

A institucionalização da pesquisa científica em Comunicação no Brasil

Margarida M. Krohling Kunsch

Delinear e descrever um panorama da pesquisa em Comunicação no Brasil não é uma tarefa simples. São muitos os fatores a serem considerados, como a dimensão territorial, o grande número de escolas, faculdades e centros de pós-graduação da área da Comunicação e de suas subáreas, o quadro de pesquisadores/autores, além do volume e da diversidade da produção científica e da literatura existentes. Acresce a isso o variado leque de temáticas trabalhadas nos grupos de pesquisa e nos fóruns, seminários e congressos científicos promovidos pelas associações acadêmicas que integram o campo das Ciências da Comunicação no Brasil.

Para fins deste artigo, a opção foi fazer um recorte de alguns segmentos que pudessem apresentar, embora de forma sintética, um panorama da configuração dos programas de pós-graduação e dos centros de pesquisa em Comunicação existentes no país, bem como as principais temáticas presentes nas suas áreas de concentração e linhas de pesquisa. Outro ponto tratado se refere ao papel das entidades acadêmicas/científicas desse campo, que têm atuado como grandes articuladoras e difusoras do conhecimento gerado em congressos anuais e difundido em suportes eletrônicos e impressos.

As principais fontes para nosso estudo foram a bibliografia relacionada com a temática e as bases documentais disponíveis em sites institucionais do Ministério da Educação do Brasil, dos programas de pós-graduação em Comunicação e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) do Ministério de

Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC), trata-se de um estudo quantitativo descritivo e qualitativo em sua análise reflexiva.. Foram aproveitadas e atualizadas partes do artigo "O campo acadêmico-científico da Comunicação no Brasil: panorama, constituição e perspectivas" (KROHLING; GOBBI, 2016).

O campo acadêmico de Comunicação no Brasil

Entendemos por campo acadêmico um "conjunto de instituições de nível superior destinado ao estudo e ao ensino de comunicação e onde se produz a teoria, a pesquisa e a formação universitária das profissões de comunicação" (LOPES, 2000, p. 42). Esta definição pressupõe três subcampos: o científico, concernente à produção de conhecimento teórico e aplicado; o educativo, com o papel fundamental de reproduzir esse conhecimento por meio do ensino; e o profissional, responsável pela aplicação das práticas e pelo vínculo com o mercado.

O pensamento de Pierre Bourdieu sobre o campo científico é sempre uma referência. Ele alerta que se trata de um espaço de busca do reconhecimento público e político do saber produzido. Procurar a legitimação daqueles que se dedicam a construir novas teorias, por meio, sobretudo, de sua visibilização diante da comunidade acadêmica e da sociedade, é uma luta constante nesse âmbito:

O campo científico, enquanto sistema de relações objetivas entre posições adquiridas (em lutas anteriores), é lugar, espaço de jogo de uma luta concorrencial. O que está em jogo especificamente nessa luta é o monopólio da *autoridade científica* definida, de maneira inseparável, como capacidade técnica e poder social; ou, se quisermos, o monopólio da *competência científica*, compreendida enquanto capacidade de falar e de agir legitimamente (isto é, de maneira autorizada e com autoridade), que é socialmente outorgada a um agente determinado (BOURDIEU, 1983, p. 123, grifos nossos).

Acreditamos que "autoridade científica" e "competência científica" só são adquiridas a partir de muita pesquisa e de constantes buscas de uma epistemologia da ciência. E, neste caso específico, pelo estudo crítico da produção do conhecimento gerado no campo das Ciências da Comunicação. No caso da constituição do campo acadêmico de Comunicação no Brasil, não foi diferente. Se hoje essa área de conhecimento já conta com um inegável reconhecimento público, nacional e internacionalmente, é porque muitas batalhas foram travadas nesse segmento juntamente com as entidades científicas. A propósito, diz José Marques de Melo (2014, p. 454): "Se a declaração do processo constituinte do campo da Comunicação pode ser feita como uma sequência natural

de fatos harmonicamente articulados, isso é só aparência. Na realidade, tudo ocorreu em ritmo de guerra, ostensiva ou declarada".

Para José Luiz Braga (2001, p. 20), a constituição interna do campo "não se faz a partir de proposições abstratas ou de gestos epistemológicos formalizados, mas sim de prática da pesquisa". Contudo, acrescenta, ela "deveria poder ser de algum modo relacionada ao ângulo proposto para que este [o campo] possa ser visto como produtivo". Consideramos que o reconhecimento e a respeitabilidade de um campo acadêmico são construídos com bases produtivas de novos conhecimentos e saberes. E o florescimento das áreas emergentes depende muito de aportes e investimentos em novas gerações de pesquisadores em todo o território nacional e não apenas nos grandes centros. Enfatiza Marques de Melo (2014, p. 454) que,

nesse sentido é que as novas áreas de conhecimento protagonizaram verdadeiras batalhas para existir, progredir, subsistir, dentro do *campus*. É um conflito que se alastra para as agências de fomento acadêmico, cujos recursos ordinários alimentam os programas de ensino e cujas dotações complementares nutrem os grupos de pesquisa.

No Brasil, a produção da pesquisa se depara com realidades bastante diversificadas e heterogêneas entre as suas cinco regiões – Sul, Sudeste, Centro-oeste, Nordeste e Norte. Há uma grande concentração nas regiões Sudeste e Sul, como veremos mais adiante.

O campo acadêmico de Comunicação no Brasil é amplo e tem crescido de forma acentuada nas últimas décadas. Tanto no nível de cursos de graduação¹ como no de cursos de pós-graduação, que somavam, em fevereiro de 2018, 55 programas aprovados e reconhecidos pela Coordenadoria de Aperfeiçoamento do Pessoal de Nível superior (Capes), do Ministério da Educação. Na verdade, esse campo acompanha as tendências do mundo contemporâneo, onde a comunicação pode ser considerada uma das áreas mais dinâmicas, que perpassa toda a estrutura da sociedade nos seus mais variados contextos – político, econômico, social, tecnológico, ecológico etc.

Manuel Castells (2009, p. 24-25) questiona "por que, como e quem constrói e exerce as relações de poder mediante a gestão dos processos de comunicação e de que forma os atores sociais que buscam a transformação social podem modificar essas relações influenciando na mente coletiva". Para ele, o "processo de comunicação opera de acordo com a estrutura, a cultura, a organização e a tecnologia de comunicação de uma determinada sociedade". E hoje "a estrutura social concreta é a da sociedade-rede, a estrutura social que caracteriza a sociedade no início do século XXI, uma estrutura social construída ao redor das redes digitais de comunicação". Essa nova

¹No site do Ministério da Educação, acessado em 09/02/2018, não foram encontrados dados atualizados do número de cursos de graduação da área de Comunicação Social e das subáreas. Sabe-se, entretanto, que houve acentuado crescimento nos últimos anos. Em 2015, eram registrados 1.352 cursos.

estrutura da sociedade-rede modifica as relações de poder no contexto organizativo e tecnológico derivado do "auge das redes digitais de comunicação globais e se eleva no sistema de processamento de símbolos fundamental da nossa época". Isto é,

poder é algo mais que comunicação e comunicação é algo mais que poder. Mas o poder depende do controle da comunicação. Igualmente o contrapoder depende de romper o dito controle. E a comunicação de massas, a comunicação que pode chegar a toda a sociedade, se conforma e é gerida mediante relações de poder enraizadas no negócio dos meios de comunicação e da política do Estado. O poder da comunicação está no centro da estrutura e da dinâmica da sociedade (CASTELLS, 2009, p. 23).

