

## **Cultura de paz na comunicação organizacional: análise da produção científica brasileira**

*Culture of peace in organizational communication:  
analysis of brazilian scientific production*

*Cultura de paz en comunicación organizacional:  
análisis de la producción científica brasileña*

*Roberta de Oliveira Neves<sup>1</sup>*

*Fellipe Sá Brasileiro<sup>2</sup>*

*Caroline Delevati Colpo<sup>3</sup>*

*Andréa Karinne Albuquerque dos Santos<sup>4</sup>*

**Resumo:** A promoção de uma cultura de paz é essencial à construção de práticas sociais voltadas ao respeito à vida e à dignidade humana. Considerando que a comunicação é constitutiva da cultura, e que as Relações Públicas abrangem as atividades comunicacionais construtoras dos sistemas simbólicos que sustentam as relações entre organizações e públicos, pesquisas recentes no campo vêm sendo realizadas sob a égide das dimensões de uma cultura de paz. Este artigo objetiva compilar a produção científica deste campo, referente às duas últimas décadas, selecionando os trabalhos que expõem de forma direta e/ou indireta os pressupostos de uma cultura de paz, conforme o Manifesto 2000 da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Para tanto, utiliza-se como método a pesquisa bibliométrica, de abordagem quantitativa e qualitativa, envolvendo os trabalhos publicados em periódicos e anais de eventos significativos. Os resultados demonstram que os estudos envolvendo a paz, no campo das Relações Públicas e Comunicação Organizacional, podem ser articulados em nove categorias: Cidadania e democracia; Responsabilidade social, Sustentabilidade e meio ambiente; Mediação, diálogo, negociação e cooperação; Gênero, minorias e grupos de risco; Ética; Educação, informação e acessibilidade; Interculturalidade, cultura e diversidade; Saúde, Bem-estar social e dignidade humana; Paz e não violência. Conclui-se que, embora a maior parte dos trabalhos analisados não façam menção ao conceito cultura de paz, os pressupostos da cultura de paz estão enraizados na produção científica do campo.

**Palavras-chave:** Cultura de Paz. Relações Públicas. Comunicação Organizacional. Produção Científica.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, Paraíba, Brasil, robertaneves08@gmail.com.

<sup>2</sup> Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, Paraíba, Brasil, fellipesa@hotmail.com.

<sup>3</sup> Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, Paraíba, Brasil, carolinecolpo@gmail.com.

<sup>4</sup> Universidade Federal da Paraíba (UDPB), João Pessoa, Paraíba, Brasil, andreakarinne@gmail.com.

**Abstract:** The promotion of a culture of peace is essential to the construction of social practices aimed at respecting life and human dignity. Considering that communication is constitutive of culture and the Public Relations encompasses the communicative activity that builds symbolic systems that sustain relations between different publics and organizations, recent researches regarding the areas have been conducted under the aegis of the dimensions of a culture of peace. This article aims to compile the scientific production of that field, referring to the last two decades, by selecting the studies that directly and/or indirectly expose the assumptions of a culture of peace, according to the Manifesto 2000 adopted by United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Therefore, this research uses a bibliometric method with both quantitative and qualitative approaches, involving the papers published in journals and annals of relevant events. The results indicate that studies involving the peace in the fields of Public Relations and Organizational Communication may be sorted into nine categories: citizenship and democracy; social responsibility, sustainability and environment; mediation, dialogue, negotiation and cooperation; gender, minorities and risk groups; ethics; education, information and accessibility; interculturality, culture and diversity; health, social welfare and human dignity; peace and nonviolence. Although most of the analysed papers do not mention the culture of peace concept, it may be concluded that the culture of peace premises are rooted in the scientific production of that area of study.

**Keywords:** Culture of Peace. Public Relations. Organizational Communication. Scientific production.

**Resumen:** La promoción de una cultura de paz es esencial para la construcción de prácticas sociales destinadas a respetar la vida y la dignidad humana. Teniendo en cuenta que la comunicación es constitutiva de la cultura, y que las Relaciones Públicas abarcan la actividad comunicacional que construye los sistemas simbólicos que apoyan a las relaciones entre organizaciones y audiencias, la investigación reciente en el campo se ha llevado a cabo bajo la mirada de las dimensiones de una cultura de paz. Este artículo tiene como objetivo recopilar la producción científica de este campo, haciendo referencia a las últimas dos décadas, seleccionando las obras que exponen de forma directa y / o indirecta los supuestos de una cultura de paz, según el Manifiesto 2000 de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Para tal, se utilizó la investigación bibliométrica como método, con un enfoque cuantitativo y cualitativo, que involucra trabajos publicados en revistas y anales de eventos significativos. Los resultados muestran que los estudios que involucran la paz, en el campo de las Relaciones Públicas y la Comunicación Organizacional, pueden articularse en nueve categorías: ciudadanía y democracia; Responsabilidad social, sostenibilidad y medio ambiente; Mediación, diálogo, negociación y cooperación. Género, minorías y grupos de riesgo; Principio moral; Educación, información y accesibilidad; Interculturalidad, cultura y diversidad. Salud, bienestar social y dignidad humana; Paz y no violencia. Se concluye que, aunque la mayoría de los trabajos analizados no mencionan el concepto de cultura de paz, los supuestos de la cultura de paz tienen sus raíces en la producción científica del campo.

**Palabras clave:** Cultura de Paz. Relaciones Públicas. Comunicación Organizacional. Producción científica.

## 1 INTRODUÇÃO

A promoção de uma Cultura de Paz na complexa sociedade contemporânea, segundo os princípios e ideais promulgados pelo Manifesto 2000 da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), ainda consiste em grande desafio a ser percorrido pelas instituições tradicionais que compõem e dinamizam a estrutura social. No contexto específico dos ambientes organizacionais, por exemplo, muitos dos conflitos e manifestações de violência são reflexos – entre os mais variados fatores – de uma estrutura social desigual, a qual reproduz uma realidade que se objetiva em todos os níveis das relações sociais e afetivas, promovendo e naturalizando valores e práticas preconceituosas, intolerantes e/ou violentas. Frente a essa realidade, iniciativas legítimas que visem a comunicação emancipatória e dialógica como forma de conscientização e apacramento das desigualdades e violências são necessárias – embora ainda sejam restritas, limitadas, superficiais e pontuais.

No campo teórico das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional, tradicionalmente, diferentes autores/estudos se debruçam sobre a dimensão cultural das organizações, de modo a contribuir para a construção/ampliação do conhecimento científico sobre as dinâmicas (tensões) que envolvem as relações sociais no ambiente organizacional e, ao mesmo tempo, orientar/legitimar as práticas comunicacionais/profissionais adequadas para a transformação das realidades dominantes e desiguais. Recentemente, nesse universo de estudos, destacam-se algumas pesquisas voltadas para o desenvolvimento do conceito Cultura de Paz como perspectiva cultural a ser buscada pelos atores do ambiente organizacional (CABRAL *et al.*, 2018; FERRARI, 2016). Com base nesses esforços, importantes para a perspectiva da cultura de paz no referido campo, é possível encontrar espaços para outros estudos envolvendo o levantamento de temáticas que se articulam com esta perspectiva.

