



## **Comunicação: Epistemologia, Pesquisa e Carreira Acadêmica<sup>1</sup>**

Gustavo Leite SOBRAL<sup>2</sup>

Thiago Tavares das NEVES<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

### **RESUMO**

Este trabalho tem como foco discutir o problema epistemológico da comunicação, sua dificuldade em se legitimar como disciplina e as suas implicações na pesquisa e carreira acadêmica no Brasil. A partir da história da ciência se procurou delinear a problemática da comunicação e sua dependência conceitual em relação a outras disciplinas e, assim, procurar também entender porque a comunicação se constitui hoje essencialmente como uma ciência transdisciplinar.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; epistemologia; pesquisa.

### **Comunicação: ciência, disciplina e campo de pesquisa**

A História da ciência é a história do conhecimento, para percorrê-la o ponto de partida é a filosofia. Filosofia e ciência não se confundem, embora partam do mesmo pressuposto: uma pergunta. É a partir de uma pergunta que se inicia uma investigação filosófica e uma investigação científica. De acordo com Raquel Gonçalves-Maia: “ambas pertencem ao saber, se interpenetram e podem, inclusive, estudar o mesmo objeto.” (GONÇALVES-MAIA, 2011, p.28). A aliança entre ciência e filosofia data da Grécia Antiga. Neste período se destacam dois filósofos gregos que ajudaram a pensar o mundo, o homem, a vida, Platão e Aristóteles. Platão defendia o mundo da razão, das ideias; Aristóteles, seu discípulo, acreditava no conhecimento sensível, proveniente dos sentidos. Platão se destacou em seus estudos da matemática e astronomia; Aristóteles pensou o método científico, dedutivo/indutivo e desenvolveu sua própria lógica.

Na Idade Média, ciência e filosofia se voltaram para Deus. A teologia se sobrepõe à ciência e à filosofia. O filósofo Tomás de Aquino, herdeiro do pensamento aristotélico, preocupava-se com as verdades cristãs, os mistérios de Deus, a relação entre fé e razão. Na Idade Moderna, duas correntes científico-filosóficas se desenvolveram. O

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Mestre em Estudos da Mídia da UFRN, email: [gustavosobral1041@gmail.com](mailto:gustavosobral1041@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutorando do Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da UFRN, email: [nevesthiago1@hotmail.com](mailto:nevesthiago1@hotmail.com)



racionalismo e o empirismo. Descartes, pensador transdisciplinar, cientista e filósofo, defendia a primazia da razão sobre tudo, o princípio é a dúvida. “Penso, logo existo”, a sua máxima. O empirismo pregava a experimentação, a experiência sensível como fonte primeira do conhecimento. Os principais representantes: Francis Bacon, John Locke, George Berkeley e David Hume. O iluminismo trouxe a valorização da prática experimental e a análise precisa das ideias. É importante destacar os pensadores deste período: Voltaire, Diderot, Isaac Newton, Jean-Jacques Rousseau, Immanuel Kant.

Entre os séculos XVIII e XIX, Idade Contemporânea, tempo da Revolução Industrial, a ciência emprega-se como técnica. A filosofia coube pensar as consequências da revolução e suas implicações políticas, econômicas e sociais sobre a vida, o homem e a sociedade. A sociologia desponta como disciplina, originária do Positivismo de Augusto Comte. Karl Marx e Friedrich Engels estudam a luta de classes, o trabalho, as condições materiais da vida e desenvolvem o Materialismo Histórico. No século XX, a ciência procurará estudar precisamente o conhecimento (epistemologia). Instaura-se a distinção entre ciências experimentais e ciências exatas. Alguns filósofos ganham destaque neste campo: Karl Popper, Rudolf Carnap, Gaston Bachelard e Thomas Kuhn. Descobertas no campo científico também demonstram a progressão da ciência: a Teoria da Relatividade, a descoberta do inconsciente, o nascimento da Psicanálise, as revelações sobre gene e sua estrutura. A comunicação vai aparecer neste universo como disciplina e, como qualquer outra disciplina, precisa legitimar o seu campo científico.

