



Para citar este artículo: Krohling, M. y Gobbi, M. (2016). O campo acadêmico-científico da Comunicação no Brasil: panorama, constituição e perspectivas. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 9(2), 68-91. Doi: [dx.doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.04](http://dx.doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.04)

# O CAMPO ACADÊMICO-CIENTÍFICO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL: PANORAMA, CONSTITUIÇÃO E PERSPECTIVAS

El campo académico-científico de la Comunicación en Brasil:  
panorama, constitución y perspectivas

The Academic-Scientific Field of Communication in Brazil:  
Outlook, Development and Perspectives

**Krohling Kunsch, Margarida María.** *Universidade de São Paulo (Brasil)*  
mkkunsch@uol.com.br

**Gobbi, María Cristina.** *UNESP - Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho"*  
*(Brasil)*  
mcgobbi@terra.com.br

*Fecha de recibido: 18 de noviembre de 2015*

*Fecha de aceptado: 13 de abril de 2016*

## RESUMO

Este artigo trata da configuração do campo acadêmico da Comunicação no Brasil. Ele parte de uma breve descrição do sistema de funcionamento e traça uma visão panorâmica da caracterização e constituição dos cursos de graduação e das suas subáreas. Aborda a pesquisa científica, sua evolução, os grupos, centros ou núcleos de



pesquisas existentes e assinala a importância fundamental dos cursos de pós-graduação para sua consolidação. Apresenta um quadro situacional da composição dos programas de pós-graduação *stricto sensu* em todo o território nacional, o sistema de avaliação vigente, sua distribuição geográfica, suas áreas de concentração e linhas de investigação. Destaca o relevante papel das associações acadêmicas e científicas das diversas áreas da Comunicação na articulação e no desenvolvimento do campo das Ciências da Comunicação no País. Registra ainda a participação efetiva da liderança de muitas dessas entidades na constituição de associações ibero-americanas de Comunicação. Com base em fontes bibliográficas e documentais, trata-se de um estudo quantitativo descritivo e qualitativo em sua análise reflexiva. Os dados obtidos expressam a abrangência desse campo comunicacional, sua grande diversidade e a concentração dos centros de estudos nas regiões sudeste e sul do País.

**Palavras-chave:** Comunicação; Brasil; Campo acadêmico; Graduação; Pesquisa científica; Pós-graduação; Associações científicas.

### RESUMEN

Este artículo se trata de la configuración del campo académico de la Comunicación en Brasil. Éste parte de una breve descripción del sistema de funcionamiento y traza una visión panorámica de caracterización y constitución de los cursos de pregrado y de sus sub-áreas. Aborda la investigación científica, su evolución, los grupos, centros o núcleos de investigación existentes y señala la importancia fundamental de los cursos de posgrado para su consolidación. Presenta un cuadro situacional de la composición de los programas de posgrado *stricto sensu* en todo el territorio nacional, el sistema de evaluación vigente, su contribución geográfica, sus áreas de concentración y líneas de investigación. Destaca el relevante papel de las asociaciones académicas y científicas de las diversas áreas de la Comunicación en la articulación y en el desarrollo del campo de las Ciencias de la Comunicación en el País. Registra todavía la participación efectiva del liderazgo de muchas de esas entidades en la constitución de asociaciones iberoamericanas de Comunicación. Con base en fuentes bibliográficas y documentales, se trata de un estudio cuantitativo descriptivo y cualitativo en su análisis reflexivo. Los datos obtenidos expresan el alcance de ese campo organizacional, su gran diversidad y su concentración de los centros de estudios en las regiones sureste y sur del país.

**Palabras clave:** comunicación, Brasil, campo académico, graduación, investigación científica, posgrado, asociaciones científicas.

### ABSTRACT

This article addresses the configuration of the academic field of Communication in Brazil. It starts with a brief description of the operating system and provides an overview of the characteristics and development of the graduate courses and their sub-areas. It covers scientific research, its evolution, groups, centers or existing research nuclei and points out the critical importance of the postgraduate courses for its consolidation. It presents a situational scenario of the composition of the *stricto sensu* postgraduate programs throughout the Brazilian territory, the prevailing assessment



system, their geographical distribution, their areas of concentration and lines of questioning. It highlights the important role of the academic and scientific associations of the various areas of Communication in the articulation and development of the field of Communication Sciences in the country. It also records the effective participation of the leadership of many of these entities in the development of Latin American communication associations. Based on bibliographical and documental sources, it concerns a descriptive, qualitative and quantitative study in its reflexive analysis. The data obtain express the scope of this communicational field, its great diversity and the concentration of the research centers in the Southeastern and Southern regions of the country.

**Keywords:** Communication; Brazil; Academic field; Graduation; Scientific research; Post-graduate studies; Scientific associations.

---

## Introdução

Delinear um panorama da formação acadêmica e do desenvolvimento da pesquisa científica em Comunicação no Brasil e no contexto da atualidade é buscar aproximações com cenários muito diversificados e heterogêneos, quer pelas correntes teóricas que serviram de *referees* para as investigações iniciais, quer pela diversidade na formação dos intelectuais que conduziam as primeiras iniciativas de abertura de novos cursos, bem como das produções pioneiras que foram sendo estabelecidas.

Assim, com o propósito de apresentar um panorama da constituição do campo acadêmico da Comunicação no Brasil, discorrer-se-á aqui sobre os cursos de graduação, os programas de pós-graduação (PPGs) e as entidades acadêmicas-científicas que compõem o quadro do campo no País. As fontes primárias para este estudo foram as bases documentais disponíveis em *sites* institucionais do Ministério da Educação, dos programas de pós-graduação e das entidades científicas de Comunicação.

As reflexões têm como base as fontes bibliográficas e a análise descritiva dos dados obtidos com os levantamentos realizados. Pelo grande número de instituições de ensino superior que abrigam o campo das Ciências da Comunicação, os cursos de pós-graduação e os grupos de pesquisa científica existentes no Brasil, as escolhas dos estudos realizados foram feitas a partir de um recorte e de uma amostra intencional. O objetivo foi encontrar uma forma de mapear possíveis indicativos da constituição do campo comunicacional no Brasil e apresentar uma visão geral do estado atual.

Sem a pretensão de apresentar um trabalho completo e acabado, trata-se de uma tentativa de apresentar um panorama de como o campo das Ciências da Comunicação vem sendo construído ao longo do tempo no País, alguns pontos essenciais sobre a caracterização dos programas de pós-graduação *stricto sensu*, as tendências temáticas das pesquisas das áreas de concentração e a configuração do quadro associativo e suas interconexões com os pesquisadores e centros de investigação nas universidades.



## 1. A constituição do campo acadêmico-científico da Comunicação no Brasil

O campo acadêmico de Comunicação-no Brasil teve um salto quantitativo e qualitativo bastante relevante nos cursos de graduação e de pós-graduação *lato sensu* e *stricto sensu*, sobretudo a partir dos anos 1990. O número de universidades e instituições de ensino superior com o curso de Comunicação Social e suas respectivas subáreas cresceu intensamente. Isto se explica, em parte, pelo crescimento expressivo que a área tem experimentado, tanto no campo acadêmico quanto no mercado das indústrias das comunicações, da publicidade e da comunicação organizacional, além do acentuado crescimento da oferta do ensino superior em todas as áreas de conhecimento.

