

Missão da revista

Promover e disseminar o conhecimento na área da comunicação, em diálogo com a filosofia e a tecnologia, permitindo a conexão com outras áreas das ciências.

Escopo

Ser um relevante espaço de produção e troca de conhecimento na área da comunicação e suas interfaces com a filosofia e a tecnologia no campo das ciências.

A revista prima pelo rigor da pesquisa científica no campo da comunicação, observando, entre outros aspectos, a forma metodológica, teórica e crítica. Recebe artigos científicos de professores e pesquisadores com nível de doutorado, sendo trabalhos individuais ou coletivos que apresentem pesquisas relevantes para a área e que estejam articulados com o pensamento clássico à contemporaneidade, para refletir com criticidade os tempos atuais.

O conselho editorial define os temas da revista e em edital abre a chamada para submissão de artigos via o Núcleo de Pesquisa da FAPCOM. Os autores do Dossiê e da Entrevista são colegiadamente definidos pelo conselho editorial, ouvindo parecer do conselho científico. O conselho científico é constituído por professores doutores. São aceitas somente produções originais e de doutores. O artigo internacional é uma tradução inédita ou texto de impacto acadêmico do ano anterior à publicação da revista.

A resenha da tese é escolhida no campo da comunicação, sendo a premiada pela COMPÓS em um número, e em outro número a escolhida pela ANPOF, tendo como referência o ano anterior de publicação da PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM.

PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM

A revista recebe o nome de um dos grandes pensadores do mundo ocidental, Paulo de Tarso. Paulo (*Paulus*) é o sujeito que pensa o acontecimento e sua relação com a vida. Vive a experiência de estar num mundo plural, expõe-se a dialogar com os intelectuais de seu tempo, encontrando-se com os de fora, com os diferentes, com as culturas e a fé. É um pensador das fronteiras e do universal. Paulo, acima de tudo, foi um amante e buscador ousado da verdade. A Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação – FAPCOM – nasce do espírito paulino, porque inspirada no apóstolo Paulo estabelece para si a missão de pensar e ser referência na área da comunicação.

A palavra *comunicação* tornou-se uma das mais conhecidas e repetidas à exaustão, dá o nome aos meios diversos de comunicação e no dia a dia aparece nos diálogos informais. Contudo, vale a pergunta: o que é a comunicação? Realmente as pessoas se comunicam? As tecnologias e seus aparatos podem realmente se comunicar? A revista propõe ser um espaço onde possa se discutir acadêmica e criticamente esse acontecimento fundamental que é a comunicação.

O acontecimento da comunicação implica que este reluz nas fronteiras da filosofia e das tecnologias. A filosofia torna-se uma das principais áreas com as quais o acontecimento comunicacional deve dialogar, pois foi ela que pôs primeiro a questão do que é a comunicação. Outra fronteira são as tecnologias que, no mundo contemporâneo, fazem-se presentes em todos os processos da vida humana. O núcleo de atuação da revista estabelece o diálogo entre comunicação, filosofia e tecnologia, com abertura ao que ocorre na sociedade contemporânea e aos seus desafios.

A posição assumida pela revista é a da criticidade. Para dar conta de tal desafio de diálogo com o acontecimento comunicacional, publicar-se-á um dossiê sobre o tema central de cada revista, elaborado por um pesquisador sênior. Trará um artigo internacional de importância acadêmica que ajude a ampliar a discussão central do tema da revista. Os artigos compõem-se de rica produção aca-

dêmica de doutores, pluralizando a visão sobre o assunto tratado. Uma entrevista feita por um pesquisador júnior ajudará a compor uma nova visão, outra perspectiva ao tema estudado. Fundamental será a resenha de obras nacionais ou internacionais de autores que ajudem a pensar a comunicação. Por fim, a resenha da melhor tese desenvolvida na área de comunicação ou da filosofia.

A FAPCOM e a Paulus Editora unem-se a este espírito e desejam consolidar a sua missão de pensar a comunicação.