Disciplina é uma categoria que organiza o conhecimento científico, institui a divisão e a especialização do trabalho, responde à diversidade das áreas que as ciências abrangem. (MORIN, 2011). As disciplinas nasceram com as universidades no século XIX. A demarcação das fronteiras disciplinares era primordial para a legitimação e institucionalização das disciplinas, resultando, em alguns casos, numa hiperespecialização. O termo área é sinônimo de disciplina, corresponde ao campo de ação, esfera, domínio do campo de conhecimento. De acordo com Pierre Bourdieu (1997), o campo é um espaço social de luta em que forças desiguais em relação atuam de forma constante e permanente. Para Bourdieu (1983 apud LOPES, 2000-2001), a noção de campo ajudar a entender como se constitui o campo científico.



Campo científico é um sistema de relações objetivas entre posições adquiridas, é o lugar, o espaço de jogo de uma luta concorrencial pela autoridade científica, é capacidade técnica e poder político. Monopólio da competência científica, compreendida enquanto capacidade de falar e de agir legitimamente, isto é, de maneira autorizada e com autoridade, capacidade socialmente concedida a um agente determinado. Essa legitimidade é validada pelos outros cientistas à medida que crescem os recursos científicos acumulados e, correlativamente, a autonomia do campo. O campo científico é análogo ao campo acadêmico. A lógica de funcionamento é a mesma.

O campo da comunicação abrange um conjunto de instituições de ensino superior voltadas ao estudo e ao ensino da comunicação, é o espaço da comunicação em que se produz teoria, pesquisa e formação universitária. É dividido em três subcampos: o científico, que implica práticas de produção de conhecimento, abraça a pesquisa acadêmica, construindo objetos, metodologias e teorias; o educativo, que corresponde às práticas de reprodução/transmissão desse conhecimento por meio do ensino universitário; e o profissional, que diz respeito às práticas de aplicação do conhecimento no mercado de trabalho. (LOPES, 2000-2001). É no campo científico que a comunicação ainda encontra dificuldades para sua legitimação como disciplina.

### **Comunicação, rebelde disciplinar**

Área essencialmente transdisciplinar, a comunicação não se encontra apenas no seu campo específico de estudo, é também objeto de estudo da sociologia, da antropologia, da psicologia, da linguística, entre outras disciplinas, e da própria comunicação. Não só é objeto de outras áreas, como também compartilha conhecimentos das mesmas e atravessa diferentes campos cognitivos, tomando de empréstimos suportes na sociologia, na antropologia, na linguística, entre outras, para pensar seus problemas de pesquisa, enriquecendo assim suas bases epistemológicas. É importante compreender as bases epistemológicas sobre as quais o campo da comunicação foi fundado, para entender a necessidade do estudo transdisciplinar neste campo. A transdisciplinaridade é, portanto, a essência da comunicação e não um desvio de conduta do seu campo. Não



se trata de um problema para a ciência da comunicação, como se pensa, se acusa, e se renega, mas sim de sua maneira de ser<sup>4</sup>.

A história das ciências justifica que momentos de quebra, rompimento, abertura e crise foram necessários para a constituição do campo científico. Copérnico, Newton, Darwin, Einstein, Crick e Watson são exemplos de cientistas transdisciplinares que para alcançar seus objetos de observação e estudo transformaram a ciência. As revoluções acompanhadas de desvios abriram brechas e, na maioria das vezes, atreladas às condições histórico-culturais, encontraram terreno fértil para sua transformação. A comunicação, para progredir, também procurou e procura se abrir, desviar e criar uma ecologia disciplinar. Edgar Morin (2011) aponta pistas para compreendermos a necessidade de uma ciência aberta e transformadora. Sair da comunicação para poder compreendê-la, procurar respostas em outras esferas de estudo. Adquirir um metaponto de vista sobre a comunicação é procurar olhá-la de fora e, assim, conseguir enxergar suas problemáticas. Visitar outros campos disciplinares pode apontar caminhos para os problemas da comunicação e, ao mesmo tempo, provocar novos questionamentos. Ciências afins e não afins tem contribuído nas pesquisas em comunicação. Por isso, o primeiro ponto para se pensar a comunicação é pensa-la uma ciência de natureza transdisciplinar.