Nesse sentido, na busca de se aproximar desses espaços, este artigo questiona: como se constituem os estudos no campo das Relações Públicas e Comunicação Organizacional relacionados à perspectiva da Cultura de Paz? Tal questão reflete o objetivo, que consiste basicamente em mapear os estudos publicados no campo das Relações Públicas e Comunicação Organizacional sobre a perspectiva da Cultura de Paz a fim de contribuir para a construção de um quadro de referência acerca da temática “Comunicação para a Paz nas Organizações”.

Acredita-se que a presente pesquisa permite contribuir de modo preliminar com o desenvolvimento e/ou ampliação das bases referenciais do campo das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional, servindo como fonte de informação para os pesquisadores e profissionais interessados no tema, uma vez que aborda o conceito Cultura de Paz –

relacionando-o como um objeto de estudo possível e necessário – de forma sistematizada, organizada e reflexiva. Isso pode reverberar diretamente na *práxis* de pesquisadores e profissionais, que, por sua vez, podem orientar seus esforços em torno de uma perspectiva teórico-conceitual-cultural emergente e promissora, ainda em processo de institucionalização.

## 2 CULTURA DE PAZ, COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

A Cultura de Paz pode ser entendida como a perspectiva cultural contrária àquelas tradicionalmente desenvolvidas ao longo da história ocidental no que tange às formas de solução dos conflitos sociais, a exemplo da cultura da guerra e do litígio. De acordo com o registro de Wiberg (2018, p. 59), “as primeiras propostas de criação de instituições daquilo que se chamou ‘investigação para a paz’ surgiram já antes do final da II Guerra Mundial”. Nos primórdios, o foco da “investigação para a paz” se restringia às causas e manifestações de conflitos, assim como à busca de sua prevenção, numa tentativa de acabar com formas de violência explícita como guerras e armamentismo (WIBERG, 2018).

Entretanto, ao limitar os estudos de paz aos estudos de prevenção da guerra, vínculos importantes entre tipos de violência são desconsiderados, evidenciando uma paz aparente em detrimento de uma real, principalmente quando se considera que uma forma de violência pode ser controlada/reduzida por meio do reforço de outra (GALTUNG, 1990). Além disso, como a maioria das questões contemporâneas não são estritamente de essência militar/bélica, a concepção da paz como o oposto da guerra fez-se insuficiente, demandando um amadurecimento dos conceitos e práticas que devem estar voltados a desfazer adversidades violentas holísticas, como: a destruição ambiental; violações dos direitos humanos; desrespeito à dignidade humana; exclusão de grupos sociais; pobreza extrema; entre outras. (FISAS, 2002).

A Cultura de Paz emerge nessa perspectiva, “[...] significando aspectos de uma cultura que justificam e legitimam a paz direta e a paz estrutural. Se muitos e diversos aspectos desse tipo são encontrados em uma cultura, podemos nos referir a ela como uma ‘cultura de paz’” (GALTUNG, 1990, p. 291, tradução nossa). Dentro dessa perspectiva, com o fim de criar um senso de responsabilidade e prática destes aspectos, foi elaborado o Manifesto 2000 da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), lançado em Paris, no dia 04 de março de 1999 – o qual define a Cultura de Paz como “um conjunto de valores, atitudes, tradições, comportamentos e estilos de vida baseados no respeito à vida, ao fim da violência, à prática da não-violência por meio da educação, diálogo e cooperação”.

Ainda de acordo com o Manifesto 2000 da UNESCO, especificamente no que trata o Artigo 3º, para que todo este processo se concretize é necessário o desenvolvimento de algumas dimensões integralmente vinculadas à paz, sendo estas: a promoção da resolução pacífica dos conflitos, do respeito e entendimento mútuos e da cooperação internacional; o cumprimento das obrigações internacionais; a promoção da democracia, do desenvolvimento dos direitos humanos e das liberdades fundamentais; o desenvolvimento do diálogo, negociação, formação de consenso e solução pacífica de controvérsias; o fortalecimento das instituições democráticas e a garantia de participação plena no processo de desenvolvimento; a erradicação da pobreza e do analfabetismo, e a redução das desigualdades entre as nações e dentro delas; a promoção do desenvolvimento econômico e social sustentável; o respeito, promoção e proteção dos direitos da criança; a garantia de livre circulação de informação; o aumento da transparência na prestação de contas dos assuntos públicos; a eliminação de todas as formas de racismo, discriminação racial, xenofobia e intolerância; a promoção da compreensão, da tolerância e da solidariedade entre todas as civilizações, povos e culturas. Estes aspectos, indispensáveis para o projeto social da paz, reforçam a necessidade de uma ação simultânea, envolvendo os diferentes atores operantes, em espectros diversos à concretização da paz (UNESCO, 1999).

Isso carrega uma ideia de processo ativo e interdisciplinar à questão da paz, para além da simples ausência de conflito, uma vez que indicam comportamentos e procedimentos que devem ser abordados em todo o contexto social e estabelecidos na cultura. A substituição de uma cultura de violência por uma Cultura de Paz, portanto, é um desafio que só é possível através de ações criativas/educativas de longo prazo, por meio da comunicação e informação.

Por esta razão, a Cultura de Paz deve estar atrelada aos valores humanos que são cultivados e compartilhados desde o início da vida social do sujeito – isto é, no decorrer do processo de socialização primário (BERGER; LUCKMANN, 1983) desenvolvido no âmbito da família e da escola, os quais precisam estar em sintonia com os valores éticos e morais compartilhados no âmbito do processo de socialização secundário (BERGER; LUCKMANN, 1983) conduzido pelas organizações e pelos aparatos infocomunicacionais. Assim, construir uma sociedade que cultive a paz não depende apenas da atitude individual do sujeito social – mas, sobretudo, das ações articuladas das organizações sociais tradicionais que são responsáveis pela dimensão política, social, cultural e econômica do processo de socialização.

Entende-se que a articulação desses dois processos na perspectiva da Cultura de Paz ao longo do tempo, que se dá por meio da comunicação e da informação, possibilita a prática social cotidiana voltada ao bem comum, quer dizer, baseada nos princípios do respeito ao próximo e

à diversidade, da solidariedade, da tolerância e da alteridade. Porém, no âmbito de uma sociedade predominantemente da economia “cindida em classes sociais possuidoras de interesses contraditórios e inconciliáveis” (ALVES; BRASILEIRO, 2017, p. 2), desafios precisam ser superados, uma vez que torna-se impossível a articulação harmônica e permanente desses valores ideais, o que dificulta a promulgação de uma Cultura da Paz.

Considerando, ainda, que a construção da paz demanda ações deliberadas das organizações sociais e sua influência, a situação se agrava. Nesse cenário, “a cultura prega, ensina, aconselha, incentiva e nos induz a ver a exploração e/ou repressão como normais e naturais, ou a não vê-las [...] de forma alguma.” (GALTUNG, 1990, p. 295, tradução nossa). As organizações, por serem expressões socioeconômicas e culturais da atividade humana, muitas vezes, refletem esses aspectos sociais, legitimando estruturas e práticas violentas (CABRAL, GONÇALVES; SALHANI; 2018). Dessa forma, para mudança das práticas, precisa-se refletir sobre como a Cultura de Paz pode ser pensada no âmbito organizacional.