Em face de toda essa nova conjuntura da era digital e do poder da comunicação na contemporaneidade, surgem novas demandas e frentes de trabalho, com grande predominância do trabalho imaterial e de serviços, que irão induzir a necessidade da criação de novos campos do saber e de agentes profissionais que ultrapassem as carreiras tradicionais existentes nas instituições universitárias. Conseqüentemente, esses novos campos do saber têm impulsionado a criação de novos cursos superiores na área da Comunicação e motivado, também, a existência de novos estudos e a ampliação do espectro de temas comunicacionais a serem explorados com pesquisas empíricas e aplicadas por parte dos pesquisadores brasileiros.

A pesquisa científica em Comunicação no Brasil

A pesquisa científica no âmbito acadêmico, no Brasil, é produzida basicamente nas escolas e faculdades de Comunicação Social, sobretudo nos centros de pós-graduação e nos grupos de pesquisa de universidades públicas e privadas.

As universidades públicas, tanto em nível nacional, chamadas de "federais", com em nível estadual, denominadas "estaduais", são as que oferecem as melhores condições institucionais para que os professores possam realizar suas pesquisas. Isto é, além dos apoios financeiros e de infraestrutura, a pesquisa é valorizada e faz parte da carreira docente, sendo mesmo um dos itens de avaliação do desempenho acadêmico.

Em relação às universidades privadas, duas são as características principais: as confessionais e/ou religiosas (as pontifícias universidades católicas e as universidades evangélicas, como as metodistas, as adventistas etc.); e as comunitárias geridas por fundações, prefeituras e comunidades locais nos seus respectivos municípios.

Em todo esse contexto, a produção da pesquisa acadêmica em Comunicação, no Brasil, é desenvolvida por professores/pesquisadores universitários e suas equipes de orientandos de pós-graduação, por meio de bolsas de mestrado e doutorado *stricto sensu* e bolsas de iniciação científica para estudantes de graduação.

Os órgãos de fomento nacionais e estaduais são os que, majoritariamente, financiam a pesquisa. Em nível nacional, contamos com o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), do Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC), que oferece auxílios à pesquisa e bolsas nas categorias de mestrado, doutorado, pós-doutorado, iniciação científica e produtividade para pesquisadores. A Coordenadoria de Aperfeiçoamento do Pessoal de Nível Superior (Capes), do Ministério da Educação, com exceção das bolsas de produtividade ao pesquisador e de iniciação científica, oferece também as demais modalidades. Em nível estadual, contamos com fundações de apoio à pesquisa na maioria dos Estados da federação, como a Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), a Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig), a Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (Fapergs) e a Fundação de Apoio ao Pesquisador do Estado da Bahia (Fapesb) etc. Graças a todos esses órgãos públicos de fomento e a outras instituições, tem sido possível um grande avanço nos estudos científicos do campo comunicacional no país.

Apesar das conquistas e dos apoios possíveis, a nosso ver, ainda há muitas dificuldades a serem superadas para o pleno desenvolvimento da pesquisa em Comunicação nas instituições universitárias do país. A maioria dos docentes e pesquisadores atua em universidades e escolas da rede privada, onde não há tradição e uma cultura de valorização da pesquisa científica. Nessas há falta de condições institucionais, sendo que os docentes vinculados trabalham, na sua maioria, apenas como "horistas" no ensino de graduação, sem receber apoios especiais para pesquisas. Muitas vezes, também, a falta de titulação em nível de doutorado e a baixa produção científica impedem o acesso aos pedidos de financiamento junto aos órgãos públicos.

Vale ressaltar que, embora possam existir exceções, não há ainda uma cultura dos pesquisadores brasileiros de Comunicação de buscarem apoios financeiros da iniciativa privada para realização de suas pesquisas, algo que acontece muito em outras áreas das ciências mais tradicionais, como as exatas, as biológicas, da saúde etc.

O desenvolvimento da pesquisa em Comunicação e o papel da pós-graduação

Fazer uma retrospectiva das principais etapas do desenvolvimento da pesquisa científica em Comunicação no Brasil exigiria um amplo estudo bibliográfico e documental, considerando desde as primeiras publicações do

campo e as iniciativas pioneiras de pessoas e instituições levadas a efeito², que ajudaram a impulsionar o crescimento do campo das Ciências da Comunicação. Para fins deste artigo, nossa opção foi reunir dados relacionados com a sistematização institucional que de alguma forma expressassem o *locus* principal de onde emanam a pesquisa e a produção científica decorrente. O que mais se destaca nesse contexto é o papel central dos programas/cursos de pós-graduação e dos grupos de pesquisas para o desenvolvimento da pesquisa científica em Comunicação.

O sistema de pós-graduação no Brasil

A pesquisa científica na universidade brasileira se processa de forma sistematizada com a implantação dos cursos de pós-graduação com a Reforma Universitária ocorrida no país em 1968. Até então, poucas universidades tinham tradição em pesquisa (Kunsch, 1992, p. 39-49). A partir daí passa a vigorar a indissociação do ensino e da pesquisa e a exigência de que o professor universitário tivesse uma formação de pós-graduação *stricto sensu*, justificando-se que somente dessa maneira seria possível garantir a qualidade do ensino e da pesquisa no país. Ficou, igualmente, estabelecido que a pesquisa e os cursos de pós-graduação seriam condições *sine quibus non* para a existência de uma universidade. Desde então o paradigma adotado como a definição de que os programas de pós-graduação devem ser se estruturar em áreas de concentração e linhas de pesquisa vigora até hoje.

No conjunto do sistema educacional brasileiro, a pós-graduação constitui o setor mais bem estruturado e com resultados altamente positivos³. Nesse contexto, destaca-se o papel da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), vinculada ao Ministério da Educação. É esse órgão que autoriza e credencia a criação de novos cursos em todas as áreas do conhecimento. Seu sistema de avaliação permanente goza de merecida reputação na comunidade científica, nacional e internacional, mostrando-se como um instrumento de relevância para o contínuo aprimoramento dos programas e dos agentes envolvidos. A Capes tem desempenhado um papel fundamental para elevar o nível de qualidade dos cursos instalados, por meio da aplicação de indicadores de avaliação anual e quadrienal dos programas como um todo.