A filosofia ajuda a buscar a comunicação nas raízes do conhecimento; a antropologia coloca a comunicação num contexto cultural e simbólico, afinal, não existe comunicação sem cultura, nem cultura sem comunicação com a dimensão simbólica cruzando ambas; a biologia situa a comunicação como uma premissa da vida, sem a comunicação entre as moléculas, átomos, estruturas primeiras como o DNA e RNA a vida seria impossível; a psicologia e seus estudos sobre a percepção, o comportamento, a interação, rende pesquisas no campo da comunicação humana; a matemática, com os estudos de Claude Shannon, trouxe a teoria da informação, o nascimento da cibernética; a comunicação passa a ser vista como um processo, emissor – mensagem - canal – código – receptor; a linguística e as pesquisas sobre a língua, a linguagem, os signos,

---

<sup>4</sup>Transdisciplinar aqui não se confunde com interdisciplinar ou multidisciplinar. Na interdisciplinaridade, as disciplinas conservam sua soberania e linhas de conhecimento, neste processo há troca e cooperação entre elas. A multidisciplinaridade corresponde a uma associação de disciplinas para um projeto ou objeto em comum. A transdisciplinaridade trata de esquemas cognitivos que podem atravessar as disciplinas (MORIN, 2011)



permite que a comunicação adquira um estatuto simbólico; a sociologia auxilia porque, afinal, só existe comunicação humana porque o homem vive em sociedade.

Os estudos de comunicação encontraram suas matrizes disciplinares, sua tradição paradigmática, nas ciências sociais. Assim como na comunicação, o próprio objeto nas ciências sociais é dinâmico e mutável, pois os problemas estudados são fenômenos históricos, instituições, relações de poder, classes sociais, manifestações culturais etc. Existem três modelos teóricos em ciências sociais que serviram de base para pensar os fenômenos da comunicação principalmente durante as décadas de 1950 a 1980. São modelos clássicos das ciências sociais ou três posições teórico-metodológicas básicas: o Funcionalismo, o Weberianismo e o Marxismo, correntes representadas respectivamente por Durkheim, Weber e Marx (LOPES, 2010). Modelos de pensamento revistos e repensados por outros intelectuais como Gramsci, Parsons, Adorno, Habermas, Althusser, dentre outros.

A comunicação foi abordada de uma maneira dialógica por Edgar Morin e Vilém Flusser. Morin, pensador das ciências da complexidade, alia ciência e humanismo, ética e conhecimento, vida e ideias, procurando promover uma religação dos saberes entre homem, natureza e cosmos. Seu ponto de saída é a cibernética para compreender a comunicação, o processo comunicacional como transmissão e troca de sinais; até a chegar uma concepção mais abrangente: a ideia de que a comunicação deve ser examinada e interrogada em todas as suas dimensões organizacionais e existenciais. A comunicação é dimensão nova que a vida traz. Ideia capital, tanto para o organismo quanto para o ecossistema, e existencial, individual, social, cultural, política e ética. (MORIN, 2008). Flusser vale-se também da cibernética, utiliza conceitos da fenomenologia e do existencialismo para reivindicar a criação da comunicologia, ciência que não seria parte das ciências humanas, porque mais abrangente, a comunicação como a essência da experiência humana disseminada em toda parte. (FELINTO, 2012)

No Brasil, pesquisam a comunicação, entre outros, Muniz Sodré, Ciro Marcondes Filho, Norval Baitello Jr., Lúcia Santaella, André Lemos, Erick Felinto. Muniz Sodré e Ciro Marcondes Filho buscam seus alicerces epistemológicos na filosofia; Norval Baitello estuda a comunicação como um fenômeno da cultura, em estudos da semiótica da



cultura; Lúcia Santaella se destaca nos estudos de semiótica aplicada e novas tecnologias. Erick Felinto e André Lemos, pioneiro nos estudos da cibercultura no Brasil, estudam também as novas tecnologias. Há ainda Maria Immacolata Vassalo de Lopes que desenvolve estudos na área de metodologia e epistemologia da comunicação. De acordo com Craig Calhoun (2012), há campos que ainda podem ser mais explorados nos estudos de comunicação como a política, a economia, a economia política, a engenharia e a ciência da computação e o design. A autonomia da comunicação enquanto ciência talvez não seja tão urgente como se pensa. A ciência na sua essência é um espaço de compartilhamento, trocas, atravessamentos, desvios que procuram sustento em outras ciências e que só fazem realmente crescer o pensamento sobre realmente o que é a comunicação. No intercâmbio é possível pensar o conceito de comunicação de forma inteira e não fragmentada.