Considerando que cada organização possui sua própria cultura organizacional constituída por seus elementos simbólicos (e.g., como as normas, valores, ritos e mitos), a Cultura da Paz precisa estar representada neste contexto. O que define a representação de uma cultura organizacional, basicamente, é a articulação, apropriação e representação dos diversos simbolismos e imaginários provenientes dos diferentes contextos culturais, sejam coletivos ou individuais. Os elementos da cultura organizacional estabelecem padrões de comportamento entre os membros de uma organização, e esforços devem ser feitos na direção da representação da Cultura da Paz através de todas as possibilidades de comunicação (FERRARI, 2016).

Segundo Wolton (2004), toda comunicação está ligada a um padrão cultural, seja este o padrão da Cultura da Paz, ou não. A comunicação é uma representação do outro, porque comunicar consiste em difundir, mas também interagir com um indivíduo ou uma coletividade. Nesse sentido, a comunicação se consolida pelo laço social e pelas possibilidades de relacionamento com o outro. Desta forma, se a Cultura da Paz orienta o processo comunicativo de uma cultura organizacional, estima-se que ela pode ser compartilhada e difundida.

Nesse contexto, a atividade de Relações Públicas, que tem em sua constituição básica o relacionamento, assume sua aura de relacionamento aberto quando aborda as organizações como os sistemas vivos (GRUNIG, 2009). Morin (1991) entende a organização como um sistema vivo que se constitui de partes interdependentes entre si, que interagem e se transformam mutuamente no todo. Sob esta perspectiva, a noção de organização necessita ser percebida como viva, capaz de transformar e de ser transformada através das relações que

estabelece com a sociedade. É preciso propor que, ao lado de preocupações financeiras, as organizações precisam adicionar o componente relacional da comunicação, admitindo o teor de aprovação na manutenção de um diálogo que potencialize uma Cultura de Paz.

Assim, é possível abordar as perspectivas relacionais entre Cultura de Paz e Relações Públicas pelos processos de comunicação. Fabio França (2008) oferece a noção de que o Relações Públicas é o administrador de relacionamentos, que colabora para a efetividade da cultura da organização na medida em que constrói relacionamentos com aqueles públicos que o afetam ou que são afetados por suas atividades. É bem provável que uma organização que possua princípios da Cultura da Paz no relacionamento com seus públicos possa fazer com que estes públicos incorporem a Cultura da Paz aos seus objetivos. Em outras palavras, o profissional de Relações Públicas entende que hoje é necessário servir aos interesses das pessoas que são afetadas pelas organizações para bem servir aos interesses das organizações (GRUNIG, 2009), construindo um processo comunicacional entre as organizações e seus públicos – a mediação comunicacional (re)construtora dos sistemas simbólicos dessa relação. Com isto, acredita-se que a força transformadora de um "novo possível" envolvendo a Cultura da Paz no ambiente organizacional pode se dar por meio da *práxis* das Relações Públicas.

Embora seja uma perspectiva pouco disseminada, estudos voltados para a paz no campo das Relações Públicas e Comunicação Organizacional são uma realidade. Já existem iniciativas que estão em convergência com pressupostos indissociáveis de uma Cultura de Paz, mas que não são caracterizadas como tal. Os profissionais que realizam essas práticas são agentes transformadores da sociedade, mesmo que de forma contingente, trazendo consciência e responsabilidade para cada ação e contribuindo com o fomento da paz. À vista disso, para os fins deste artigo, buscou-se analisar a contribuição do campo das Relações Públicas e Comunicação Organizacional diretamente ligada aos pressupostos da paz, apresentados anteriormente, a fim de chamar atenção e permitir uma reflexão acerca das possibilidades de atuação das Relações Públicas na promoção de uma Cultura de Paz em contextos diversos.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa se caracteriza pela abordagem quantitativa e qualitativa, baseada no método bibliométrico, com ênfase na observação, registro, categorização e análise dos dados. Quanto aos objetivos, assume o caráter exploratório e descritivo à medida que mapeia a produção científica do campo das Relações Públicas e Comunicação Organizacional envolvendo a

Cultura de Paz e seus elementos, assim como caracteriza os temas inter-relacionados com as dimensões integralmente vinculadas à paz de acordo com o Manifesto 2000 (UNESCO).

O universo da pesquisa é constituído por 1.615 trabalhos publicados em periódicos e anais de eventos nacionais significativos da área, a saber: as revistas *Organicom* e *Intercom*, assim como os anais da *Abrapcorp*. Esta delimitação se deu em razão de dois fatores: 1) a aderência temática destas fontes com os objetos do campo; 2) o impacto destas fontes de informação científica nas pesquisas do campo. No entanto, considera-se que outras fontes de informação científica são relevantes e podem/devem ser exploradas em outros momentos.

O corpus da pesquisa é constituído por 440 trabalhos extraídos dessas três fontes de informação científica, conforme a observação do vínculo entre os conteúdos encontrados (presentes no título, resumo ou palavras-chave) e os pressupostos da Cultura de Paz promulgados pelo Manifesto 2000 da UNESCO. Os trabalhos foram agrupados da seguinte forma: 121 trabalhos pertencentes à *Organicom*; 79 trabalhos pertencentes aos anais da *Intercom*; e 240 trabalhos aos anais da *Abrapcorp*. O recorte temporal do estudo é a contar do ano 2000, por ser o ano de promulgação do manifesto, até junho de 2019, fim desta pesquisa.

Finalmente, após essa fase inicial de agrupamento, considerando a possibilidade de incidência direta e/ou indireta de estudos envolvendo a Cultura de Paz, cada artigo/trabalho foi analisado na íntegra para fins de construção das categorias que podem sedimentar o quadro temático dos estudos sobre “Comunicação para a Paz nas Organizações”.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A inclusão dos trabalhos, como já mencionado, levou em consideração as dimensões vinculadas à paz de acordo com o Artigo 3º do Manifesto 2000 da UNESCO, selecionando aqueles que apresentassem alguma dessas dimensões em seu conteúdo. Após a seleção, os estudos foram analisados e reunidos de acordo com a inclinação temática e objetivo principal, uma vez que a maioria dos trabalhos mesclam duas ou mais áreas relacionadas à cultura de paz, dificultando uma classificação precisa. Por meio da categorização, seguindo a compatibilidade e correlação entre os trabalhos, foi possível identificar a recorrência de nove temas principais. Assim, os trabalhos selecionados foram distribuídos conforme o Quadro 1 apresentado a seguir:

**Quadro 1** – Cultura de paz no campo das Relações Públicas e Comunicação Organizacional

<b>Temas</b>	<b>Quantidade de Trabalhos</b>	<b>Porcentagem</b>
1. Cidadania e Democracia	108	24,54%

2. Responsabilidade Social, Sustentabilidade e Meio Ambiente	94	21,36%
3. Mediação, Diálogo, Negociação e Cooperação	54	12,27%
4. Gênero, Minorias e Grupos de Risco	48	10,91%
5. Ética	40	9,09%
6. Educação, Informação e Acessibilidade	30	6,81%
7. Interculturalidade, Cultura e Diversidade	27	6,13%
8. Saúde, Bem-Estar Social e Dignidade Humana	24	5,45%
9. Paz e Não Violência	15	3,41%

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

#### 4.1 CIDADANIA E DEMOCRACIA

O projeto da Cultura de Paz agrega dimensões que se relacionam e estabelecem vínculos entre si. Aqui, sublinha-se as dimensões: promoção da democracia; aplicação e respeito pelos direitos humanos. Nessa perspectiva, é essencial o estabelecimento da democracia, regime no qual há liberdade de associação e de expressão que não concebe distinções ou privilégios de classe hereditários ou arbitrários, estimulando o respeito às diferenças e à justiça social.