Antes de apresentar um panorama sobre a graduação e a pós-graduação *stricto sensu* no País, é oportuno recordar como Lopes (2000, p. 42) define campo acadêmico. Trata-se de 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”. Tal definição envolve três subcampos: o científico (produção de conhecimento teórico e aplicado); o educativo (reprodução desse conhecimento pelo ensino); e o profissional (aplicação das práticas pelo mercado).

Bourdieu é uma referência obrigatória ao se falar em campo científico. 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).

Acreditamos que “autoridade científica” e “competência científica” só são adquiridas a partir de muita pesquisa e de constantes buscas de uma epistemologia da ciência. No caso da constituição do campo acadêmico de Comunicação no Brasil não foi diferente. Se hoje esta área de conhecimento já conta com um inegável reconhecimento público, nacional e internacionalmente, é porque muitas batalhas foram travadas nesse segmento junto com as entidades científicas. A propósito diz Marques de Melo (2014): “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” (p. 454).

No entanto, a luta continua, pois o campo das Ciências da Comunicação ainda precisa caminhar muito para sua consolidação efetiva. O florescimento das áreas emergentes depende muito de novos aportes e investimentos em novas gerações de pesquisadores em todo o território nacional e não apenas nos grandes centros. Enfatiza Marques de Melo (2014):

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 (p. 454).



## 2. A formação universitária em Comunicação no Brasil

A trajetória da formação superior em Comunicação e de suas respectivas subáreas está associada às diversas estruturas curriculares<sup>1</sup> delineadas há seis décadas, cujas normas foram estabelecidas há mais de cinquenta anos. Sua institucionalização no País se deu a partir do modelo concebido pelo Ministério da Educação e das sucessivas reformas curriculares implementadas, a partir de 1969, para formatação do curso de Comunicação Social, com as habilitações de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Radialismo (Rádio e Televisão), Cinema e Audiovisual, e Produção Editorial/Editoração.

As primeiras escolas de Comunicação, como instituições autônomas na estrutura universitária, surgiram no País na década de 1960. A Universidade de Brasília (UnB) criou em 1963 a Faculdade de Comunicação de Massa. Em 1966 foi a vez de São Paulo, com a implantação, na Universidade de São Paulo (USP), da Escola de Comunicações Culturais, que viria a se consagrar a partir de 1969 como Escola de Comunicações e Artes.

Foi também em São Paulo que, já em 1947, na Faculdade Cásper Líbero, em parceria com a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), havia sido criado o primeiro curso de Jornalismo do País, seguido pelo da Universidade do Brasil – que hoje é a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). O primeiro curso superior de Relações Públicas foi criado pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em 1967. Coube a Rodolfo Lima Martensen ter sido o fundador, em 1951, do primeiro curso de Propaganda e Publicidade no Brasil, na atual Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Nesses mais de 68 anos do primeiro curso de Jornalismo, de 65 anos da criação do pioneiro curso de Propaganda, de 48 anos da criação do primeiro curso de Relações Públicas e de mais de 50 anos da criação da Faculdade de Comunicação de Massa no Brasil, muita coisa mudou, como veremos a seguir.

### 2.1. Novos campos do saber e expansão

No mundo contemporâneo, 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. Ela exerce um poder incontestável, vivenciado no dia a dia das pessoas e da sociedade em geral. Nesse sentido, a comunicação precisa ser vista não meramente como instrumento ou transmissão de informações, ou mesmo como um setor, mas como processo social básico e como um fenômeno de extrema relevância desta nossa era digital.

Castells (2009, pp. 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 estrutura da sociedade-rede

---

1 Para detalhes sobre o histórico das diversas estruturas curriculares do campo comunicacional no Brasil, consultar Moura (1991).



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".

Em face de toda essa nova conjuntura da era digital e da importância fundamental 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 agentes profissionais que ultrapassem as carreiras tradicionais existentes nas instituições universitárias.

É justamente nesse contexto que se configura a grande expansão das escolas de Comunicação nos últimos anos, no Brasil. Em 2015, há 1.352 cursos na área, que oferecem mais de 3,2 milhões de vagas por ano.

## 2.2. Diretrizes nacionais curriculares e novas configurações

O Conselho Nacional de Educação, desde 2009, vem adotando nomenclaturas mais específicas e identitárias para os cursos de graduação, excluindo as figuras das "habilitações" ou "carreiras", antes abrigadas no âmbito de determinados cursos. Isto se concretiza mediante o estabelecimento de Diretrizes Curriculares Nacionais<sup>2</sup> dos cursos de graduação. Neste caso, alguns cursos, como os de Cinema e Audiovisual (2006), Jornalismo e Relações Públicas (2013)<sup>3</sup> passaram a ter diretrizes curriculares específicas como "cursos de graduação" e deixaram de ser concebidos como "habilitações" da Comunicação Social. Os demais cursos da área de Comunicação, como os de Propaganda e Publicidade e de Rádio e Televisão, estão com processos encaminhados nessa mesma direção, no Conselho Nacional de Educação. Entretanto, a Comunicação continua a ser a grande área de conhecimento e dela os cursos fazem parte, como acontece com outras áreas, a exemplo das Ciências Sociais.

Essas mudanças recentes expressam o quanto as áreas das Ciências da Comunicação têm crescido no Brasil e formado novos campos do saber com identidades próprias, grupos de pesquisa, produção de conhecimentos, publicações específicas em diversos suportes (impressos, eletrônicos, audiovisuais, digitais etc.). Aliado a tudo isso, conta-se com uma atuação dinâmica das entidades acadêmicas e científicas, como se notará neste estudo.

Meditsch (2012) expressa bem todas essas transformações:

A área da Comunicação tem agora um considerável exército de pesquisadores em atividades em quatro dezenas de programas de pós-graduação espalhados por todas as regiões do País, produzindo centenas de teses e dissertações a cada ano, formando milhares de novos mestres e doutores, interagindo com centros de excelência pelo mundo afora, publicando incontáveis periódicos e livros com potencial impacto sobre os mais de seiscentos cursos de graduação em funcionamento no Brasil, onde dezenas de milhares de alunos se formam ávidos para atuar na realidade profissional. As entidades acadêmicas da área se consolidam e se multiplicam na mesma proporção, graças ao idealismo e ao trabalho voluntário abnegado de suas lideranças (p. 18).

---

2 Basicamente, as diretrizes tratam do perfil dos formandos, das competências e habilidades, dos conteúdos curriculares básicos e específicos, do estágio e das atividades complementares dos cursos. Estabelecem um padrão básico de referência que deve ser seguido pelas instituições de ensino superior para a formação de profissionais do seu respectivo campo de formação superior.