O sistema de avaliação da pós-graduação instituído pela Capes constitui uma iniciativa fundamental para a busca e o alcance da excelência em muitos dos programas existentes. Os critérios básicos que norteiam essa avaliação foram estabelecidos pelas próprias comunidades das respectivas áreas de conhecimento.

²José Marques de Melo (1998, p. 149-155) define seis possíveis fases da evolução da pesquisa em Comunicação no Brasil: estudos históricos e jurídicos; pesquisa mercadológica; comparativismo e difusionismo; deslumbramento e apocalipse; legitimação acadêmica; e politização dos estudos. Em várias outras publicações ele tem se dedicado à história e ao desenvolvimento das Ciências da Comunicação no Brasil e tem mapeado, por meio de obras coletivas, grupos locais e regionais de pesquisadores no âmbito nacional.

³Para mais informações, consultar o portal da Capes: www.capes.gov.br

Representantes dessas comunidades integram comitês de avaliação junto à Capes e coordenam com os programas de pós-graduação a elaboração periódica do chamado "Documento de área", onde constam fundamentos, parâmetros e indicadores de avaliação⁴.

Em 2014, em um processo de melhoria da avaliação da pós-graduação, foi implantada por esse órgão a Plataforma Sucupira⁵. É uma ferramenta para coletar informações, realizar análises e avaliações, reunindo o máximo de dados sobre o Sistema de Pós-Graduação no País. Os dados são disponibilizados em tempo real à medida que os PPGs os cadastram, trazendo informações dos corpos docente e discente, a produção (acadêmica, técnica, artística dos docentes e discentes), dados gerais sobre os programas e demais processos e procedimentos que a Capes realiza. É uma plataforma aberta, que pode ser acessada por toda a comunidade acadêmica.

Os programas de pós-graduação em Comunicação

Os primeiros cursos de pós-graduação *stricto sensu* em Comunicação no país foram os da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ), da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), da Universidade de Brasília (UnB) e da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp)⁶, na década de 1970, incluindo-se na década de 1980 o Programa de Multimeios da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Esses cursos configuraram os estudos de pós-graduação em Comunicação no Brasil até, praticamente, o início da década de 1990, quando surge o curso de Comunicação e Cultura Contemporânea, da Universidade Federal da Bahia (UFBA) ao qual foram novos programas, iniciando-se um processo de expansão da pós-graduação em Comunicação no Brasil.

Foi graças aos cursos de pós-graduação surgidos a partir de 1970 que a pesquisa científica desse campo foi sistematizada e conseguiu florescer. Eles tiveram um papel decisivo no crescimento dos estudos e para que fosse possível atingir o estágio avançado em que estes hoje se encontram.

Em todo esse contexto, o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) constitui o primeiro e maior centro de pós-graduação em Ciências da Comunicação no Brasil. Discorrendo sobre o pioneirismo desse programa, Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2008, p. 202) afirma:

⁴Ver, para mais informações: Lopes; Romancini (2012, p. 195-197).

⁵A escolha do nome é uma homenagem ao professor Newton Sucupira, autor do Parecer nº 977, de 1965.

⁶Dados sobre os anos de criação estão no quadro 1, mais adiante.

O PPGCOM-USP se reveste de grande importância para a formação na área de Comunicação, em nível de graduação e pós-graduação em todo o Brasil, atendendo e compartilhando seu trabalho com todas as regiões do país. No que diz respeito à sua contribuição nacional e internacional, ele continua atuante, constituindo uma das maiores referências acadêmicas e um grande polo irradiador de pesquisa no campo da Comunicação. O programa é decorrência natural da produção de conhecimento de seus docentes e discentes. Sua história é resultado dos esforços direcionados à formação de docentes, pesquisadores e produtores de alto nível no campo da Comunicação.

Os registros documentais do PPGCOM da ECA-USP destacam historicamente duas frentes de atuação. A primeira, institucional, identificada pela batalha em torno da autonomização da área dentro do campo do conhecimento e que se reflete na conquista de sua atual inserção na Tabela de Áreas do Conhecimento dentro da grande área de Ciências Sociais Aplicadas, como Área de Comunicação e Respectivas Especialidades. Foram justamente docentes da ECA-USP fundadores desse programa que muito contribuíram para o reconhecimento da Comunicação como área autônoma no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas. A segunda frente é a acadêmico-científica, quer como centro formador de pesquisadores, professores e profissionais, quer pela primazia na sistematização da pesquisa e da geração de conhecimento em Comunicação no Brasil.

Identificação dos programas de pós-graduação em Comunicação na atualidade

Muitos poderiam ser os enfoques para pesquisar e descrever o conjunto dos programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil⁷. No entanto, nos limitaremos a abordar mais as áreas de concentração e suas respectivas linhas de pesquisa e como os programas estão distribuídos geograficamente no território nacional.

Em fevereiro de 2018, o número de programas existentes era de 55, sendo que, destes, todos os cursos oferecem o mestrado e 26 têm também o doutorado, conforme quadro a seguir. Em relação ao mestrado, há duas modalidades: o acadêmico e o profissional. O número de mestrados acadêmicos é predominante. Nos últimos anos, até por incentivo da própria Capes, foram criados 7 mestrados profissionais⁸, dos quais 3 no ano 2017.

⁷Para mais detalhes, ver o artigo "A pós-graduação em Comunicação no Brasil", de Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Richard Romancini (2012).

⁸"Mestrado profissional" (MP) é o que enfatiza estudos e técnicas diretamente voltadas ao desempenho de um alto nível de qualificação e capacitação profissional para atender uma necessidade socialmente definida em diversas áreas do conhecimento. A titulação em nível de mestrado stricto sensu é equivalente ao mestrado acadêmico. Fonte: Capes (<http://www.capes.gov.br/>). Acesso em 09/02/2018.

Quadro 1 – Programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil

Instituições	Nome do programa	Áreas de concentração	Ano de criação		Região
			Mestrado	Doutorado	
Universidade de São Paulo (USP)	Ciências da comunicação	Teoria e pesquisa em comunicação Estudo dos meios e da produção midiática Interfaces Sociais da Comunicação	1972	1980	Sudeste
Universidade Federal do Rio Janeiro (UFRJ)	Comunicação	Comunicação e cultura	1972	1983	Sudeste
Universidade de Brasília (UnB)	Comunicação	Comunicação e sociedade	1974	2003	Centro-oeste
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)	Comunicação e semiótica	Signo e significação nas mídias	1978	1981	Sudeste
Universidade Metodista de São Paulo (Umesp)	Comunicação Social	Processos comunicacionais	1978	1995	Sudeste
Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)	Multimeios	Comunicação	1986	1998	Sudeste
Universidade Federal da Bahia (UFBA)	Comunicação e cultura contemporânea	Comunicação e cultura contemporânea	1990	1995	Nordeste
Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)	Ciências da comunicação	Processos midiáticos	1994	1999	Sul
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS)	Comunicação social	Práticas e culturas da comunicação	1994	1999	Sul
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	Comunicação social	Comunicação e sociabilidade contemporânea	1995	2004	Sudeste