A fim de aprimorar ações democráticas e cidadãs, “a comunicação dever ser plena a tal ponto que possa oferecer aos cidadãos condições de se expressar enquanto personalidade crítica e autônoma, emancipar-se e compreender-se, de modo a fomentar uma capacidade de organização e mobilização dos sujeitos. ” (DUARTE, 2012, p. 113). Considerando que a comunicação vincula e gera cooperação em prol de um objetivo, e que pessoas unidas possuem uma maior representação na sociedade enquanto comunidade, a gestão da comunicação é capaz de emancipar, capacitar e dar voz aos cidadãos para a constituição efetiva da democracia.

Seguindo esse viés, os artigos selecionados desta seção englobam a maior quantidade de toda a pesquisa, correspondendo a 24,54% dos estudos, representados na Tabela 1. Eles estão reunidos em maior quantidade na Abrapcorp, que detém 56 trabalhos. Na Organicom, 21 estudos foram selecionados; e 31 na Intercom. Dentre os trabalhos, há diferentes abordagens conceituais, técnicas e práticas relacionadas à cidadania, democracia e justiça social.

**Tabela 1** - Artigos da seção “Cidadania e Democracia”

Ano	Quantidade de Artigos	Porcentagem
2002	1	0,93%
2003	1	0,93%
2004	1	0,93%
2006	4	3,70%
2007	6	5,56%
2008	6	5,56%

2009	4	3,70%
2010	13	12,04%
2011	8	7,41%
2012	9	8,33%
2013	6	5,56%
2014	6	5,56%
2015	13	12,04%
2016	10	9,26%
2017	16	14,81%
2018	3	2,78%
2019	1	0,93%
<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa, 2019.

Analisando os dados, observa-se que a partir de 2010 a quantidade de estudos aumentou consideravelmente, saindo de uma média de 3,6 por ano no período de 2000 a 2010 para oito trabalhos por ano no período de 2011 a 2019. Com isso, a seção “Cidadania e Democracia” apresentou a maior média geral comparada às outras seções deste artigo, que corresponde à 5,4 trabalhos por ano, ao passo que as demais seções apresentam uma média que varia entre 0,8 e 4,7. Entre 2010 e 2011, ano que marca o primeiro ponto de ascendência da concentração de trabalhos, a Organicom lançou uma revista com o tema “Lobby, Relações Governamentais e Democracia”. Já em 2015, uma nova concentração significativa de trabalhos é justificada pelo tema escolhido pela Abrapcorp: “Comunicação, Governança e Organizações”.

A respeito da Abrapcorp, é válido ressaltar que a maior parte de suas publicações apresentam uma seção – chamada “Grupo de Pesquisa” – destinada à temática, na qual artigos dedicados ao assunto são categorizados em todos os anos desde o seu início, com exceção de 2013. O estímulo proporcionado pelo direcionamento de trabalhos em um grupo de pesquisa por tantos anos explica a maior concentração de trabalhos apontada anteriormente. Apesar de heterogeneamente distribuídas, as publicações relacionadas à cidadania, democracia e justiça social estão presentes na maioria dos anos analisados, caracterizando, uma consolidação desta temática no campo teórico-conceitual das Relações Públicas e Comunicação Organizacional.

#### **4.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL, SUSTENTABILIDADE E MEIO AMBIENTE**

As sociedades têm presenciado aumento da rapidez do fluxo de informações, juntamente com o fortalecimento da democracia, chamando a atenção para tópicos que envolvem o interesse público, como a preservação do meio ambiente, os direitos humanos, inclusão social, ética, entre outros (NADER; OLIVEIRA, 2006). Com uma sociedade mais informada e

politicamente atuante, geram-se cobranças e expectativas sobre as organizações como um todo, que implicam a mudança e adequação das mesmas com relação aos seus impactos sociais.

As reivindicações relacionadas com as dimensões sociais e ambientais pressionam as organizações a se tornarem socialmente responsáveis, de forma a garantir o desenvolvimento sustentável, bem-estar social, educação e promoção dos direitos humanos – os quais são elementos essenciais para a constituição da Cultura de Paz. Enfatiza-se, assim, o papel das Relações Públicas na gestão estratégica e institucional acerca da responsabilidade social, mediando os interesses das organizações e da sociedade, ajudando “[...] a empresa a entender suas enormes responsabilidades nesses problemas de substância, equidade, dignidade, mas também de compromisso com a paz do país” (MARTINEZ, 2018, p. 192, tradução nossa).

A partir dessas mudanças, surgiram estudos que demonstram a perspectiva contributiva das Relações Públicas para o exercício da responsabilidade social. De acordo com a análise dos artigos, esta seção designa 94 trabalhos, dos quais 67 estão reunidos na Abrapcorp, 24 na Organicom e 3 na Intercom, sendo estes bem distribuídos durante os anos, como é possível verificar na Tabela 2. A Abrapcorp estimula a produção de artigos voltados à responsabilidade social em todos os anos desde sua criação, evidenciando a sua concentração de trabalhos.

**Tabela 2** - Artigos da seção “Responsabilidade Social, Sustentabilidade e Meio Ambiente”

Ano	Quantidade de Artigos	Porcentagem
2006	1	1,06%
2007	5	5,31%
2008	11	11,7%
2009	4	4,25%
2010	3	3,19%
2011	5	5,31%
2012	11	11,7%
2013	21	22,34%
2014	9	9,57%
2015	9	9,57%
2016	9	9,57%
2017	1	2,12%
2018	44	4,25%
Total	94	100%

**Fonte:** Dados da pesquisa, 2019.

É perceptível que o ano de 2013 apresenta uma concentração de artigos, sendo 12 deles voltados para a sustentabilidade. Isso pode ser justificado pelo acontecimento da Rio+20, conferência da Organização das Nações Unidas sobre desenvolvimento sustentável, a qual foi

realizada em junho de 2012, chamando a atenção para temas como o desenvolvimento de uma economia verde, eliminação da pobreza e definição da governança global da sustentabilidade.

Quanto ao conteúdo, os estudos apresentam possibilidades de implementação de diretrizes de responsabilidade social nos relacionamentos com os públicos internos, incluir a sustentabilidade no planejamento organizacional, gerenciamento do impacto ambiental, transparência, construção e aplicação de valores, execução de ações voltadas para a prática do desenvolvimento sustentável, mediação da relação entre governo e sociedade, liderança social e empreendedorismo social. Por se apoiar em um conjunto de valores, a sustentabilidade pode ser fomentada dentro da identidade organizacional. Inclusive, é possível verificar análises de como a sustentabilidade tem sido comunicada para os públicos de interesse e pela sociedade. Os estudos também dissertam sobre patrocínios e financiamentos de projetos sociais já existentes na localidade, demonstrando interesse em contribuir com a comunidade local.

### **4.3 MEDIAÇÃO, DIÁLOGO, NEGOCIAÇÃO E COOPERAÇÃO**

Os conflitos, segundo Fonkert (1999), constituem um componente fundamental da vida humana. Resultam da interação e das relações sociais a partir da confrontação de opiniões e ideias divergentes. O conceito de Cultura de Paz, como já dito, precisa ser entendido para além da noção de ausência de conflitos, e se vincular com a noção de processo – o qual é dinâmico, e engloba a construção de valores, justiça, igualdade, liberdade e respeito.