3 Para mais informações, consultar o portal do Ministério da Educação: [www.mec.gov.br](http://www.mec.gov.br)



O autor afirma que a palavra de ordem para o século XXI, especialmente nesta segunda década, é a inovação. Mas ele alerta que “algumas coisas não apenas não mudaram, como ainda se enrijeceram muito ao longo dos últimos trinta anos, apesar de todas as transformações ocorridas em volta” (Meditsch, 2012, pp. 19-23). É fundamental continuar batalhando arduamente não para afrouxar o espaço comprimido por medidas educativas, muitas vezes ultrapassadas, que denotam a necessidade de readequação nos muitos âmbitos do fazer comunicação de qualidade, mas dirigir os embates no sentido da inovação, como assinala o autor.

É necessário um olhar atento para as necessidades educativas superiores regionais do País, uma vez que a própria dimensão territorial e as diferenças socioeconômicas por si dificultam ações em todo o território nacional. Daí a complexidade de atender de forma abrangente à grande diversidade das realidades locais e regionais da nação como um todo.

Criar diretrizes curriculares e condições institucionais de ensino capazes de corresponder às necessidades da sociedade e das realidades locais e regionais, assim como do mercado profissional das comunicações, constitui um grande desafio para todos os atores envolvidos, particularmente as escolas e os educadores.

Em todo esse contexto não será possível estabelecer políticas únicas para atender às dimensões comunicativas do País nas suas mais variadas vertentes e demandas. No entanto, se faz necessário criar mecanismos que definam possíveis caminhos norteadores de iniciativas empreendedoras, a partir do estabelecimento de diretrizes curriculares respaldadas pelo Estado e aplicadas com inovação e responsabilidade pública pelas instituições universitárias e de ensino superior em busca da excelência educacional.

### 3. A pesquisa científica em Comunicação no Brasil

A pesquisa científica no Brasil começa a ganhar impulso após as décadas de 1950- 1960 com estudos amparados em correntes europeias. Depois da reforma universitária ocorrida em 1968, a matriz investigativa passa a ter seu cerne no arcabouço teórico dos modelos norte-americanos. Por essa época, como em muitos outros países da América Latina, o Brasil vive o autoritarismo, fruto do regime militar instaurado. Entre os muitos danos do período, um dos mais nocivos para o desenvolvimento da pesquisa foi a resistência à modernização dos *campi* universitários brasileiros, superada somente com o retorno, graças à anistia a partir de 1979, de muitos intelectuais cassados pelo golpe militar. Mas sua expansão se dá, sobretudo com a volta da transição democrática ocorrida nos anos 1980, que culmina com o fim do regime ditatorial em 1985.

#### 3.1. As primeiras fases da pesquisa em Comunicação

José Marques de Melo (1998, pp. 149-155), que em várias de suas publicações tem se dedicado à história e ao desenvolvimento das Ciências da Comunicação no Brasil, ao tratar das especificidades das primeiras pesquisas neste campo, define seis possíveis fases da sua evolução: estudos históricos e jurídicos, pesquisa mercadológica, comparativismo e o difusionismo, deslumbramento e apocalipse, legitimação acadêmica e politização dos estudos em Comunicação.

Em síntese, essas fases são assim caracterizadas pelo autor. A primeira, dos *estudos históricos e jurídicos*, acontece do final do século XIX até o início da década de 1930. Esses estudos tinham como foco a memória da



imprensa, legislação e ética, sendo realizados, sobretudo, em entidades de classe, institutos históricos e associações de imprensa. A base científica eram as matrizes europeias, especialmente as da França, Itália e Espanha.

A segunda fase, da *pesquisa mercadológica*, entre as décadas de 1940 e 1950, tinha como perspectiva os estudos de audiência, efeitos da publicidade e formação da opinião pública. Realizados por agências de propaganda e institutos de pesquisa de opinião pública e de mercado, privilegiavam os parâmetros típicos da Sociologia e da Economia europeia e norte-americana.

A terceira fase, do *comparativismo* e do *difusionismo*, ocorre na primeira metade da década de 1960, com foco nos fenômenos de comunicação; em campanhas de educação e persuasão para a difusão de novas tecnologias e sistemas gerenciais; no comparativismo; na morfologia e no conteúdo dos jornais; nas análises sobre o uso dos meios de comunicação pelas audiências; nos efeitos das mensagens nos públicos receptores. Os estudos, realizados especialmente no campo do Jornalismo, sob a influência do Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), tinham sua base teórica novamente amparada em matrizes da Europa e dos Estados Unidos.

A quarta fase, de *deslumbramento e apocalipse*, consistia nas investigações realizadas entre a segunda metade da década de 1960 e a primeira metade da década de 1970, com o surgimento de uma indústria da cultura no País – revistas, fascículos, livros, discos, cinema, televisão etc. O foco era posto em questões políticas e nos conflitos de classe (destruição da cultura popular, deseducação das crianças, alienação política etc.); nas mutações ocorridas nos meios de comunicação e em seu impacto na sociedade (massificação cultural, com foco na multiplicação dos *comics*, na explosão da telenovela, na modernização dos jornais, no sucesso das revistas especializadas etc.). Essas investigações eram realizadas principalmente nas escolas de Comunicação, nos institutos de Ciências Sociais e a base científica estava amparada nos modelos absorvidos do Centro de Estudos de Comunicação de Massa (Cecma) – atual Centro Edgar Morin, de Paris –, da Escola de Frankfurt, do Núcleo de Semiótica de Milão. Era intensa a difusão desses padrões europeus e também dos norte-americanos (contracultura, imprensa, televisão).

A quinta etapa, de *legitimação acadêmica*, teve o seu desenvolvimento a partir da segunda metade da década de 1970, sendo direcionada para as análises dos fenômenos peculiares aos processos de reprodução cultural, de natureza industrial ou de feição artesanal, rústica, popular. Traço dominante foi tomar a comunicação como objeto de estudo, sem contudo dar-lhe tratamento teórico e metodológico específico. A base conceitual e os procedimentos analíticos estavam ligados metodologicamente às matrizes das Ciências Humanas (Sociologia, Psicologia, Antropologia, História e Linguística).

Na sexta e última etapa, de *politização dos estudos em comunicação*, ocorrida a partir dos anos 1980, o foco estava centrado nos fenômenos comunicacionais, sendo os estudos realizados sob a égide de instituições e sociedades científicas, como a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), por exemplo, fundada em 1977, uma das mais atuantes na área no País. O referencial teórico-conceitual se ampara no modelo marxista, com análises inspiradas em Antonio Gramsci, Althusser, Raymond Williams, Lucien Goldman, Nicos Poulantzas, Armand Mattelart e no socialismo cristão (na Teologia da libertação) e em autores como Paulo Freire, Gustavo Gutiérrez e Leonardo Boff, sendo possível assinalar que a partir desse período se consolida a corrente teórica crítica da América Latina para os estudos de Comunicação.

Essas fases destacadas por Marques de Melo assinalaram os primeiros estudos de comunicação no País e, conforme o autor assinala em outra obra (Marques de Melo, 2003), dão conta de que, há mais de cinquenta anos, já havia no Brasil uma produção intelectual de comunicação na forma de ensaios, oriunda dos primeiros cursos superiores de



Jornalismo e com aportes do mercado. Entretanto, pode-se dizer que a pesquisa científica em comunicação começou de forma mais sistematizada nos anos 1970, com os cursos de pós-graduação em Comunicação, como destacaremos.