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	Comunicação e informação	Comunicação e informação	1995	2000	Sul
Universidade Paulista (Unip)	Comunicação	Comunicação e cultura midiática	1997	2012	Sudeste
Universidade Federal Fluminense (UFF)	Comunicação	Comunicação e informação	1997	2002	Sudeste
Universidade Tuiuti do Paraná (UTP)	Comunicação e linguagens	Processos comunicacionais	1999	2010	Sul
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	Comunicação	Comunicação	2001	2007	Nordeste
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp/Bauru)	Comunicação	Comunicação midiática	2001	2014	Sudeste
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)	Comunicação social	Comunicação social	2002	2012	Sudeste
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ)	Comunicação social	Comunicação social	2003	2012	Sudeste
Faculdade Cásper Líbero (FCL)	Comunicação	Comunicação e informação	2006	--	Sudeste
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)	Comunicação midiática	Comunicação e informação	2006	2012	Sul
Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)	Comunicação e práticas de consumo	Análise da interface comunicação-consumo	2006	2013	Sudeste
Universidade de Sorocaba (Uniso)	Comunicação Social	Interações midiáticas	2007	--	Sudeste

Universidade Anhembi Morumbi (UAM)	Comunicação	Comunicação audiovisual	2006	2015	Sudeste
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG)	Comunicação social	Interações midiáticas	2007	--	Sudeste
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)	Comunicação e sociedade	Comunicação e sociedade	2007	--	Sudeste
Universidade Federal de Goiás (UFG)	Comunicação	Comunicação, cultura e cidadania	2007	--	Centro-oeste
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	Jornalismo	Jornalismo	2007	2014	Sul
Universidade Estadual de Londrina (UEL)	Comunicação	Comunicação visual	2008	--	Sul
Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)	Imagem e som	Imagem e som	2008	--	Sudeste
Universidade Católica de Brasília (UCB)	Comunicação	Comunicação e informação	2008	--	Centro-oeste
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)	Comunicação	Comunicação e culturas midiáticas	2008	--	Nordeste
Universidade Federal do Ceará (UFC)	Comunicação da UFC	Comunicação e linguagens	2008	--	Nordeste
Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS)	Comunicação	Comunicação, inovação e comunidades	2009	--	Sudeste
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)	Estudos da mídia	Comunicação midiática: práticas sociais e de sentido	2009	--	Nordeste

Universidade de São Paulo (USP)	Meios e processos audiovisuais	Meios e processos audiovisuais	2010	2010	Sudeste
Universidade Federal do Paraná (UFPR)	Comunicação	Comunicação e sociedade	2010	--	Sul
Universidade Federal do Pará (UFPA)	Comunicação, cultura e Amazônia	Comunicação	2010	--	Norte
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)	Comunicação	Comunicação	2011	--	Nordeste
Universidade Federal do Piauí (UFPI)	Comunicação	Processos comunicacionais	2011	--	Nordeste
Fundação Universidade Federal de Sergipe (FUFSE)	Comunicação	Comunicação e sociedade	2012	--	Nordeste
Universidade Federal do Amazonas (Ufam)	Ciências da comunicação	Ecosistemas comunicacionais	2012	--	Norte
Universidade Federal Fluminense (UFF)	Mídia e cotidiano	Discursos midiáticos e práticas sociais	2013	--	Sudeste
Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)	Jornalismo	Processos jornalísticos	2013	--	Sul
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)	Jornalismo*	Jornalismo	2013	--	Nordeste
Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)	Comunicação e territorialidades	Comunicação e territorialidades	2014	--	Sudeste
Universidade Federal de Ouro Preto (Ufop)	Comunicação	Comunicação e temporalidades	2015	--	Sudeste

Centro Universitário Fiam-Faam	Jornalismo*	Jornalismo	2015	--	Sudeste
Fundação Universidade Federal do Tocantins (UFT)	Comunicação e sociedade	Comunicação e sociedade	2016	--	Norte
Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM)	Produção jornalística e mercado*	Comunicação; interface comunicação e consumo	2016	--	Sudeste
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	Criação e produção de conteúdos digitais*	Conteúdos e objetos digitais	2016	--	Sudeste
Universidade Federal Fluminense (UFF)	Cinema e audiovisual	Narrativas e estéticas Histórias e políticas	2017	2017	Sudeste
Universidade Católica de Pernambuco (Unicap)	Indústrias criativas*	Indústrias criativas	2017	--	Nordeste
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)	Comunicação	Mídia e formatos narrativos	2017	--	Nordeste
Fundação Universidade Federal do Pampa (Unipampa)	Comunicação e indústria criativa*	Comunicação e indústria criativa	2017	--	Sul
Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS)	Inovação na comunicação de interesse público*	Comunicação e inovação	2017	--	Sudeste

Fonte: Capes – Plataforma Sucupira: <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/>.

*Mestrado profissional (MP)

Áreas de concentração e linhas de pesquisa

Os programas de pós-graduação em Comunicação estão configurados, conforme já demonstrado, em áreas de concentração. Dentro dessas áreas estão estabelecidas linhas de pesquisa que agrupam docentes que possuem aderência, nos seus estudos e na sua produção científica, com as temáticas correspondentes.

Dando continuidade às análises dos PPGs, não há uma regulamentação com referência ao número de áreas de concentração e às linhas de pesquisa de cada programa que ficam a critério da instituição responsável. Mas há avaliação periódica (quadrienal) para aferir a adequação da produção do corpo docente e discente em função da área de concentração e das linhas de pesquisa estabelecidas pelo programa.

De acordo com a regulamentação do órgão avaliador dos PPGs, uma Área de Concentração "expressa a vocação inicial e/ou histórica do programa. Nesse sentido, ela deve indicar, de maneira clara, a área do conhecimento à qual pertence o programa, os contornos gerais de sua especialidade na produção do conhecimento e na formação esperada". As Linhas de Pesquisa "expressam a especificidade de produção de conhecimento dentro de uma Área de Concentração e são sustentadas, fundamentalmente, por docentes/pesquisadores do corpo permanente do programa".

Quadro 2 – Áreas de concentração dos programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil

Área de concentração	Frequência nos programas de pós-graduação
Comunicação / Comunicação social	6
Comunicação e sociedade	5
Comunicação e informação	5
Jornalismo	4
Processos comunicacionais	3
Comunicação e cultura	3
Mídias / Comunicação midiática	2
Comunicação e cultura midiática	2
Comunicação e consumo	2
Comunicação visual	2
Comunicação audiovisual	1
Processos midiáticos	1
Conteúdos e objetos digitais	1

Signo e significação nas mídias	1
Comunicação e sociabilidade contemporânea	1
Interfaces sociais da comunicação	1
Teoria e pesquisa em comunicação	1
Estudo dos meios e da produção midiática	1
Práticas e culturas da comunicação	1
Interações midiáticas	1
Comunicação, cultura e cidadania	1
Imagem e som	1
Comunicação e linguagens	1
Comunicação e inovação	2
Ecossistemas comunicacionais	1
Discursos midiáticos e práticas sociais	1
Comunicação e territorialidades	1
Comunicação e temporalidades	1
Indústrias criativas	2
Mídias e formatos narrativos	1
Comunicação e inovação	1
Cinema e recursos audiovisuais	1

Fonte: <https://sucupira.capes.gov.br>. Acesso em 20/02/2017.