Tendo em vista que a paz é construída por meio de um processo que interfere em dimensões variadas da vida humana, considerando perspectivas pessoais, interpessoais e societárias, a mediação social se torna um elemento relevante para a geração de uma cultura de paz, uma vez que permite gerenciar o conflito, trabalhar a manutenção dos relacionamentos, promover a cooperação e estimular o diálogo (ALMEIDA, et al., 2013). Em consequência, gera tolerância, diversidade e participação democrática, considerando que lida com a conformidade de interesses, direitos e deveres de todos. Nesta temática, os trabalhos analisados discorrem acerca da mediação entre organizações e sociedade; fusões empresariais; humanização das relações de trabalho; comunicação interna; gestão de processos de crise; comunicação governamental (estímulo à cidadania) e definições de conceitos teóricos sobre a temática.

Com base nos dados, observa-se que esta é a terceira seção com maior representatividade na pesquisa, com um total de 54 trabalhos. Desses, a maioria se concentra nas publicações da Abrapcorp, equivalendo a 35 trabalhos, enquanto que na Organicom 13 estudos foram eleitos, e 6 na Intercom. Considerando os anos de produção analisados, a

quantidade de estudos e a abrangência das questões, o tema apresenta oportunidade de investigação profunda no contexto das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional.

**Tabela 3** - Artigos da seção “Mediação, Diálogo, Negociação e Cooperação”

Ano	Quantidade de Artigos	Porcentagem
2007	4	7,41%
2009	3	5,56%
2010	5	9,26%
2011	8	14,81%
2012	5	9,26%
2013	4	7,41%
2014	5	9,26%
2015	6	11,11%
2016	3	5,56%
2017	6	11,11%
2018	5	9,26%
Total	54	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

#### 4.4 GÊNERO, MINORIAS E GRUPOS DE RISCO

Nesta seção foram organizados artigos relacionados aos aspectos da diversidade voltados para minorias e grupos vulneráveis – aqui entendidos como o conjunto de pessoas que, por questões ligadas à etnia, gênero, idade, condição social, deficiência e orientação sexual, tornam-se mais suscetíveis à violação de seus direitos. A construção da Cultura de Paz, de acordo com o Manifesto 2000 (UNESCO), depende da eliminação de todas as formas de racismo, discriminação, desigualdades e outros tipos de intolerância.

Esta seção apresenta uma quantidade de 48 artigos, correspondendo a 10,9% dos artigos selecionados. Dentre eles, foram publicados 9 trabalhos pela Organicom; 14 pela Intercom; e 25 pela Abrapcorp. A partir de 2017, a produção de artigos, trabalhos e estudos voltados para essas questões aumentou consideravelmente, elevando uma média de 1,3 por ano, no período de 2000 a 2016, para 12,5 por ano, no recorte de 2017 a 2018, conforme a Tabela 4:

**Tabela 4** - Artigos da seção “Gênero, Minorias e Grupos de Risco”

Ano	Quantidade de Artigos	Porcentagem
2001	1	2,08%
2005	1	2,08%
2007	2	4,17%
2008	2	4,17%

2009	1	2,08%
2010	1	2,08%
2012	3	6,25%
2013	1	2,08%
2014	3	6,25%
2015	4	8,33%
2016	3	6,25%
2017	12	25,00%
2018	13	27,08%
2019	1	2,08%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa, 2019.

A partir de 2013, e principalmente durante 2016, o Brasil conviveu com inúmeros processos que afetaram os direitos de minorias e grupos vulneráveis, assim como foi impactado por uma atmosfera de insegurança gerada pela instabilidade política. Nesse contexto, esses grupos passaram a reagir com mais intensidade, chamando atenção para essas questões. A tendência é o desenvolvimento e crescimento de estudos relacionados, uma vez que esses grupos e movimentos têm conquistado espaço, visibilidade e força na sociedade.

Em tempos de intolerância, o diálogo e a mediação se fazem necessários para a criação de consensos e manutenção das relações. Assim, o campo da comunicação tem aberto, nos últimos três anos, espaços de crítica, reflexão e prática da inclusão. O conteúdo dos artigos selecionados segue essa vertente, abordando os valores humanos dentro das organizações, consolidando conceitos e propondo rumos às questões relacionadas à diversidade e à inclusão.

Dividindo o tema em categorias, conforme o escopo dos artigos, as perspectivas se tornam mais alarmantes, uma vez que a quantidade é ínfima ao se considerar 19 anos. Observando o Quadro 2, as questões ligadas ao preconceito etário e étnico apresentam apenas três artigos. Sobre as crianças, também se percebe uma quantidade baixa de artigos, que discorrem sobre a manutenção dos direitos da criança e o fim do trabalho infantil.

**Quadro 2** - Artigos da seção “Gênero, Minorias e Grupos de Risco”

<b>Temas</b>	<b>Quantidade de Artigos</b>
Gênero	28
Representatividade Negra	1
LGBTQ+	6
Povos Indígenas	1
Pessoa com deficiência	7

Idosos	1
Crianças	4

**Fonte:** Dados da pesquisa, 2019.

Quanto ao tópico pessoa com deficiência, foram encontrados sete estudos que lidam com acessibilidade, preconceito e inclusão nas organizações. Contemplando a comunidade LGBTQ+, 6 artigos foram selecionados. A partir de 2015, essa temática se tornou objeto de estudo, considerando os dados da pesquisa. Correspondendo a 28 dos trabalhos selecionados para esta seção, questões de gênero, feminismo e dos direitos da mulher foram as mais abordadas. Mesmo assim, isso se configura em fenômeno recente no campo, uma vez que somente em 2017 a quantidade de artigos nessa temática aumenta significativamente.

#### 4.5 ÉTICA

Ética está diretamente ligada aos valores e comportamentos, sendo “[...] resultado de um processo de reflexão aberto, transparente, honesto e capaz de transcendência – entendida como abertura à alteridade – que reúne condições que propiciam o estabelecimento de uma cultura da paz” (SANCHES; RUTHES, 2009, p. 2). Para a instituição da paz se faz necessário aplicar um conjunto de valores e atitudes baseados no respeito à vida e não violência, conduta convergente com as dimensões éticas da paz, estabelecendo um vínculo forte de paz.

Os autores têm dado um olhar sensível e abrangente à ética na comunicação. Hoje, existe uma diversidade de abordagens que podem ser utilizadas para o estudo e aplicação da ética. O maior desafio enfrentado é a apropriação dos preceitos de ética como uma simples estratégia empresarial e mercadológica, um envoltório que não reflete realmente a identidade nem se faz presente na cultura organizacional, uma etiqueta, conforme argumenta Casali (2008).

Os anos de maior incidência de publicações relacionadas ao tema são 2008 e 2018, conforme a Tabela 5. No ano de 2008, o mundo passava por grandes transformações sociais, tecnológicas e ambientais que moldaram uma nova sociedade, com novos desafios. A sustentabilidade, por exemplo, foi um tema em alta naquele momento, em que se pensava que os problemas com o meio ambiente seriam justificados por uma série de desvios em várias áreas – incluindo a ética (CASALI, 2008). Dez anos depois, o tema volta a se tornar destaque pelo espaço conquistado em organizações sociais emergentes, pelos fatos políticos que aconteceram no Brasil, pela exigência dos públicos de se relacionarem com empresas transparentes, pelas novas relações de trabalho, e como ponto de diferenciação e competitividade.