### 3.2. Diversidade e multiplicidade de grupos emergentes de pesquisa

No Brasil há uma grande diversidade de estudos, correntes de pensamento comunicacional, espaços de produção, situados, sobretudo, em centros ou grupos de pesquisa nas universidades e nos 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.

Uma iniciativa muito em evidência foi a criação e formação de centros, grupos e/ou núcleos de pesquisa, que sob a liderança de pesquisadores e professores estão vinculados institucionalmente às escolas de Comunicação. A maioria deles possui uma forte conexão com os programas de pós-graduação. 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 e Tecnologia, criou, em 1992, o Diretório dos Grupos de Pesquisa, que reúne os grupos que ali se inscrevem de todas as áreas do conhecimento. O último censo realizado pelo CNPq, em 2014, mostrou que, no País, até esse ano, havia 638 grupos cuja área predominante é a Comunicação, a qual está subordinada à grande área de Ciências Sociais Aplicadas. O mesmo levantamento indicou que esses núcleos comportavam 1.591 linhas de pesquisa, contando com a participação de 1.301 pesquisadores-doutores e 4.580 estudantes (graduação e pós-graduação).

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. Não obstante, pode-se perceber 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. Ela está diretamente vinculada aos programas de pós-graduação que são os *loci* por excelência de sua produção.

### 3.3. Configuração do sistema de pós-graduação em Comunicação no Brasil

A pesquisa científica se processa de forma sistematizada a partir da 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). No conjunto do sistema educacional brasileiro, a pós-graduação constitui o setor mais bem estruturado e com resultados altamente positivos. O País conta hoje com 3.486 programas de pós-graduação *stricto sensu*, sendo 3.432 de mestrado e 1.804 de doutorado<sup>4</sup>.

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

---

4 Para mais informações, consultar o portal da Capes: [www.capes.gov.br](http://www.capes.gov.br)



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.

### 3.4. O sistema de avaliação da pós-graduação no Brasil

O sistema de avaliação da pós-graduação instituído pela Capes no País constitui uma iniciativa fundamental para a busca e o alcance da excelência e muitos dos seus programas existentes. Os critérios básicos que norteiam a avaliação dos programas de pós-graduação foram estabelecidos pela própria comunidade das suas respectivas áreas de conhecimento. São representantes dessa comunidade que integram comitês de avaliação junto à Capes e que coordenam com os programas de pós-graduação a elaboração periódica do chamado “Documento de área”, onde constam os fundamentos, parâmetros e indicadores de avaliação<sup>5</sup>.

Em 2014, em um processo de melhoria da avaliação da pós-graduação, foi implantada por este órgão, a Plataforma Sucupira<sup>6</sup>. É uma ferramenta para coletar informações, realizar análises e avaliações, reunindo o máximo de informações 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, 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 e pode ser acessada por toda a comunidade acadêmica.

Esta base de dados tem permitido maior transparência; redução de tempo, esforços e imprecisões na execução de avaliação da pós-graduação; acompanhamento, confiabilidade, precisão e segurança das informações; maior agilidade no processo de solicitações e facilidade na comunicação com a Capes; e envio de informações continuamente, em tempo real, ao longo do ano.

### 3.5. As primeiras iniciativas

Foi no ano de 1965 que o Brasil deu os primeiros passos para a implantação dos programas de pós-graduação no Brasil, tendo a letra “b” do art. 69 da Lei de Diretrizes e Bases (LDBE/61 – Lei 4.024)<sup>7</sup> como parâmetro. Newton Sucupira foi o relator do Parecer 977 do Conselho Federal de Educação, que oficializou a implantação dos cursos nas universidades brasileiras. Do mesmo modo é atribuído a ele, como integrante dessa reforma de 1968, a indissociação do ensino e da pesquisa e a exigência de que o professor universitário tivesse uma formação de pós-graduação *stricto sensu*, justificando 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 qua non* para a existência de uma universidade. Desde então o paradigma adotado segue o modelo norte-americano, como a definição de áreas de concentração e linhas de pesquisa e que vigora até hoje (Brasil, 1965, p. 1).

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

5 Ver, para mais informações: Lopes e Romancini (2012, pp. 195-197).

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

7 Ver: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/1965-1988/Del0464.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1965-1988/Del0464.htm)



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)<sup>8</sup>. Esses cursos lideraram os estudos de pós-graduação em Comunicação no Brasil até, praticamente, o início dos anos 1990, incluindo-se na década de 1980 o Programa de Multimeios, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), e o de Comunicação e Cultura Contemporânea, da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

Graças aos cursos de pós-graduação surgidos a partir de 1970, as Ciências da Comunicação atingiram, no Brasil, um estágio elevado, em comparação com o dos demais países da América Latina. Eles tiveram um papel decisivo no crescimento da pesquisa em Comunicação, sobretudo o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), o primeiro e maior centro de pós-graduação em Ciências da Comunicação no Brasil. Discorrendo sobre o pioneirismo desse programa, Vassallo de Lopes (2008) afirmou:

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 (p. 202).

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 Respectives Especialidades. Foram justamente docentes fundadores deste 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.

### 3.6. Os 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 Brasil<sup>9</sup>, mas a opção escolhida para a produção deste artigo foi limitar o estudo a alguns aspectos que pudessem reunir informações básicas e atuais para se ter uma percepção de como estão configurados esses programas ou cursos no País.

As teorias consolidadas pelas Ciências Sociais forneceram o ferramental necessário para esse aporte. Utilizando abordagens quantitativas e qualitativas (abordagem documental), foi possível superar a simples observação e atuar como agente na construção do conhecimento. Os documentos também são fontes não-reativas, pois

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

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



as informações neles contidas permanecem as mesmas após longos períodos de tempo. “Podem ser considerados uma fonte natural de informações na medida em que, por terem origem num determinado contexto histórico, econômico e social, retratam e fornecem dados sobre esse mesmo contexto” (Godoy, 1995, p. 23). Aliado a estes fatores, Godoy (1995) observa também que a pesquisa documental é muito eficaz quando o estudo inclui grandes períodos de tempo e se busca identificar uma ou mais tendências no comportamento de um fenômeno. Nesse sentido, a presente investigação considerou os dados obtidos pelos programas de pós-graduação no Brasil, quantidade, nomenclatura, áreas de concentração, linhas de pesquisa e distribuição geográfica, e linhas gerais do sistema de avaliação.

O primeiro passo foi verificar fontes em publicações disponíveis, como Kunsch (2009) e Lopes e Romancini (2012), entre outras, para um confronto com a realidade atual, mediante levantamentos em portais institucionais da Capes e dos próprios programas. Nesse sentido constatou-se que, no final de 2015, existiam no Brasil 48 cursos aprovados pela Capes, como mostra o quadro 1<sup>10</sup>. Todos os cursos oferecem o mestrado e 24 têm também o doutorado. Para que um programa possa proporcionar as duas opções de curso é necessário que na avaliação (quadrienal) realizada pela Capes o programa tenha conceito 4 (quatro), no mínimo, em uma escala que vai de 3 a 7.