O quadro 2 mostra que a grande área da Comunicação/Comunicação Social conta com o maior número (6) dos programas existentes, seguido de Comunicação e Sociedade (5), Comunicação e Informação (5) e Jornalismo (4). A área de Comunicação e Sociedade intrinsecamente expressa grande amplitude e permite abrigar diversas linhas de pesquisas, donde uma recorrência de um bom número. Observa-se que, apesar de existirem programas específicos de pós-graduação em Ciência da Informação⁹, 5 possuem nas suas áreas de concentração a temática de Comunicação e Informação, sendo que as linhas correspondentes enfatizam em geral aspectos mais ligados às tecnologias e redes midiáticas. O número de 4 áreas específicas de Jornalismo se explica pelas opções das universidades em oferecer programas específicos em Jornalismo e pela criação recente de novos mestrados profissionais dessa área. Com terminologias e nomes diferentes, nota-se que muitas áreas contemplam os estudos de mídia e processos comunicacionais e midiáticos. Chama atenção, também, que no âmbito dos 55 programas estudados, grande parte das áreas são únicas e específicas.

⁹Para maiores detalhes sobre esses programas e suas terminologias, consultar a Plataforma Sucupira: <http://sucupira.capes.governo.br/>.

Em relação às linhas de pesquisa que são vinculadas às áreas de concentração, estas são bastante variadas, dependendo de cada programa e de seus objetivos. A seguir apresentamos uma relação das linhas de estudos estabelecidas nos 55 programas de pós-graduação, para que seja possível ter uma visão, ainda que panorâmica, dos temas mais frequentes que vêm sendo estudados pelos pesquisadores e pelos estudantes de pós-graduação no âmbito dos respectivos programas.

Quadro 3 – Linhas de pesquisa mais frequentes nos programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil

Linhas de pesquisa	Frequência nos programas de pós-graduação
Estudos de jornalismo	10
Estudos de cinema e audiovisual	9
Comunicação midiática e processos midiáticos	8
Comunicação e política	5
Tecnologias da comunicação e estéticas	3
Mídias e práticas socioculturais	2
Epistemologia, teoria e metodologia da comunicação	1
Linguagens e estéticas da comunicação	1
Políticas e estratégias de comunicação	1
Consumo e usos midiáticos nas práticas sociais	1
Comunicação e ambiências em redes digitais	1
Informação e mediações nas práticas sociais	1
Comunicação, cultura e cidadania	1
Comunicação e educação	1
Processos mediáticos e práticas comunicacionais	1
Mídia, linguagens e processos sociopolíticos	1
Estética e culturas da imagem e do som	1
Cultura de massa, cidade e representação social	1
Tecnologias de comunicação e cultura	1
Comunicação e experiência	1
Comunicação e representação	1
Comunicação e produção	1
Produtos midiáticos: jornalismo e entretenimento	1

Mídia e identidades contemporâneas	1
Mídia e estratégias comunicacionais	1
Processos de recepção e contextos socioculturais articulados ao consumo	1
Linguagem e mediação sociotécnica	1
Midiatização e processos de interação	1
Comunicação e poder	1
Estética, redes e linguagens	1
Cultura, narrativas e produção de sentido	1
Mídia e cultura	1
Mídia e cidadania	1
Mídia e mediações socioculturais	1
Comunicação e cultura	1
Regimes de sentido e processos comunicacionais	1
Projeto isolado	1
Imagem, som e escrita	1
Políticas de comunicação e de cultura	1
Jornalismo e sociedade	1
Comunicação institucional e mercadológica	1
Comunicação comunitária, territórios de cidadania e desenvolvimento social	1
História, estética e domínios de aplicação do cinema e da fotografia	1
Análise de produtos e linguagens da cultura midiática	1
Midiatização e processos sociais	1
Cultura, cidadania e tecnologias da comunicação	1
Práticas profissionais e processos sociopolíticos nas mídias e na comunicação das organizações	1
Práticas culturais nas mídias, comportamentos e imaginários da sociedade da comunicação	1
Pragmáticas da imagem	1
Processos comunicativos e práticas sociais	1
Textualidades mediáticas	1
Jornalismo e processos editoriais	1

Cultura e significação	1
Informação, redes sociais e tecnologias	1
Mediações e representações culturais e políticas	1
Configuração de linguagens e produtos audiovisuais na cultura midiática	1
Contribuições da mídia para a interação entre grupos sociais	1
Mídia, cultura e produção de sentido	1
Jornalismo, cultura e sociedade	1
Imagem e linguagens	1
Cultura visual e processos sociais	1
Linguagens, processos e produtos midiáticos	1
Mídia, identidade e regionalidade	1
Comunicação, cultura e socialidades na Amazônia	1
Processos comunicacionais e midiática na Amazônia	1
Comunicação e formações socioculturais	1
Poéticas e técnicas	1
História, teoria e crítica	1
Estudos de mídia e produção de sentido	1
Estudos de mídia e práticas sociais	1
Linguagens na comunicação: mídias e inovação	1
Processos comunicacionais: inovação e comunidades	1
Processos comunicacionais nas organizações	1
Fotografia e audiovisual	1
Processos comunicacionais na cultura mediática	1
Comunicação e formações socioculturais	1
Mídia e produção de subjetividades	1
Cultura, economia e políticas da comunicação	1
Linguagens, representações e estéticas comunicacionais	1
Redes e processos comunicacionais	1
Políticas, discursos e sociedade	1
Linguagem, representações e produção de sentidos	1
Processos, práticas e produtos	1
Práticas e processos comunicacionais	1
Comunicação e poder	1

Práticas comunicacionais e tempo social	1
Interações e emergências da comunicação	1
Linguagens jornalísticas e tecnologias	1
Jornalismo, mídias e culturas	1
Comunicação, poder e identidades	1
Conteúdos e objetos digitais de entretenimento	1
Conteúdos e objetos digitais editoriais	1
Tecnologias, linguagens e produtos	1
Gestão, mercado e sociedade	1
Comunicação como indústria criativa: arte, produção audiovisual e convergência de mídias	1
Comunicação para a indústria criativa: educação, memória, política e economia	1
Comunicação e memória	1
Mídia e sensibilidades	1
Processos comunicacionais: inovação e comunidades	1
Linguagens na comunicação: mídias e inovação	1
Narrativas e estéticas	1
Histórias e políticas	1

Fonte: <https://sucupira.capes.gov.br>. Acesso em 20 fev. 2017.