**Tabela 5** - Artigos da seção “Ética”

Ano	Quantidade de Artigos	Porcentagem
2006	1	2,50%
2007	3	7,50%
2008	8	20,00%
2009	2	5,00%
2010	2	5,00%
2012	3	7,50%
2013	1	2,50%
2014	4	10,00%
2015	1	2,50%
2016	1	2,50%
2017	5	12,50%
2018	9	22,50%
Total	40	100%

**Fonte:** Dados da pesquisa, 2019.

Quanto à quantidade e organização dos artigos publicados que abordam a questão da ética, é possível verificar que 40 artigos constituem a seção, correspondendo a 9% de todos os artigos selecionados. Foi visto que a Abrapcorp e a Organicom apresentaram 18 e 17 artigos, respectivamente, enquanto a Intercom apresentou 5. Julgando pela abrangência dos trabalhos, o período analisado e a quantidade de publicações, percebe-se que a área necessita de investimento contínuo em pesquisas e ações acerca da ética. Isso se torna urgente diante do quadro atual de desinformação que demanda reflexões e ações éticas acerca da informação.

#### **4.6 EDUCAÇÃO, INFORMAÇÃO E ACESSIBILIDADE**

A Cultura de Paz está associada a uma ideia de processo, constituição de valores e de uma vivência coletiva marcada por justiça, liberdade e igualdade. O processo de estabelecimento de uma Cultura de Paz perpassa toda a sociedade, nas mais diversas áreas, a fim de garantir o respeito aos direitos humanos e às liberdades fundamentais (ALMEIDA, et al., 2013). Nesse contexto, educação e informação são dimensões indissociáveis do processo, uma vez que, de acordo com Guerra e Carvalho (2019), o acesso à informação tem um papel determinante para o exercício da cidadania, sendo assim a base de qualquer ação social.

Na atualidade, com os avanços tecnológicos e a diversidade de formas de interação, surgiu um “[...] conjunto de novas possibilidades de atuação voltadas à educação formal e informal, mediadas através dos meios de comunicação” (DIAS; FORTALEZA, 2017, p. 2).

Contemplando isso, os artigos selecionados nesta seção discorrem sobre os seguintes assuntos: a liberdade de imprensa; a democratização da informação; o livre acesso à internet; as formas pelas quais a informação e a comunicação podem contribuir para o desenvolvimento da educação; as mídias e a educação; e, por fim, a gestão da educação nas organizações.

Com um total de 30 trabalhos, esta seção corresponde a 6,81% dos artigos selecionados. Sua média é de 1,5 artigos publicados por ano, durante todo o período estudado, com uma disposição heterogênea e compensatória, como é possível verificar na Tabela 6. Quanto à distribuição dos trabalhos no corpus de pesquisa, a Abrapcorp contém o maior número de trabalhos com 13; a Organicom contém 7; e a Intercom 4.

**Tabela 6** - Artigos da seção “Educação, Informação e Acessibilidade”

Ano	Quantidade	Porcentagem
2001	1	3,33%
2005	1	3,33%
2007	5	16,67%
2008	1	3,33%
2009	3	10,00%
2010	1	3,33%
2012	5	16,67%
2013	3	10,00%
2014	1	3,33%
2015	4	13,33%
2017	2	6,67%
2018	3	10,00%
Total	30	100%

**Fonte:** Dados da pesquisa, 2019.

A produção de artigos que discorrem sobre a informação, a educação e a comunicação é bastante significativa, porém a temática não apresenta tanta visibilidade. Isso é demonstrado quando nenhuma das revistas analisadas abordou como tema central a questão da educação. Para que criemos comunidades e organizações resilientes em informação (BRASILEIRO, 2020), ou seja, capazes de apresentar respostas adequadas frente às ameaças da desinformação, é necessário agir de modo educacional na construção de redes de aprendizagem crítica.

#### **4.7 INTERCULTURALIDADE, CULTURA E DIVERSIDADE**

Tanto a comunicação quanto a interculturalidade são campos importantes no mundo contemporâneo. Devido às consequências da globalização, como a aproximação entre

sociedades distintas e novas possibilidades de contato e relacionamento, tem-se vivido uma intensa realidade multicultural, na qual as coletividades apresentam grupos mais diversos. Contudo, o aumento da diversidade foi marcado pela intolerância e desrespeito, viabilizados pela forte busca por conformidade social e dificuldade de coexistir com a multiculturalidade.

Portanto, as diferentes formas de viver e pensar estão cada vez mais em contato umas com as outras, proporcionando pontos de conflito. Em contraponto aos conflitos, "[...] a comunicação intercultural parte do pressuposto de que a diferenciação dos grupos contempla o intercâmbio, mensagem compreensível, reconhecimento do interlocutor com disposição para abertura e aceitação do outro, especialmente ao respeitar suas diferenças." (VERGILI; VETRITTI, 2014, p. 136). Os estudos sobre interculturalidade e diversidade na comunicação são essenciais para interconectar diferentes culturas, crenças, hábitos e comportamentos humanos – permitindo a diminuição de conflitos, o reconhecimento das diferenças, proporcionando um ambiente de tolerância, assim como combatendo formas de discriminação racial, xenofobia e manifestações de intolerância – promovendo, então, a Cultura de Paz.

Dessa forma, a seção “Interculturalidade, Cultura e Diversidade” apresenta 27 artigos categorizados, os quais representam 6,13% dos trabalhos selecionados. Tais artigos estão distribuídos de maneira heterogênea durante os anos, como é possível observar na Tabela 7:

**Tabela 7** - Artigos da seção “Interculturalidade, Cultura e Diversidade”

Ano	Quantidade de Artigos	Porcentagem
2004	2	7,41%
2009	1	3,70%
2011	1	3,70%
2014	11	40,74%
2015	1	3,70%
2016	4	14,81%
2018	7	25,93%
Total	27	100%

**Fonte:** Dados da pesquisa, 2019.

O ano de 2014 contém o maior número de publicações com a temática, e uma grande disparidade com os demais anos. Neste ano, a Abrapcorp estreou uma seção nova em sua constituição, intitulada “Comunicação e Interculturalidade”. A partir de 2015, a seção foi alterada para “Comunicação, Identidade, Discursos”. Desde então, todos os anos apresentam tal seção, demonstrando a importância do tema dentro do campo das Relações Públicas.

Além disso, em 2014, a Abrapcorp e a Organicom publicaram revistas com a temática voltada à interculturalidade, estimuladas principalmente pelo estabelecimento de uma intensa prática multicultural neste ano – que apresentou queda de fronteiras políticas e geográficas entre os países, mas também presenciou xenofobia, homofobia, terrorismo e outros casos de intolerância. Devido a esse contexto, possivelmente, essas duas publicações – a Abrapcorp e a Organicom – apresentam a maior quantidade de artigos selecionados, com 11 e 14 artigos, respectivamente. A Intercom, por sua vez, apresenta apenas dois artigos sobre o tema.