### **Afinal, o que é comunicação?**

Comunicação do latim *communicatio*, significa estabelecer relações com alguém ou alguma coisa ou objeto cultural. Comunicação é, portanto, condição da existência humana, construção de pontes para atravessar o vazio entre o “si” e o “outro”. De acordo com Georges Bataille (1992, p.104): “A existência é comunicação – e que toda representação da vida, do ser, e geralmente de ‘qualquer coisa’, deve ser revista a partir daí.” Os indivíduos estão entrelaçados na comunicação e pela comunicação. A comunicação tem dimensões físicas, químicas, biológicas, sociais, históricas, filosóficas, psicológicas e culturais. É espinha dorsal, aquilo que liga. Há diversas teorias que descrevem a comunicação, as chamadas teorias da comunicação.

A Escola de Frankfurt, na Alemanha, anos 1920, foi uma das primeiras escolas a desenvolver uma teoria da comunicação, seus principais representantes foram Theodor Adorno, Max Horkheimer e Walter Benjamin, Herbert Marcuse e Erich Fromm. Adorno e Horkheimer são herdeiros do pensamento marxista e da psicanálise freudiana. Desenvolveram nos anos 1940 o conceito de “indústria cultural” que assinala a transformação do valor simbólico da cultura em valor mercantil (SODRÉ, 2009), em suma, rádio e televisão alienavam as massas e ameaçavam a chamada “alta cultura”.

De acordo com Ciro Marcondes Filho (2002), no pós-guerra os debates em torno do processo comunicacional e dos meios de comunicação de massa nos Estados Unidos se



desdobram em três eixos distintos. Ao primeiro correspondem os modelos informático-cibernéticos que se preocupavam com as questões técnicas de transmissão de mensagens e de construção de aparelhos auto-suficientes; o segundo, a crítica da indústria cultural, modelo de crítica ao sistema de produção industrial, encabeçada por Adorno e Horkheimer; e o terceiro, aos modelos empírico-funcionalistas, atentos a nova realidade instaurada como o aparecimento e a expansão dos grandes meios de comunicação. No primeiro eixo, as teorias matemáticas da comunicação. Principais representantes, Norbert Wiener e Claude Shannon. A comunicação é vista como informação, um processo matemático de transmissão de dados. Shannon cria a teoria da informação, fazendo uso da segunda lei da termodinâmica com o conceito de entropia, quando um comunicado não entendido gera uma desordem, uma incerteza. Wiener propõe um modelo diferenciado, criador da cibernética, a comunicação aqui é vista como um circuito com entradas (*inputs*) e saídas (*outputs*), um sistema que opera de forma circular.

O segundo eixo, representado por intelectuais da Escola de Frankfurt aderiu à chamada Teoria Crítica, crítica ferrenha à cultura promovida pelos grandes meios de comunicação, temia uma “reificação” da cultura, em que objetos passariam a se tornar senhores dos homens. (MARCONDES FILHO, 2002). A sociedade se auto-alienaria nos meios de comunicação de massa. O terceiro eixo compreende os modelos empírico-funcionalistas. Os funcionalistas se preocuparam em saber que efeitos dos meios de comunicação de massa sobre a sociedade. Principais representantes, Paul Lazarsfeld e Harold Lasswell. Outras correntes que merecem menção: o paradigma tecnológico de Marshall McLuhan; as teorias tributárias da filosofia da linguagem com destaque a semiologia clássica de Ferdinand Saussure e Roman Jakobson; etc. Até a incomunicação se torna objeto da comunicação. Incomunicação resultado do excesso e repetição da informação pelos meios de comunicação. (MARCONDES FILHO, 2009).

### **Um curso, diversas profissões**

É de fundamental importância, para compreender o campo da pesquisa em comunicação, observar a estruturação dos cursos de graduação e a pesquisa em comunicação no Brasil. A primeira escolha do estudante que pretende ingressar na universidade é a escolha de um curso, no entanto, o estudante não escolhe um curso universitário, escolhe uma profissão. Algumas habilitações, dentre várias, que o curso



de Comunicação Social oferta são: jornalismo, rádio e televisão, e publicidade, que, por sua vez, permitem também uma pluralidade de atividades. O jornalista pode atuar como repórter, redator, editor, assessor de imprensa etc; o radialista como sonoplasta, roteirista, produtor, diretor, apresentador etc; o publicitário nas áreas de mídia, atendimento, criação, produção etc. Um curso universitário dá abertura para uma variedade de carreiras. Uma delas, não tão divulgada, ou explorada como profissão, as atividades de pesquisa e docência. A dificuldade do campo da comunicação se encontra não só nos problemas epistemológicos, mas também na implantação da pesquisa na graduação.