Nota-se que as quatro linhas que obtiveram o maior número de frequência em relação às demais são: Estudos de Jornalismo (10), Estudos de Cinema e Audiovisual (9), Comunicação Midiática e Processos Midiáticos (8) e Comunicação e Política (5). As duas primeiras são pioneiras nos estudos do campo da Comunicação no Brasil. Os estudos ligados à mídia e seus processos têm merecido grande destaque nos últimos anos, até porque são eminentemente contemporâneos. Chama atenção também o número em Comunicação e Sociedade (8). E as pesquisas em Comunicação e Política (5) vêm sendo bastante exploradas pelos estudiosos brasileiros.

A relação das temáticas das linhas de pesquisa dos cursos de pós-graduação e dos grupos de pesquisa apresentadas neste artigo revela uma grande pulverização e pouca incidência ou ênfase em teorias da comunicação. Nesse sentido, acreditamos que se faz necessário equacionar quais seriam as razões e por que os estudos das teorias da comunicação aparecem com pouca frequência nos levantamentos realizados. Muniz Sodré (2014, p. 92-94), ao se referir ao campo comunicacional no Brasil, fala da dispersão cognitiva e das ambiguidades existentes. Acreditamos que essas percepções do autor estão muito presentes nos estudos dessas áreas no país.

No conjunto da vasta literatura do campo comunicacional disponível no país, contamos com vários pesquisadores brasileiros seniores que vêm se dedicando aos estudos das teorias da comunicação e com muitas obras publicadas, como Muniz Sodré, José Marques de Melo, Ciro Marcondes Filho, Luiz Claudio Martino, Lúcia Santaella, entre outros¹⁰. Certamente os fenômenos novos, que estão ocorrendo na sociedade e na era digital, constituem desafios importantes não só para os estudiosos seniores que já vêm pesquisando, como também para os da nova geração, a fim de podermos avançar nessa seara complexa e multidisciplinar das Ciências da Comunicação. Caberia também realizar uma ampla pesquisa para identificar o que vem sendo ensinado nos cursos de graduação nas escolas/faculdades e se ainda há mais ênfase apenas em manuais repetitivos e de reprodução das teorias e correntes teóricas da Comunicação mais do passado.

Distribuição geográfica dos programas de pós-graduação em Comunicação

A distribuição geográfica das sedes dos 55 programas existentes, entre as regiões do Brasil, como demonstra o mapa a seguir, é assimétrica. Há uma concentração acentuada na Região Sudeste, em comparação com as outras regiões do país, mormente o Centro-Oeste e o Norte. Evidentemente, tal assimetria se deve à concentração do desenvolvimento socioeconômico na região Sudeste, onde também existe um maior número de universidades e faculdades de Comunicação, como reafirmaremos mais adiante.

Figura 1 – Distribuição dos programas de pós-graduação em Comunicação por regiões do Brasil



Fonte: Capes. Acesso em 09/02/2018.

¹⁰Estes autores possuem várias obras publicadas que estão disponíveis no mercado editorial.

Os dados da Figura 1 expressam um desequilíbrio em termos de número de programas por região, mostrando que a maior concentração está de fato na Região Sudeste. Na Região Nordeste houve um crescimento expressivo da oferta nos últimos anos. A Região Sul manteve o número que vinha registrando a partir de 2000 e nas regiões Centro-Oeste e Norte, embora novos programas tenham sido criados nos últimos anos, o número ainda é bem reduzido. Há um desequilíbrio também quanto ao número de cursos em nível de doutorado que são oferecidos nas cinco regiões, como mostra o Quadro 4.

Quadro 4 – Distribuição dos cursos de mestrado e doutorado em Comunicação pelas regiões do Brasil

Região	Mestrado	Doutorado
Norte	03	---
Nordeste	10	03
Centro-Oeste	04	01
Sudeste	28	15
Sul	10	06
Total	55*	25

* 48 mestrados acadêmicos + 07 mestrados profissionais.

Fonte: Capes. Acesso em 09 de fevereiro de 2018.

Apesar do grande crescimento da oferta de cursos em nível de pós-graduação *stricto sensu* a partir do ano 2000, o número de 55 programas credenciados e em funcionamento ainda é pouco se considerarmos o tamanho do Brasil e o número de cursos de graduação em Comunicação e suas subáreas existentes no país.

Para criar um programa novo, as exigências do próprio sistema vigente da Capes é muito rigoroso. É muito difícil, em regiões mais afastadas, contar com quadros suficientes de docentes titulados para constituir um programa novo, que prevê em torno de, no mínimo, oito professores com doutorado e com dedicação exclusiva em turno completo e com produção científica pertinente. Isto se agrava ainda mais nas universidades privadas, que são a maioria no país, as quais veem como um problema fazer grandes investimentos financeiros para manter um programa ou curso dessa natureza e com um corpo docente em período integral. É por isso que há uma predominância de universidades públicas no conjunto desses 55 programas.

É necessário assinalar que o país vem realizando ações afirmativas no sentido de ampliar os cursos em todas as regiões de maneira mais igualitária. Um dos óbices está no número de doutores para trabalhar nessas regiões e, conseqüentemente, a dificuldade em constituir um quadro docente capaz de atender às exigências para se

estabelecer um programa de pós-graduação. Uma das soluções encontradas é fazer com que os programas já consolidados ofereçam seus cursos para regiões mais desprovidas, na forma de parcerias e convênios, mediante os chamados Mestrado Interinstitucional (Minter) e Doutorado Interinstitucional (Dinter). Isto tem tido um retorno muito positivo, possibilitando a formação e permanência de professores nas suas próprias origens e regiões.

São muitas as razões para a existência das assimetrias destacadas no mapa apresentado. Não daria para enumerá-las na sua totalidade neste texto. Entre todas as razões possíveis está a concentração demográfica e do desenvolvimento econômico, social e tecnológico no Sudeste e no Sul. Evidentemente, isto desencadeia uma ampliação da cadeia produtiva de setores da indústria, do comércio e do segmento de serviços e, também, o crescimento do terceiro setor nessas regiões, exigindo, para atender toda a demanda e formar profissionais e pesquisadores, o surgimento de um grande número de centros e instituições universitárias. Outra questão central está relacionada com os critérios exigidos pela Capes para aprovação de novos cursos. Para superar toda essa defasagem, o Ministério da Educação tem promovido, nas últimas décadas, incentivos e apoios em busca de um maior equilíbrio.

Várias ações vêm sendo empreendidas, não somente no sentido de sistematizar as necessidades de pesquisa no Brasil, mas também de buscar soluções que possam atender às emergentes necessidades de conhecimento, de forma a tornar o país mais competitivo no cenário internacional. Consideram-se muito importantes ações que vêm sendo empreendidas no âmbito das instituições de ensino superior, criando uma agenda de interesses comuns e o intercâmbio do conhecimento produzido. Esse conjunto de realizações, sem dúvida, pode permitir o movimento das instituições que estão na periferia do sistema, possibilitando chegar a patamares mais elevados nos índices de classificação e nos famosos *rankings* internacionais que, muitas vezes, por serem métricos, avaliam apenas o lado quantitativo da produção científica. É o resgate da famosa disputa do *publish or perish* que atemoriza pesquisadores, professores, estudantes e instituições.