Quanto ao conteúdo, os trabalhos focaram em questões polêmicas, como o terrorismo, a perspectiva dos imigrantes na adaptação cultural, os preconceitos sofridos na busca por trabalho e dignidade. Há também estudos conceituais sobre cultura, comunicação e discurso que tentam clarificar as possibilidades de atuação da comunicação acerca dessas questões. Ressalta-se que, de modo geral, os estudos discorrem sobre como a diversidade pode ser gerida dentro das organizações a fim de criar convergências e promover um ambiente de tolerância.

#### 4.8 SAÚDE, BEM-ESTAR SOCIAL E DIGNIDADE HUMANA

Conforme a Organização Mundial da Saúde (OMS), em 1993, “Saúde é um estado de completo bem-estar físico, mental e social, e não apenas a ausência de doenças ou enfermidades.”. É importante ressaltar que a saúde mental também é mais do que a ausência de transtornos mentais ou deficiências, a fim de realmente assegurar a dignidade e a satisfação das necessidades básicas humanas. Considerando que alguns dos preceitos para a Cultura de Paz são o respeito aos direitos humanos e às liberdades fundamentais, a promoção de saúde e bem-estar é um ponto chave no estímulo à paz, uma vez que possibilita a dignidade humana.

Os estudos que dialogam sobre a relação entre saúde e comunicação no Brasil, segundo a análise, apresentam grandes avanços – o que aumentou a convergência entre comunicadores, profissionais da saúde e a comunidade. Apesar disso, a análise demonstra que a publicação desses artigos ainda é baixa, e se apresenta de maneira heterogênea. Corresponde a 5,45% dos artigos selecionados, com apenas 24 trabalhos, como é possível verificar na Tabela 8:

**Tabela 8** - Artigos da seção “Saúde, Dignidade Humana e Bem-Estar Social”

Ano	Quantidade de Artigos	Porcentagem
2009	3	12,50%
2011	1	4,17%
2012	7	29,17%
2014	2	8,33%

2016	5	20,83%
2017	3	12,50%
2018	3	12,50%
Total	24	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Na Abrapcorp, os artigos relacionados à temática ficam bem distribuídos durante o período analisado, reunindo a maior quantidade de trabalhos, com um total de 13. Já a Organicom conta com sete artigos, os quais ficam concentrados no ano de 2012 devido à publicação da revista com o tema “Comunicação e Saúde” – sendo este o ano com maior número de publicações. A Intercom, durante o período, publicou quatro artigos relacionados.

Com base na análise dos artigos dessa seção, a comunicação pode proporcionar uma visão educativa da saúde, que contribui para a disseminação de informações e campanhas para as populações, principalmente em áreas remotas. De acordo com Mello (2001), a promoção da saúde como um processo educativo é capaz de reduzir o dispêndio estatal com a rede hospitalar e outros recursos de natureza curativa, sendo benéfico nas frentes econômica e social.

Outro ponto trabalhado foi a humanização do relacionamento entre especialista e paciente. A transparência, a confiança e o bom atendimento são preceitos de uma comunicação humanizada – porém nem sempre são empregados, devido à grande quantidade de pessoas que buscam a rede pública de saúde, à quantidade reduzida de hospitais, à falta de materiais de qualidade para realização de procedimentos, e aos baixos salários oferecidos à especialistas.

As mídias sociais também foram analisadas nos artigos selecionados, tanto do ponto de vista educativo, descrito anteriormente, quanto das novas possibilidades que esses canais de comunicação trouxeram. O uso das mídias sociais é capaz de estreitar o relacionamento entre o paciente (usuário) e o especialista (BRASILEIRO; ALMEIDA, 2021) ao promover um acesso à informação de qualidade de modo supervisionado e orientado ao atendimento humanizado.

#### **4.9 PAZ E NÃO VIOLÊNCIA**

Esta última seção aborda os trabalhos que estão diretamente relacionados com os Estudos para a Paz, que, nas palavras de Dugan (1989), constituem um campo das ciências sociais que identifica e analisa comportamentos violentos e não violentos, bem como mecanismos estruturais, atendendo a conflitos sociais com vistas a compreender aqueles processos que levam a uma condição humana mais desejável.

De acordo com os trabalhos, os Estudos para a Paz abordam questões de segurança nacional, mediação de conflitos, questões políticas, e a violência em suas diversas formas de manifestação. Diante dessas questões, é válido salientar que a violência não se resume ao macroambiente, pois há microssituações que refletem violências e que precisam ser enfrentadas. As organizações evoluem ao constituírem microambientes que transformam violências em respeito à diversidade, pois “empresas devem ser protagonistas responsáveis, comprometidas e envolvidas na transformação de realidades, baseadas no respeito pelos direitos humanos e construção da paz” (MARTINEZ, 2018, p. 191, tradução nossa).

Considerando os dados da pesquisa é inegável a contribuição das Relações Públicas nesse processo, pois há ênfase no fato de que a gestão da comunicação é essencial para estabelecer e robustecer os laços entre organização e sociedade, que, quando bem articulados, são capazes de combater as desigualdades e violências, dando legitimidade para a consolidação de vínculos harmoniosos. Percebe-se que na área da Comunicação para a Paz, a constituição desses vínculos é voltada à desconstrução de estruturas de violência e suas manifestações.

A constituição da paz através da comunicação apresenta várias possibilidades de atuação e pesquisa, como apresentado anteriormente. Alguns dos temas que foram abordados por pesquisadores, de acordo com a análise dos artigos desta seção, foram: segurança; mediação de conflitos; desenvolvimento humano; justiça social; operações de paz; constituição da paz; e não violência. A variedade de possibilidades definitivamente não acompanha a quantidade de publicações. Com apenas 15 artigos publicados em 19 anos, esta seção corresponde a 3,4% de todos os artigos selecionados, apresentando uma média de 0,8 artigos por ano.

**Tabela 9** - Artigos da seção “Paz e Não Violência”

Ano	Quantidade de Artigos	Porcentagem
2008	2	13,33%
2018	13	86,67%
Total	15	100%

**Fonte:** Dados da pesquisa.

O ano de 2018 reúne a maior quantidade de publicações. Neste ano, a Organicom publicou uma revista com o tema “Comunicação, Estudos para a Paz e Violência Organizacional”, estimulando e concentrando os trabalhos. Por esse motivo, a Organicom apresenta a maior quantidade publicações sobre o tema, com 13 títulos. A Intercom, por sua vez, apresenta apenas 2 artigos em 2008, os quais estão voltados para estratégias

comunicacionais de combate a violências e conflitos. Considerando os 19 anos pesquisados (2000 a 2019), esse quadro de publicações demonstra que os estudos que contemplam a Comunicação para a Paz ainda são incipientes no campo, apresentando poucas publicações, indicando que os Estudos para a Paz têm muito a ser explorados no campo da comunicação.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo envolveu uma pesquisa bibliométrica – sobre a perspectiva da cultura de paz no campo das Relações Públicas e Comunicação Organizacional – a fim de contribuir para a construção de um quadro de referência sobre o tema “Comunicação para a Paz no Ambiente Organizacional”. A partir da análise dos dados foi possível identificar trabalhos que certificam o fomento da paz, classificados em nove temas principais. Constatou-se que a maioria dos títulos que se inserem nas dimensões da Cultura de Paz não abordam os “Estudos para a Paz” propriamente ditos, indicando que a atuação e pesquisa voltadas para a paz no campo são realizadas de modo implícito, mesmo que não se intitulem como tal. Assim, as dimensões da Cultura de Paz estão presentes na produção científica do campo, aumentando de modo significativo com o passar dos anos. Embora isso ocorra, ressalta-se que abordagens centradas nos Estudos para a Paz no campo ainda são incipientes e têm muito a serem exploradas.

