista.

4. Veículo de comunicação para o curso de Relações Públicas

A utilização de revistas científicas dentro do espaço universitário é uma questão recorrente e um grande fomento da pesquisa científica no mundo contemporâneo. Principalmente no Brasil, as universidades utilizam-se dos espaços científicos em



revista para divulgação de seus trabalhos e aproximação entre pesquisadores e estudiosos da área. Existem diversas agências de fomento a nível federal e estadual destinadas a financiar pesquisas, cuja principal forma de registro desses estudos se dá através de publicações em periódicos especializados. Para um curso em pleno crescimento, uma revista científica trata-se não só de um veículo aproximativo para os seus membros, mas também de um agente promotor de atividade intelectual e produção de sentidos, ou seja, da produção de conhecimento e avanço para todos os envolvidos.

Dentro do cenário de uma recente universidade brasileira, o curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural da UNIPAMPA é recente, estando em seu quarto ano de existência, quando formará sua primeira turma.

Com o objetivo de proporcionar aos seus egressos disciplinas que aliem o conhecimento teórico e metodológico das áreas da comunicação em diálogo com a profissão de Relações Públicas voltadas à Produção Cultural, o referido curso procura capacitar o aluno a desenvolver projetos de valorização da diversidade sociocultural com técnicas das Relações Públicas, bem como sua atuação em ambiente organizacional e derivados.

O curso propicia tanto uma capacitação crítica das especificidades de sua profissão como a intervenção na realidade social através da cultura. Por ter essa característica diferenciada – Relações Públicas e Produção Cultural – as situações teóricas são ainda mais abrangentes e um espaço a ser explorado cientificamente. Nesse sentido, propõe-se a criação de um veículo científico para o referido curso.

A revista tem esse enfoque devido às próprias lacunas teóricas que essas áreas têm. O campo da Cultura, quando pensado sob a óptica das Relações Públicas, ainda busca uma consolidação e o periódico trata-se de um fomento ao debate aprofundado nos temas relações públicas e cultura, voltado para alunos, professores e demais pesquisadores interessados nas áreas mencionadas.

4.1. A revista

Nesse subcapítulo, será dado um panorama geral sobre a proposta de criação da revista, apresentando sua missão, que tipo de trabalhos será aceito, quem poderá submetê-los, formação do Conselho Editorial, periodicidade, entre algumas outras especificidades.



A Cultcom – Revista científica de Relações Públicas e Produção Cultural foi idealizada em caráter experimental na disciplina de Projeto Experimental em Relações Públicas, no sexto semestre, tendo como missão disseminar e promover reflexões e debates no campo científico das relações públicas e da cultura. A revista contará com trabalhos enviados por doutores, doutorandos, mestres, mestrandos (em coautoria com o orientador) e graduandos e alunos de iniciação científica (em coautoria de seus orientadores).

A publicação será operacionalizada na plataforma *Open Journal System* (OJS), uma solução de código livre para gerenciar e publicar periódicos científicos na internet. O sistema é gratuito, altamente flexível, e pode ser operado pelo próprio editor para administrar o processo de publicação de sua revista, devendo ser instalado em um servidor Web. O sistema busca reduzir o tempo e a energia necessários às tarefas administrativas e de secretariado associadas à produção de uma revista, enquanto melhora a preservação dos registros e a eficiência dos processos editoriais. Busca também aperfeiçoar a qualidade da publicação científica e acadêmica através de várias inovações, desde a transparência das políticas ao aprimoramento da indexação da revista.

A Cultcom terá periodicidade semestral, sendo que os trabalhos deverão ser submetidos para avaliação conforme as datas que serão amplamente divulgadas. O prazo para avaliação será de 30 dias. Após notificados, os autores terão 15 dias para realizar as modificações sugeridas pelos avaliadores, quando necessário. Os trabalhos serão recebidos por meio do Sistema Eletrônico de Editoração de Revista – SEER. Os autores devem se cadastrar no sistema e enviar o texto em anexo, sem dados de identificação do autor, colocando estes dados apenas nos campos em que o sistema solicitar.