O sistema da pós-graduação no Brasil está em constante revisão de suas necessidades estruturais, metodológicas, de inserção internacional, de avaliação da produção, formatação ou formação. Isto tem permitido o desenvolvimento da pesquisa como um instrumento vital para a construção de uma sociedade democrática, mais justa e equânime.

Grupos de pesquisa em Comunicação

Outros *loci* importantes onde se desenvolve a pesquisa no país são os espaços existentes nas próprias universidades brasileiras que abrigam grupos, centros ou núcleos de investigação científica. Há uma grande diversidade de estudos, correntes de pensamento comunicacional, espaços de produção, situados nesses agrupamentos, sendo que na sua maioria os grupos estão vinculados aos programas de pós-graduação.

Nesse contexto vêm sendo estudadas e incorporadas várias vertentes teóricas e aplicadas da área de Comunicação, bem como seus múltiplos processos, suas metodologias e escolas que vão se construindo ao longo do tempo e produzindo pesquisas, novos conhecimentos e publicações. Centrados em determinadas linhas de investigação, comumente esses grupos, além de lideranças que os dirigem, são integrados também por estudantes de graduação e pós-graduação e outros pesquisadores nacionais e internacionais. São esses estudiosos-líderes que têm contribuído muito para a formação de uma nova geração de investigadores.

O Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), do Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC), criou, em 1992, o Diretório dos Grupos de Pesquisa, que reúne os grupos que ali se inscrevem de todas as áreas do conhecimento. O censo atual foi feito em 2016, contando com 531 instituições, registrando 37.640 grupos e 199.566 pesquisadores, sendo 129.929 doutores.

Do conjunto de dados extraídos da base corrente de Grupos de Pesquisa, obtidos em janeiro de 2017, referindo-se ao censo atual, registramos 719 grupos da área de Comunicação, a qual está subordinada à grande área de Ciências Sociais Aplicadas. Atualmente, os Grupos de Pesquisa que se declaram da área da Comunicação representam 1,9% do total de grupos existentes na plataforma. No censo de 2014, havia 638 grupos da área da Comunicação, isto é, 1,8 % do total. Portanto, não houve mudança significativa entre esses dois últimos censos.

Observa-se que esses dados não traduzem a totalidade de todos os grupos existentes no país, pois o registro no referido diretório é espontâneo e por iniciativa do pesquisador e com aval de sua universidade de origem. Muitos outros grupos devem existir, mas que não estão registrados em bases de dados oficiais como esta.

Tendo como referência os levantamentos feitos junto a esses grupos registrados no CNPq, percebe-se que a pesquisa em Comunicação no Brasil caminha de forma expoente e abriga uma grande diversidade temática, focada, também, em áreas específicas, e é ao mesmo tempo muito abrangente, como podemos notar a partir da relação das principais linhas de pesquisas encontradas, conforme mostra o quadro a seguir.

Quadro 4 – Principais linhas de pesquisa dos Grupos da Área da Comunicação

Temática	Número de grupos existentes
Cinema e audiovisual	110
Jornalismo	84
Comunicação e cultura	50
Mídias e processos midiáticos	38
Comunicação organizacional e relações públicas	25
Comunicação e educação	18
Cibercultura	14
Comunicação, tecnologia, informação e comunicação digital	14
Comunicação e consumo	13
Publicidade e propaganda	12
Opinião pública	11
Televisão – ficção seriada	9
Educomunicação	6
Rádio	6
Comunicação popular e comunicação e cidadania	4
Comunicação e informação	3
Comunicação política	3
Cultura e identidade organizacional na área da comunicação	2
Biblioteconomia	2
Teorias da comunicação	2
Editoração	1
Telenovela	1

Fonte: <https://www.cnpq.br>. Acesso em 16/02/2017.

Observa-se que nessa relação as dez primeiras linhas de pesquisa com maior frequência contemplam subáreas específicas das Ciências da Comunicação e de temas ligados aos processos midiáticos e de comunicação e cultura, sendo que as quatro primeiras são também recorrentes nas áreas de concentração e nas linhas de estudos dos programas de pós-graduação. Há, portanto, uma forte vinculação dos grupos de pesquisas consultados, como os cursos de pós-graduação.

A existência desses grupos tem contribuído sobremaneira para o avanço da pesquisa científica em Comunicação no Brasil e permitido um produtivo intercâmbio acadêmico entre os pesquisadores de grupos similares de universidades nacionais e internacionais.

O papel das entidades científicas de Comunicação

Ao se falar em pesquisa científica em Comunicação no Brasil, não se pode deixar de mencionar o papel central e estratégico das entidades ou associações científicas desse campo, que envolve desde entidades mais abrangentes nas suas finalidades e características como entidades específicas por áreas e especialidades.

O grande número de associações acadêmicas da área de Comunicação e das subáreas, espalhadas no território nacional, induziu a criação, em 2008, de uma federação que congrega entidades ou associações acadêmicas e científicas de Comunicação, contemplando várias áreas de estudos. É a Federação Brasileira das Associações Acadêmicas e Científicas de Comunicação (Socicom)¹¹, que tem como principais objetivos: "fortalecer a Comunicação como campo do saber, desenvolvendo ações destinadas à sua consolidação como Grande Área de Conhecimento perante a comunidade acadêmica e os órgãos gestores de ciência e tecnologia; representar os associados junto às instituições responsáveis pelas políticas públicas de ciência e tecnologia, aos órgãos reguladores e avaliadores do ensino superior e às agências de fomento à pesquisa científica, artística e tecnológica no país; e fomentar iniciativas para estimular a cooperação entre instituições congêneres e beneficiar espaços regionais ou segmentos disciplinares considerados estratégicos".

A Socicom tem, entre muitas outras iniciativas, promovido seminários nacionais para debater os grandes temas do campo da Comunicação, com forte vertente para o estabelecimento das políticas públicas e em defesa da democratização da comunicação no país. Nesse sentido, ela tem articulado ações em defesa e para melhoria da qualidade do ensino de graduação, estabelecendo parcerias com órgãos públicos como o Instituto de Pesquisas Econômicas e Aplicadas (Ipea) e contribuindo para a criação de entidades e a realização de atividades no espaço ibero-americano de Comunicação.

Duas entidades podem ser consideradas como interdisciplinares e abrigam todas as áreas de conhecimento do campo comunicacional: a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)¹².

¹¹Ver www.socicom.org.br.

¹²Para mais detalhes sobre as finalidades e frentes de atuação sugere-se consultar os sites www.intercom.org.br e www.compos.org.br.