**Quadro 1. Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil**

Instituições	Nome do Programa de Pós-Graduação	Áreas de concentração	Ano de fundação		Região
			Mestra-do	Doutora-do	
Universidade de São Paulo (USP)	Ciências da Comunicação	Teoria e Pesquisa em Comunicação Estudo dos Meios e da Produção Mediática Interfaces Sociais da Comunicação	1972	1980	Sudeste
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	Comunicação	Comunicação e Cultura	1972	1972	Sudeste
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)	Comunicação e Semiótica	Signo e Significação nas Mídias	1970	1978	Sudeste
Universidade de Brasília (UnB)	Comunicação	Comunicação e Sociedade	1974	2003	Centro-Oeste
Universidade Metodista de São Paulo (Umesp)	Comunicação Social	Processos Comunicacionais	1978	1995	Sudeste
Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)	Multimeios	Comunicação	1987	1998	Sudeste

*Continua*

10 O quadro considera apenas os cursos de pós-graduação. É inviável elaborar, para o presente artigo, um quadro semelhante para os cursos de graduação, considerando que, num país de dimensões continentais como o Brasil, é muito elevado o número de cursos existentes – conforme dissemos no tópico 3.1, eram 1.352 cursos em 2015. Por isso, apresentamos somente uma visão panorâmica desses cursos de graduação.

Instituições	Nome do Programa de Pós-Graduação	Áreas de concentração	Ano de fundação		Região
			Mestra-do	Doutora-do	
Universidade Federal da Bahia (UFBA)	Comunicação e Cultura Contemporânea	Comunicação e Cultura Contemporânea	1989	1994	Nordeste
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS)	Comunicação Social	Práticas e Culturas da Comunicação	1993	1999	Sul
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	Comunicação Social	Comunicação e Sociabilidade Contemporânea	1995	2003	Sudeste
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	Comunicação e Informação	Comunicação e Informação	1996	2000	Sul
Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)	Ciências da Comunicação	Processos Midiáticos	1997	1999	Sul
Universidade Federal Fluminense (UFF)	Comunicação	Comunicação	1997	2002	Sudeste
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	Comunicação	Comunicação	1998	2006	Nordeste
Universidade Tuiuti do Paraná (UTP)	Comunicação e Linguagens	Processos Comunicacionais	2000	2009	Sul
Universidade Paulista (UNIP)	Comunicação	Comunicação e Cultura Midiática	2002	2013	Sudeste
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ)	Comunicação Social	Comunicação Social	2003	2013	Sudeste
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP/BAURU)	Comunicação	Comunicação Midiática	2002	2012	Sudeste
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)	Comunicação Social	Comunicação Social	2002	2012	Sudeste
Faculdade Cásper Líbero (Facásper)	Comunicação	Comunicação na Contemporaneidade	2006	2012	Sudeste
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)	Comunicação Midiática	Comunicação Midiática	2006	2011	Sul
Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)	Comunicação e Práticas de Consumo	Análise da Interface Comunicação-Consumo	2005	2012	Sudeste
Universidade de Sorocaba (Uniso)	Comunicação e Cultura	Comunicação e Cultura	2008	-	Sudeste
Universidade Anhembi Morumbi (UAM)	Comunicação	Comunicação Audiovisual	2007	2014	Sudeste
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG)	Comunicação Social	Interações Midiáticas	2007	-	Sudeste

Continua

Instituições	Nome do Programa de Pós-Graduação	Áreas de concentração	Ano de fundação		Região
			Mestra-do	Doutora-do	
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	2008	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	Processos Comunicacionais	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 Federal do Amazonas	Ciências da Comunicação	Ecosistemas Comunicacionais	2009	-	Norte
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	2009	2009	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	-	Centro-Oeste
Universidade Federal do Piauí (UFPI)	Comunicação	Processos Comunicacionais	2011	-	Nordeste
Universidade Federal Fluminense (UFF)	Mídia e Cotidiano	Discursos Midiáticos e Práticas Sociais	2012	-	Sudeste
Universidade Federal de Sergipe (UFS)	Comunicação	Comunicação e Sociedade	2013	-	Nordeste
Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)	Comunicação e territorialidades	Comunicação e Territorialidades	2014	-	Sudeste
Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)	Jornalismo	Processos Jornalísticos	2014	-	Sul

*Continua*



Instituições	Nome do Programa de Pós-Graduação	Áreas de concentração	Ano de fundação		Região
			Mestra-do	Doutora-do	
Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)	Comunicação	Comunicação e Temporalidades	2015	-	Sudeste
FIAM-FAAM – Centro Universitário	Jornalismo	Jornalismo	2015	-	Sudeste
Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)	Produção Jornalística e Mercado	Comunicação; Interface comunicação e consumo	2015	2015	Sudeste
Universidade Federal da Paraíba/JP (UFPB)	Jornalismo	Jornalismo	2015	-	Nordeste

Fonte: Capes

#### 4. Análise descritiva e reflexões sobre os dados obtidos

Muitas poderiam ser as análises sobre a pós-graduação em Comunicação no Brasil. No entanto, para fins deste artigo, optamos por destacar apenas dois aspectos. O primeiro se relaciona com a distribuição geográfica das sedes dos programas existentes, notando-se uma grande assimetria entre as regiões do País. O segundo diz respeito às áreas de concentração desses programas.

##### 4.1. Os programas de pós-graduação por regiões brasileiras

Não há uma divisão equânime na oferta dos 48 programas entre as cinco regiões do Brasil, conforme mostra a figura 1. As maiores concentrações então nas regiões Sudeste e Sul. São 4 PPGs (8,33%) no Centro-oeste; 8 (16,67%) no Nordeste; 2 (4,17%) no Norte; 25 (52,09%) no Sudeste; e 9 (18,74%) no Sul. Dos 25 programas da região Sudeste, 16 (64%) oferecem as duas opções de formação (mestrado e doutorado) e no Sul, 4 (44,4%) dos 9 programas. No Norte não há doutorado, no Centro-Oeste ele é ofertado em uma instituição (Universidade de Brasília) e no Nordeste apenas em duas instituições (Universidade Federal da Bahia e Universidade Federal de Pernambuco). Essa falta de oferta acaba criando um êxodo de graduados e mestres, muitas vezes formados em suas regiões, para completar seus estudos no Sudeste ou no Sul do País. Considera-se que o número de 48 programas de pós-graduação credenciados e em funcionamento ainda é pouco se considerarmos o tamanho do Brasil e o número (1.352) 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 do Centro e do Sul do País, como as do Norte e do Nordeste, 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, que veem como um problema fazer grandes investimentos financeiros para manter um programa ou curso dessa natureza. É por isso que há uma predominância de universidades públicas no conjunto desses 48 cursos.

É necessário assinalar que o País vem realizando ações afirmativas no sentido de ampliar os cursos em todas as regiões de maneira mais igualitária. Uma das dificuldades está no número de doutores para trabalhar nestas regiões e, conseqüentemente, a dificuldade em constituir 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 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 esta 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 nas regiões Norte e Nordeste no País, 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 País, mas também de buscar soluções que possam atender as 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.

## 4.2. Áreas de concentração e linhas de pesquisa

Dando continuidade as análises dos PPGs, não há uma regulamentação com referência ao número de áreas de concentração e 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. Dos 48 programas existentes, somente o PPG da Escola



de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo tem mais de uma área de concentração. Nos demais programas, a variação se dá em âmbitos das linhas de pesquisa.