A falta de um esclarecimento sistematizado sob a ótica da Cultura de Paz favorece o desconhecimento e dificulta a institucionalização destes estudos. A principal evidência foi o seguinte padrão: estímulos externos (fenômenos, tragédias, eventos) incentivam a produção científica no momento em que ocorrem, mas de forma tão intensa quanto breve, principalmente em tendências não tão tradicionais. Apenas a seção “Cidadania e Democracia” possui o status “consolidado”, mantendo recorrência e aprofundamento. A produção não deve ser impulsiva, mas sim se concentrar em trabalhar esses aspectos de forma contínua devido à sua relevância na transformação social. No esforço de mudar essa realidade, o quadro temático foi construído para proporcionar base e direcionamento para novos estudos e iniciativas na área, visando princípios contrários às desigualdades e violências. Vale salientar, ainda, o baixo número de artigos publicados na Intercom. Sabe-se que a revista é a mais abrangente da área da comunicação e, devido a isso, atende outras subáreas. Contudo, chama-se atenção para a necessidade de discussão sobre temas com relevância social, para além de temas midiáticos.

Por outro lado, é positivo constatar que os estudos analisados, principalmente os que se relacionam às publicações específicas de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, acompanharam os avanços e mudanças sociais, desenvolvendo novos trabalhos em sintonia

com os acontecimentos da sociedade brasileira, o que demonstra a atenção – das revistas, eventos e pesquisadores – para a sociedade/comunidade. Isso refuta a ideia de que pesquisas científicas são atrasadas em comparação aos avanços do mercado em Relações Públicas.

Mesmo assim é possível e necessário ir além. O trabalho conjunto desses campos pode se aprofundar, em um primeiro momento, na identificação de atividades organizacionais que naturalizam a violência, legitimadas pela própria cultura organizacional. A Cultura de Paz pode, também, servir como conduta na qual o profissional se embasa em seus fundamentos para exercício de seu trabalho. A gestão em comunicação consiste em escolhas que, nessa perspectiva, são orientadas ao alcance de objetivos organizacionais em conjunto com objetivos sociais. Nessa concepção, profissionais precisam estar conscientes para a não reprodução da cultura de violência vivida em sociedade. Mais do que isso, devem agir como ativistas corporativos (CABRAL; GONÇALVES; SALHANI, 2018), orientando gestores para a importância da cultura de paz – de modo a incluí-la não apenas em seus trabalhos, mas em toda a cultura organizacional – para que, assim, seja adotada em discursos e práticas situadas.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, H. N.; PINTO ALBUQUERQUE, C.; CRUZ SANTOS, C. Cultura de Paz e Mediação Social: Fundamentos para a construção de uma sociedade mais justa e participativa, **Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación**, n. 12, p. 132-157, 2013.
- ALVES, E. C.; BRASILEIRO, F. S. A socialização como processo informacional. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENSINO E PESQUISA EM INFORMAÇÃO, ANAIS, 13., 2017, Salvador. **Anais ...** Salvador: EDUFBA, 2017, p. 165-17.
- BERGER, Peter. L.; LUCKMANN, Thomas. **Perspectivas sociológicas**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1983.
- BRASILEIRO, F. S. Emoções e redes colaborativas na resiliência informacional. **Liinc em Revista**, [S. 1.], v. 16, n. 2, p. e5309, 2020. DOI: 10.18617/liinc.v16i2.5309.
- BRASILEIRO, F. S.; ALMEIDA, A. M. P. Barreiras à informação em saúde nas mídias sociais. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 19, n. 00, p. e021030, 2021. DOI: 10.20396/rdbci.v19i00.8667199.
- CABRAL, R.; GONÇALVES, G.; SALHANI, J. Violência organizacional: reflexões a partir da perspectiva dos estudos da paz. **Organicom**. São Paulo, v. 15, n. 28, p. 247-264, set., 2018.
- CASALI, A. Ética e sustentabilidade nas Relações Públicas. **Organicom**. São Paulo, v.5, n.8, p. 48-58, 14, jun., 2008.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração e Programa de Ação sobre uma Cultura de Paz**. Resolução aprovada por Assembleia Geral em 06 de outubro de 1999, nº 53/243. New York: ONU; 1999.

DIAS, P. R.; FORTALEZA, K. K. C. Comunicação e Educação nas Organizações: Novas Interfaces de Conhecimento. In: Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - Abrapcorp, Porto Alegre, **Anais (on-line)**, São Paulo: Abrapcorp, 2017.

DUARTE, Jorge. (Org). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2012.

DUGAN, M. A. Peace Studies at the Graduate Level. In: The Annals of the American Academy of Political Science, v. 504, **JSTOR**, 1989, p. 72-79.

FERRARI, Maria. Aparecida. Relações públicas: gestão estratégica de relacionamentos. In: KUNSCH, Margarida (org.) **Comunicação Organizacional Estratégica**. São Paulo: Saraiva, 2016.p.139-159.

FISAS, Vicenç. **La paz es posible**. Barcelona: Plaza & Janés, 2002.

FONKERT, Renata. **Mediação Familiar: Recurso Alternativo à Terapia Familiar na Resolução de Conflitos em Famílias com Adolescentes**, 1999.

FRANÇA, Fábio. **Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica**. São Caetano do Sul: Yendis, 2008.

GALTUNG, J. Cultural Violence. **Journal of Peace Research**. v. 27, n. 3, 1990.

GRUNIG, James. E. Teoria Geral da Excelência em Relações Públicas. In: GRUNIG, James. E.; FERRARI, Maria. Aparecida.; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul: Difusão, 2009.

GUERRA, M. das G. G. V.; CARVALHO, K. de A. G. Transparência pública e acesso à informação: a utopia virando realidade na UEPB. **Comunicação & Informação**, Goiânia, Goiás, v. 22, p. 1-19, 2019.

MARTINEZ, S. I. F. Envolvimento das empresas na construção da paz. **Organicom**. São Paulo, v. 15, n. 28, p. 189-205, set. 2018.

MARQUES DE MELO, José. et al. **Mídia e saúde**. São Paulo. Adamantina. UMESP. FAI, 2001.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 1991.

NADER, S.; OLIVEIRA, M. J. da C. Relações Públicas na gestão da responsabilidade social: desafio e oportunidade. **Organicom**. São Paulo, v. 3, n. 5, p. 96-107, dez., 2006.

SANCHES, M. A.; RUTHES, V. R. M. Ética mundial e cultura da paz: desafios da Bioética. **HORIZONTE - Revista de Estudos de Teologia e Ciências da Religião**, Belo Horizonte, v. 7, n. 14, p. 31-45, jun., 2009.

VERGILI, R.; VETRITTI, F. G. C. de M. Grandes empresas e interculturalidade: importância do profissional de relações públicas no ambiente digital. **Organicom**. São Paulo, v. 11, n. 21, p. 133-143, dez., 2014.

WIBERG, H. Investigação para a paz: passado, presente e futuro. **Organicom**. São Paulo, v. 15, n. 28, p. 57-73, set., 2018.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.