A Intercom, que em 12 de dezembro de 2017 completou 40 anos, é a principal e maior entidade científica da área da Comunicação do país. Ela constitui, pela sua trajetória, um modelo singular de uma atuação plural, dinâmica e abrangente. Foi também a grande propulsora da criação de muitas outras entidades do campo comunicacional no Brasil, reunidas na Federação Brasileira das Associações Acadêmicas e Científicas de Comunicação (Socicom). A Compós, fundada em 16 de junho de 1991, congrega como associados os programas de pós-graduação em Comunicação *stricto sensu* de instituições de ensino superior públicas e/ou privadas.

O conjunto das associações acadêmicas¹³, que congregam as subáreas da Comunicação e especialidades das práticas profissionais, são as seguintes: Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp); Associação Brasileira de Ensino de Jornalismo (Abej); Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor); Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine); Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual (Forcine); e Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade (ABP2).

As associações acadêmicas de áreas específicas e multidisciplinares do campo das Ciências da Comunicação são: Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber); Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Rede Alcar); Rede de Estudo e Pesquisa em Folkcomunicação (Folkcom); União Latinoamericana de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura – Capítulo Brasil (Ulepicc); Associação Nacional de Comunicação Política (Compolítica); Sociedade Brasileira de Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político (Politicom); e Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Educação (ABPEducom).

As entidades acadêmicas e científicas da área de Comunicação têm prestado uma significativa contribuição para o desenvolvimento do campo das Ciências da Comunicação no país, particularmente no que diz respeito à pesquisa científica. Elas têm induzido e motivado a apresentação e difusão da produção que vem sendo gerada. São as grandes articuladoras e impulsionadoras do crescimento e da consolidação dessa área de conhecimento no âmbito das demais ciências. Elas atuam em várias frentes, como congressos, seminários, fóruns, grupos de estudos temáticos, publicações etc. A existência dessas associações científicas permite, também, uma interlocução mais representativa com a comunidade acadêmica nacional e internacional.

¹³Nos sites das associações aqui relacionadas encontram-se as principais informações sobre suas finalidades, objetivos, frentes de atuação etc.

Considerações finais

Para concluir, vale registrar aqui algumas reflexões. A pesquisa científica em Comunicação não é algo acabado e estanque. A comunicação pela sua própria natureza está sempre sintonizada com a dinâmica da sociedade e com as conjunturas dos acontecimentos na contemporaneidade. Tudo se move com e por meio da comunicação. Destacamos neste texto o grande poder que a comunicação exerce em todo esse contexto. Aos pesquisadores desse campo cabe grande responsabilidade em contribuir com seus estudos na formação de novas gerações para que a nova produção de conhecimentos sirva para intervir nas práticas sociais e midiáticas, tendo como meta buscar meios para as transformações de que o mundo tanto necessita e em prol de uma sociedade mais tolerante e mais democrática. Como observamos, a realização da pesquisa científica em Comunicação no Brasil, sobretudo a que vem sendo gerada em centros de pós-graduação e em grupos de pesquisa, na sua maioria acontece em universidades públicas e é financiada por órgãos de fomento também públicos. Temos assim o compromisso de retribuir com algo para a sociedade.

Como relatamos, apesar do desenvolvimento positivo alcançado e das conquistas obtidas até aqui, consideramos que precisamos avançar muito mais nas pesquisas empíricas, trazendo aportes experimentais de fenômenos estudados para construção de novas teorias e para contribuir nas intervenções e melhorias nas indústrias das comunicações e no mercado profissional.

O panorama apresentado neste artigo sobre a situação e a institucionalização da pesquisa científica em Comunicação no Brasil não tem a pretensão de ser algo completo e acabado. Nosso principal propósito foi reunir dados descritivos que de alguma forma pudessem registrar o estágio em que se encontram os estudos do campo comunicacional no país, na atualidade, e a sistematização institucional existente em relação aos centros de pós-graduação e aos grupos de pesquisa. Certamente, a partir do mapeamento das temáticas que vêm sendo exploradas nestes dois segmentos, muitos outros estudos poderiam daí decorrer, sobre quais são os projetos de investigação em curso, perpassando até os resultados, relatórios e os produtos finais na forma de publicações, comunicações científicas apresentadas em congressos nacionais e internacionais.

Outro ponto que vale lembrar é que, no contexto brasileiro, foi fundamental o fato de a área da Comunicação estar inserida no sistema de ciência e tecnologia do país e que representantes da nossa comunidade integram comitês assessores nos órgãos que fazem parte desse sistema. É nesse âmbito que são travados debates e estabelecidas possíveis políticas públicas.

Referências

- BOURDIEU, P. O campo científico. In: BOURDIEU, P. *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983. p. 121-155.
- BRAGA, J. L. Constituição do campo da comunicação. In: FAUSTO NETO, Antonio et al. (Orgs.). *Campo da comunicação: caracterização, problematizações e perspectivas*. João Pessoa, PB: Editora da UFPB, 2001. p.11-39.
- CASTELLS, M. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/avaliacao>>, acessado em maio de 2018.
- CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Disponível em: <<http://cnpq.br/>>, acessado em maio de 2018.
- KUNSCH, M. M. K. *Universidade e comunicação na edificação da sociedade*. São Paulo: Loyola, 1992.
- KROHLING, M.; GOBBI, M. O campo acadêmico-científico da Comunicação no Brasil: panorama, constituição e perspectivas. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, v. 9, n. 2, p. 68-91, 2016.
- LOPES, M. I. V. de. O campo da comunicação: institucionalização e transdisciplinação. In: LOPES, M. I. V. de; FRAU-MEIGS, D.; SANTOS, M. S. T. (Orgs.). *Comunicação e informação: identidades e fronteiras*. Recife, PE: Bagaço; São Paulo: Intercom, 2000. p. 41-46.
- _____. A pós-graduação em comunicação na USP: pioneirismo e contribuições na construção do campo no Brasil. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, São Paulo, Alaic, a. V, n. 8-9, p.194-202, jan.-dez. 2008.
- LOPES, M. I. V.; ROMANCINI, R. A. Pós-graduação em Comunicação no Brasil. In: KUNSCH, M. M. K.; MARQUES DE MELO, J. (Orgs.). *Comunicação ibero-americana: sistemas midiáticos, diversidade cultural, pesquisa e pós-graduação*. São Paulo: Confibercom/ECA-USP/Socicom, 2012. p. 189-209.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O rosto e a máquina – O fenômeno da comunicação visto pelos ângulos humano, medial e tecnológico – Nova teoria da Comunicação*. Vol. I. São Paulo: Paulus, 2013
- MARQUES DE MELO, J. *Pesquisa em comunicação no Brasil: tendências e perspectivas*. São Paulo: Cortez/Intercom, 1983.
- _____. *Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- _____. *Teoria e metodologia da comunicação: tendências do século XXI*. São Paulo: Paulus, 2014.
- SODRÉ, Muniz. *A ciência do comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 2014.
- _____. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação e em rede*. Petrópolis, RJ