De acordo com a regulamentação do órgão avaliador dos PPGs, Área de Concentração “expressa a vocação inicial e/ou histórica do programa. Neste 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”.

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

### 4.3. O papel das associações e entidades acadêmicas e científicas na construção do campo das Ciências da Comunicação no Brasil

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. Foram e continuam sendo, juntamente com as escolas e/ou faculdades de Comunicação as grandes articuladoras e impulsionadoras do crescimento e da consolidação desta área de conhecimento. Elas atuam em várias frentes de atuação, como congressos, seminários, fóruns, grupos de estudos temáticos, publicações etc. A existência destas associações científicas permite, também, uma interlocução mais representativa com a comunidade acadêmica nacional e internacional.

As primeiras entidades que surgiram no Brasil foram a Associação de Ensino e pesquisa em Comunicação (Abepec), em 1972, mas que deixou de existir no início dos anos 1980. A outra foi a União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC), que, criada em 18 de julho de 1969, foi desativada em 2012. Ambas, cada uma com seu foco de atuação, exerceram um papel importante enquanto estavam ativas. A entidade que de fato propiciou um novo rumo para o fortalecimento do campo da Comunicação no País foi a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), criada em 1977. Outra entidade que vem também desempenhando um papel importante, desde seu surgimento em 1991, com foco no desenvolvimento dos PPGs é a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós).

A Intercom, com seus 38 anos de existência, já se consolidou como a principal associação científica da área de Comunicação no País e constitui, pela sua trajetória, um modelo singular de uma atuação plural, dinâmica e abrangente. Ela 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), que veio coroar todo esse crescimento vertiginoso e contribuir para uma melhor sistematização das políticas e ações integradas do campo comunicacional.



#### 4.4. Composição do quadro federativo e associativo na atualidade

A Federação Brasileira das Associações Acadêmicas e Científicas de Comunicação (Socicom)<sup>11</sup> congrega entidades ou associações acadêmicas e científicas de Comunicação espalhadas no território nacional, contemplando várias áreas de estudos. Criada no dia 02 de setembro de 2008, em Natal, no Rio Grande do Norte, no contexto do congresso Intercom 2008, ela 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, articulado ações em defesa para melhoria da qualidade do ensino de graduação, estabelecido parcerias com órgãos públicos como o Instituto de Pesquisas Econômicas e Aplicadas (IPEA) e contribuído para a criação de entidades e realização de atividades no espaço ibero-americano de Comunicação.

Para entender a vocação, a finalidade e as contribuições de todas as associações, existentes classificamo-las em três categorias: 1. Associações científicas interdisciplinares – quadro 2: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós); 2. Associações acadêmicas que congregam subáreas da Comunicação e especialidades profissionais, integradas pelas seguintes entidades – Quadro 3: Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp); Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ); 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). 3. Associações acadêmicas de áreas específicas e multidisciplinares do campo das Ciências da Comunicação, que congregam estas entidades – Quadro 4: 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 (Ulepic); 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).

---

11 Ver [www.socicom.org.br](http://www.socicom.org.br)

**Quadro 2. Associações científicas interdisciplinares**

Temáticas	Instituições
Campo geral da comunicação- teorias, metodologias e as interfaces com as áreas específicas e interdisciplinares	<p><b>Intercom</b> A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), fundada em 1977, é na atualidade o maior e a mais representativa entidade na área da Comunicação, no País. Realiza congressos anuais, que tiveram sua 38ª edição em 2015. Publica e edita livros, revistas e jornal. Mantém a Rede de Informação em Comunicação dos Países de Língua Portuguesa (Portcom). Publica a <i>Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação</i>. Mantém o Portal Intercom. Promove seis congressos anuais – um nacional (Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação) e cinco regionais. Promove Colóquios Binacionais (40 edições até hoje) e os Simpósios Nacionais da Intercom. Os trabalhos apresentados são organizados em oito Divisões Temáticas (subdivididas em Grupos de Pesquisas) que abordam uma grande diversidade de assuntos. Portal: <a href="http://www.intercom.org.br">www.intercom.org.br</a>.</p> <p><b>Compós</b> A Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), fundada em 16 de junho de 1991, congrega como associados os programas de pós-graduação em comunicação <i>stricto sensu</i> de instituições de ensino superior públicas e/ou privadas. Realiza encontros anuais (24ª edição em 2015) como espaço de intercâmbio acadêmico entre os pesquisadores dos vários PPGs. Os encontros estão estruturados sob a forma de 17 Grupos de Trabalhos (GTs). Publica o livro <i>Compós</i> e a revista <i>E-Compós</i> – disponível em <a href="http://www.e-compos.org.br">www.e-compos.org.br</a> –, além de veicular no <i>site</i> dos trabalhos apresentados nos encontros anuais. Portal: <a href="http://www.compos.org.br">www.compos.org.br</a>.</p>

Fonte: As autoras – outubro de 2015.

**Quadro 3. Associações acadêmicas que congregam subáreas da Comunicação e especialidades profissionais**

Temáticas	Instituições
Audiovisual: cinema, vídeo, televisão e rádio	<p><b>Forcine</b> O Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual (Forcine), que congrega mais de 20 instituições, foi fundado em 2001. Tem por objetivo central o desenvolvimento e o fortalecimento do Cinema e do Audiovisual. Desde 2003 vem realizando congressos. Site: <a href="http://www.forcine.org.br/site/">http://www.forcine.org.br/site/</a>.</p> <p><b>Socine</b> A Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine), fundada em 1996, conta com mais de 300 sócios, que representam cerca de 20 universidades brasileiras. Seu objetivo central é promover a realização e o intercâmbio de pesquisas e estudos de cinema em suas mais diferentes manifestações. Realiza congressos anuais. Site: <a href="http://www.socine.org.br/">http://www.socine.org.br/</a>.</p>
Comunicação Organizacional e Relações Públicas	<p><b>Abrapcorp</b> A Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), fundada em 2006, tem o objetivo geral de estimular o fomento, a realização e a divulgação de estudos avançados dessas áreas no campo das Ciências da Comunicação. Realiza encontros anuais e as pesquisas são apresentadas em grupos temáticos. Site: <a href="http://www.abrapcorp.org.br/site/index.php">http://www.abrapcorp.org.br/site/index.php</a>.</p>

Continua



Temáticas	Instituições
Jornalismo	<p><b>SBPJor</b> A Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), fundada em 2003, tem como objetivo principal estimular a articulação de uma rede nacional de pesquisadores em jornalismo. Realiza congressos anuais e desde 2013 tem ocorrido o Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJor), congregando estudantes da graduação. Os trabalhos nos eventos estão divididos em grupos e sessões temáticas. Site: <a href="http://www.sbpjor.org.br/sbpjor/">http://www.sbpjor.org.br/sbpjor/</a>.</p> <p><b>FNPJ</b> O Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ), fundado em 2004, congrega professores dos cursos de Jornalismo de todo o País para debater e encaminhar propostas sobre questões inerentes à formação do jornalista profissional. Além de fóruns, realiza encontros nacionais. Os trabalhos apresentados são divididos em Grupos Temáticos. Site: <a href="http://www.fnpj.org.br/">http://www.fnpj.org.br/</a>.</p>
Publicidade e Propaganda	<p><b>ABP2</b> A Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (ABP2), criada em 2010, objetiva desenvolver ações para a melhoria e diversificação do ensino e da pesquisa e o campo profissional, tanto na graduação, quanto na pós-graduação na área. Realiza congressos anuais e as pesquisas são apresentadas em Grupos de Trabalho. Site: <a href="http://www.abp2.org/">http://www.abp2.org/</a>.</p>

Fonte: as autoras – outubro de 2015.