Os trabalhos recebidos terão submissão cega a dois avaliadores. Em caso de discordância entre os mesmos sobre o parecer relativo ao texto, este será submetido a um terceiro avaliador. As resenhas e entrevistas serão avaliadas pela Comissão Editorial. O processo pode ser acompanhado por meio do sistema com o *login* e senha criados no momento do cadastro do autor. A revista levará em conta o ineditismo e a qualidade dos trabalhos. Poderão ser submetidos artigos, entrevistas ou resenhas, sendo que os artigos deveram ter de 10 a 15 páginas e as entrevistas e resenhas, de 3 a 5 páginas.



Para composição do Conselho Editorial, responsável pela revisão e avaliação dos trabalhos, foram pensados dez nomes de pesquisadores das áreas de relações públicas e cultura, sendo mesclados pesquisadores da própria UNIPAMPA, de outras universidades do estado, do país e também pesquisadores de outros países.

5. Considerações finais

A criação de uma revista especializada nos temas Relações Públicas e Cultura visa ser uma alternativa para a discussão e fomento de investigação nas duas áreas, buscando incentivar alunos, professores e demais pesquisadores para o exercício de novas descobertas e experimentações da atividade de relações públicas em interface com os processos culturais, tanto na vida social como nas organizações.

A escolha por uma revista se deve ao fato de que, a partir do momento em que esse material é publicado, torna-se um registro autêntico para a universidade e uma forma de compilação dos trabalhos realizados. Além disso, através de uma revista é possível explorar um determinado tema de maneira mais aprofundada, tendo em vista o seu caráter de segmentação e especificidade.

É possível ressaltar, ainda, que o fato de se criar um espaço para discussão científica contribuirá não apenas diretamente para os pesquisadores da área, mas também para outras pessoas interessadas nos temas, como profissionais do mercado das relações públicas que estão se aventurando nesse novo nicho: a produção cultural. Essa ideia vai ao encontro de um dos princípios fundamentais do código de ética da profissão de Relações Públicas, que ressalta a importância do profissional desenvolver o sentido de responsabilidade profissional por meio do aperfeiçoamento de seus conhecimentos e procedimentos éticos, pela melhoria constante de sua competência científica e técnica e no efetivo compromisso com a sociedade brasileira (CONFERP, 2001).

Nesse sentido, o espaço criado pelo periódico possibilita, entre outras coisas, a aquisição de novos conhecimentos; o conhecimento do que está sendo produzido nas áreas de relações públicas e suas interfaces com a cultura; e contribuir com a sociedade através das descobertas nas áreas.

Finalmente, acrescenta-se que a compreensão das relações públicas, suas técnicas, teorias e conceitos permite observar essa atividade por uma óptica mais crítica, de compreensão do processo e não meramente como uma execução de tarefas. É



compromisso das universidades instigar o exercício reflexivo na comunidade acadêmica, e nada mais condizente com esse ideal do que criar um espaço para socialização do conhecimento. Além disso, o exercício reflexivo da atividade possibilita adquirir a expertise necessária para desempenhar de forma competente as funções pertinentes a esta área.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para entender relações públicas**. 3.ed. São Paulo: Loyola, 2001.

CARVALHO, Galopim de. **Ciência e Comunicação**. Universidade de Lisboa: 2002. Disponível em: <<http://triplov.com/galopim/comunicar.html>>. Acesso em: 10 set. 2013.

CONRERP, 4ª região. **Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas**. Disponível em: < http://www.conrerp4.org.br/home/show_page.php?id=5271&>. Acesso em: 04 março 2014.

CURTY, Renata Gonçalves (Org.). **Produção intelectual no ambiente acadêmico**. Londrina: UEL/CIN, 2010.

FRANÇA, Fábio; LEITE, Gutemberg. **A comunicação como estratégia de recursos humanos**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.

MEADOWS, Arthur Jack. **A Comunicação Científica**. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.