#### Quadro 4. Associações acadêmicas de áreas específicas e multidisciplinares do campo das Ciências da Comunicação

Temáticas	Instituições
Comunicação e Marketing Político	<p><b>Politicom</b> A Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político (Politicom), fundada em 2008, congrega estudiosos de propaganda política. Objetiva ampliar nacional e internacionalmente o debate da temática de Comunicação Política. Realiza congressos e os trabalhos são apresentados em 5 Grupos de Trabalho. Publica a revista <i>Politicom</i>, além de livros. Site: <a href="http://politicom.com.br/">http://politicom.com.br/</a>.</p>
Economia Política da Comunicação	<p><b>Ulepicc</b> A União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepicc), fundada em 2004, objetiva contribuir para a reflexão pluralista sobre os problemas emergentes da comunicação e da cultura e o aperfeiçoamento e a revitalização intelectual dos sócios, assim como atingir os objetivos da Carta de Buenos Aires, que baliza a atuação da Economia Política da Comunicação. Realiza encontros anuais e os trabalhos são congregados em Grupos de Trabalho. Site: <a href="http://www.ulepicc.org.br/index.php">www.ulepicc.org.br/index.php</a>.</p>
Folkcomunicação	<p><b>Rede Folkcom</b> A Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (Folkcom), fundada em 2003, congrega estudiosos em torno da temática da comunicação popular, com ênfase no processos comunicativos desenvolvidos pela sociedade, como as festas populares, a literatura popular etc. Realizou encontros anuais desde sua fundação e em 2014 passou a realizar encontros bianuais. Publica a <i>RIF – Revista Internacional de Folkcomunicação</i>, que já tem quase 30 edições. Site: <a href="http://www.redefolkcom.org/">www.redefolkcom.org/</a>.</p>
História da Mídia	<p><b>Rede Alcar</b> A Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Rede Alcar), fundada em 2001, congrega estudiosos da história da mídia. Objetiva contribuir para o avanço da mídia impressa no novo século, de forma integrada com a mídia eletrônica e a mídia digital, tornando-a patrimônio coletivo do povo brasileiro. Realiza encontros nacionais e regionais e os trabalhos são organizados em grupos temáticos. Publica a revista <i>História da Mídia</i>. Site: <a href="http://www.ufrgs.br/alcar">http://www.ufrgs.br/alcar</a>.</p>

Continua



Temáticas	Instituições
Comunicação Política	<b>Compolítica</b> Fundada em 2006, a Associação Nacional de Comunicação Política (Compolítica) realiza encontros anuais. Objetiva estimular o fomento, a realização e a divulgação de estudos avançados, resultantes de pesquisa, na interface entre comunicação e política. Os trabalhos são apresentados em Grupos de Trabalho, que têm como temáticas eleições, opinião pública, jornalismo político, sociedade civil, democracia, marketing político e cultura política. <i>Site:</i> <a href="http://www.compolitica.org/home">www.compolitica.org/home</a> .
Comunicação e Educação	<b>ABPEducom</b> A Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Educação (ABPEducom), fundada em 2011, realiza encontros anuais. Objetiva promover a circulação de conhecimento interdisciplinar no âmbito das relações científicas, institucionais e culturais acerca do campo da Educomunicação. <i>Site:</i> <a href="http://www.abpeducom.org">www.abpeducom.org</a> .
Cibercultura	<b>ABCiber</b> A Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber), fundada em 2006, congrega pesquisadores, grupos de pesquisa, instituições e/ou entidades brasileiras que estudam a cibercultura. Objetiva promover a circulação de conhecimento interdisciplinar renovado e questionador no contexto de relações científicas, institucionais e culturais entre pesquisadores e membros de grupos de pesquisa brasileiros, contribuindo para a diversificação de caminhos reflexivos de compreensão acerca do fenômeno da cibercultura. Realiza simpósios nacionais. <i>Site:</i> <a href="http://abciber.org.br/">http://abciber.org.br/</a> .

**Fonte:** As autoras – outubro de 2015.

Com essa breve descrição pode-se deduzir que todas essas entidades e cada uma em particular procuram, por meio de suas frentes de atuação e com o foco em determinada área específica, contribuir para o desenvolvimento das Ciências da Comunicação no Brasil. Todo o sucesso alcançado até aqui se deve, fundamentalmente, à dedicação e ao desprendimento das pessoas que integram essas entidades.

## 5. Participação das entidades brasileiras na criação das associações ibero-americanas

As entidades de Comunicação, no Brasil, têm ultrapassado as fronteiras nacionais e contribuído em espaços internacionais, sobretudo o ibero-americano. Tudo começou com os intercâmbios promovidos pela Intercom já na década de 1980 e, depois, a partir de 1990 com os colóquios binacionais com diversos países. Um grande feito da Intercom foi, entre 1988-1989, ter coordenado, por meio de suas lideranças da época, juntamente com outras entidades latino-americanas, a reconstrução da Asociación Latino Americana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), cuja assembleia de reconstituição ocorreu em 8 de setembro de 1989, por ocasião do XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, da Intercom, em Florianópolis, no Brasil.

Nos últimos anos a Socicom tem promovido, como representante das entidades de comunicação do Brasil, uma interlocução com entidades congêneres no exterior. Neste curto espaço de sua existência, o maior feito da federação na perspectiva internacional foi ter liderado – por intermédio, sobretudo, de seu presidente na época, José Marques de Melo – a articulação, juntamente com outras lideranças de entidades nacionais de Portugal, Espanha, México, Argentina, Bolívia e outros países da América Latina, a criação da Confederação Ibero-Ameri-



cana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom), fundada em abril de 2009, na Universidade da Madeira, em Funchal, na Ilha da Madeira (Portugal).

A primeira iniciativa da Confibercom foi a realização de um congresso mundial de comunicação ibero-americana, tendo o Brasil sediado o I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana – Confibercom 2011. O evento foi promovido pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), pela Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom) e pela Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom). A organização local desse congresso exigiu um trabalho intenso com todas as entidades de comunicação filiadas da Socicom e as congêneres filiadas da Confibercom dos países ibero-americanos.

Foram muitas as atividades e iniciativas levadas a efeito. Com certeza, pelos seus resultados esse congresso<sup>12</sup> foi um marco histórico importante para as Ciências da Comunicação na Ibero-América. Muitos temas relevantes foram debatidos e decisões políticas foram tomadas para avançar na pesquisa e na produção científica em Comunicação na região. Também integraram o congresso importantes fóruns, que foram institucionalizados sob o título de Fóruns Confibercom, para terem continuidade nos anos seguintes como eventos permanentes: Fórum Ibero-Americano de Pós-Graduação em Comunicação; Fórum Ibero-Americano de Política Científica e Tecnológica em Comunicação; e Fórum de Revistas Científicas das Ciências da Comunicação, além de outros eventos paralelos.

O trabalho cooperativo da Socicom em nível internacional teve prosseguimento promovendo e realizando nos anos seguintes os Fóruns Confibercom de Quito (Equador), em 2012, em parceria com o Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), e, em 2015, de São Paulo, no âmbito do XIV Congresso Ibero-Americano de Comunicação – Ibercom 2015. Nesse contexto, mais uma parceria no espaço ibero-americano foi estabelecida, concretamente com a AssIBERCOM – Associação Ibero-Americana de Comunicação. Esse laço cooperativo viabilizou a realização exitosa deste Ibercom 2015, mediante uma promoção e realização conjunta com a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

Esses registros são apenas para ilustrar a vocação e o entusiasmo das nossas entidades nas tentativas de fortalecer o campo das Ciências da Comunicação não só no Brasil, mas em uma perspectiva internacional.

## 6. Considerações finais

As contribuições observadas, a partir dos estudos realizados, permitem afirmar que a institucionalização do campo acadêmico de Comunicação é uma realidade no Brasil. Há ainda muitas lacunas e problemas que devem ser enfrentados e os desafios são muitos. Faz-se necessário olhar os vários componentes desse campo como centros aglutinadores, capazes de promover a discussão ampla, congregando características plurais e gerando produção de conhecimento hábil para alterar, substancialmente, as realidades comunicativas no País. É imprescindível incrementar a pesquisa, formar um quadro de cientistas sociais críticos e analíticos, que produzam conhecimento novo, capaz de erradicar a deficiência de um marco teórico-metodológico, algo que ainda assombra a área.

Os cursos de graduação existentes e as reformas das matrizes curriculares com vistas a uma melhoria da qualidade do ensino, uma identidade própria e para atender novas demandas da sociedade, induzem a formatação

---

12 Ver Kunsch e Marques de Melo (2012).



de novos campos do saber na grande área de conhecimento da comunicação e inspiram ações empreendedoras e construtivas, apesar dos problemas com as crises constantes que o País enfrenta.

A contribuição dos cursos de pós-graduação para o desenvolvimento e os avanços da pesquisa científica em Comunicação no Brasil tem sido imprescindível. Tal fato pode ser considerado pelo número de programas existentes, pelos estudos que vêm sendo desenvolvidos e pela produção científica gerada nesses centros. Essa produção é socializada em comunicações científicas apresentadas em congressos nacionais e internacionais das entidades científicas, publicações em diversos formatos, bem como na literatura disponível. Assim, os resultados alcançados até agora são muito significativos.

A existência desses programas tem contribuído para a formação de um grande contingente de pesquisadores, professores e profissionais e, conseqüentemente, para a melhoria da qualidade do ensino nos cursos de graduação espalhados pelo País. Outro resultado muito positivo é a publicação de livros, capítulos de livros e artigos em periódicos científicos resultantes dos estudos realizados em nível da pós-graduação por toda uma nova geração.

O quadro associativo composto pelas entidades acadêmicas e científicas expressa um esforço constante de um grande contingente de pessoas, lideranças que voluntariamente se dedicam à causa do desenvolvimento e da consolidação do campo das Ciências da Comunicação no Brasil.

Uma sólida consolidação acadêmico-científica no País dependerá da dedicação tanto de pessoas (professores, pesquisadores, profissionais e estudantes) quanto de instituições públicas com políticas institucionais de apoio à pesquisa, das entidades do setor e das universidades – *loci* principais em que se desenvolvem os estudos. Somente com a união de esforços e com base em conhecimentos, será possível uma identidade forte e a conquista de reconhecimento público na comunidade científica nacional e internacional.

Um campo acadêmico se constrói em meio a conflitos, lutas e conquistas e com muitas ações concretas capazes de provocar reconhecimentos públicos e ocupar espaços nas decisões, tanto no seio da comunidade científica como nos organismos que definem as políticas públicas de desenvolvimento da ciência e da tecnologia.

Felizmente a área de Comunicação no Brasil está neste caminho, mas ainda deve avançar muito mais, e o sistema privado precisa ser mais sensibilizado para promover e realizar parcerias com universidades, apoiando de forma mais efetiva a formação de novos talentos tanto para a pesquisa como para sociedade e o mercado onde atuarão.

## Referências

1. BRASIL. Lei de Diretrizes e Bases da Educação.(1965). Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/1965-1988/Del0464.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1965-1988/Del0464.htm)>. Acesso em nov. 2015.
2. BORDIEU, P. (1983). O campo científico. In: Bourdieu, P., *Sociologia* (121-155). São Paulo: Ática.
3. CAPES. (01 de out de 2015). *Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior*. Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/avaliacao>>. Acesso em nov. 2015.
4. CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
5. GODOY, A. S. (1995). Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, v. 35, nº 3, mai/jun.
6. KUNSCH, M. M. K. (1992). *Universidade e comunicação na edificação da sociedade*. São Paulo: Loyola.



7. KUNSCH, M. M. K. (org.). (2009). *Relações públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas*. São Caetano do Sul, SP: Difusão.
8. KUNSCH, M.M.K. e MARQUES DE MELO, J. (org.). (2012). *Comunicação ibero-americana: sistema midiáticos, diversidade cultural, pesquisa e pós-graduação*. São Paulo: Confibercom, ECA-USP, Socicom.
9. LOPES, M. I. V. de. O campo da comunicação: institucionalização e transdisciplinação. (2000). In Lopes, M. I. V. de, Frau-Meigs, D. y Santos, M. S. T. (org.). *Comunicação e informação: identidades e fronteiras* (41-56). Recife, PE: Bagaço; São Paulo: Intercom.
10. LOPES, M. I. V. (2008). 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.
11. LOPES, M. I. V e ROMANCINI, R. A pós-graduação em Comunicação no Brasil. In: Kunsch, M.M.K. e Marques de Melo, J. (org.). (2012). *Comunicação ibero-americana: sistema midiáticos, diversidade cultural, pesquisa e pós-graduação* (189-209). São Paulo: Confibercom, ECA-USP, Socicom.
12. MARQUES DE MELO, J. (1983). *Pesquisa em comunicação no Brasil: tendências e perspectivas*. São Paulo: Cortez/Intercom.
13. MARQUES DE MELO, J. (1998). *Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos*. Petrópolis: Vozes.
14. MARQUES DE MELO, J. (2003). *História do pensamento comunicacional: cenários e personagens*. São Paulo: Paulus.
15. MARQUES DE MELO, J. (2014). *Teoria e metodologia da comunicação: tendências do século XXI*. São Paulo: Paulus.
16. MEDITSCH, E. (2012). *Pedagogia e pesquisa para o jornalismo que está por vir: a função social da universidade e os obstáculos para a sua realização*. Florianópolis: Insular.
17. MOURA, C. P. (2002). *O curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares*. Porto Alegre: Edipucrs.