Falta na universidade uma política de divulgação da pesquisa. Toma-se como exemplo o comunicador social com habilitação em jornalismo. O sonho profissional do estudante de jornalismo tem o espelho no repórter de destaque no esporte, no telejornal, no grande redator, no jornalismo investigativo, no pendor para o jornalismo literário, mas não se enxerga a pesquisa e a docência também como fim, como carreira a ser perseguida. A atividade de pesquisa passa velada. Diz-se para o estudante: quer ser bom redator, estude as técnicas, se debruce sobre os manuais, siga o exemplo dos profissionais de sucesso. Para isso, unir a técnica apreendida na universidade à experiência do dia-a-dia no estágio torna-se a doutrina dos cursos e decepção para os estudantes que costumam a menosprezar o curso em razão da diferença entre o conteúdo da sala de aula e a experiência das redações dos jornais, telejornais, rádio e assessorias. A universidade também peca por esquecer que forma diversos profissionais para atuar no mercado de trabalho, esquece de instruí-los sobre a atividade profissional – a planejar a carreira, conhecer os meandros do contrato de trabalho; o estudante não sabe que há uma tabela de preço, que deve elaborar um contrato de prestação de serviços, que noções sobre marketing e gerenciamento fazem a diferença no dia-a-dia da profissão.

A busca pelo diploma passa a ser o fim tomando o lugar do aprendizado, porque o estudante não verifica na prática de imediato o ensinamento da sala de aula. Os profissionais do mercado costumam a mal dizer a academia, a academia não procura conhecer o mercado e o mercado não conhece a academia. A pesquisa é sempre deixada de lado. Os profissionais não compreendem que a pesquisa ajuda na compreensão da realidade em que atuam e sem reflexão não há produção de qualidade. De acordo com Maria Immacolata Vassallo de Lopes: “No campo da comunicação hoje, no Brasil e na





América Latina, concentram-se ambas as situações, a da imaturidade de seu corpo teórico e a da crise de suas heranças científicas.” (LOPES, 2010, p.89). Isso é consequência da carência de pesquisa na área que acaba por criar uma deficiência no campo epistemológico da comunicação.

### **Os passos da pesquisa e o pesquisador**

Participar de um grupo de pesquisa é o primeiro passo para o estudante que pretende seguir com a atividade de pesquisa e docência. É neste estágio que o estudante tem oportunidade de vivenciar na prática as teorias que aprendeu em sala de aula, a encontrar os métodos mais adequados para a pesquisa, a conhecer os pesquisadores em atuação, os teóricos que norteiam o pensamento científico em comunicação. É no grupo de pesquisa que o estudante começa a gestar a sua massa crítica, que aprende a confrontar teorias, quando adquire senso mais apurado e crítico sobre a realidade. Ao seguir este caminho tem a oportunidade de dialogar e trocar experiências com colegas e professores experientes, descobre os congressos e seminários como oportunidade de divulgar o trabalho acadêmico que desenvolve, e também passa a conhecer o quadro de pesquisas em comunicação da sua região e do país.

Os grupos de pesquisa geralmente formam uma base maior de estudos, como por exemplo, um grupo de estudos da mídia, formados por professores com afinidade teórica e metodológica que desenvolvem pesquisas individuais ou em parceria. O projeto é o atestado de nascimento e identidade da pesquisa, pois nele consta todo o instrumental que a ordena e a institui como a área de pesquisa, o grupo e a linha a que pertencem, os argumentos que justificam a sua importância, os objetivos que pretende alcançar, o método que vai utilizar e a listagem dos livros (bibliografia) que sustentam a sua base teórica, seguido de um cronograma detalhado das atividades a serem desenvolvidas.

Submetida a avaliação pela pró-reitoria de pesquisa da universidade, que a valida ou não, e que disponibiliza recursos e equipamentos para que seja desenvolvida, a pesquisa recebe uma numeração e durante as atividades o pesquisador e seus colaboradores, os bolsistas, que podem ser voluntários (não percebem remuneração) ou cotistas (recebem bolsa). Além de desenvolverem as atividades da pesquisa, os bolsistas devem compor relatórios parcial e final informando à pró-reitoria de pesquisa o andamento das



atividades. Os pesquisadores têm a oportunidade de divulgá-la em congressos e seminários submetendo artigos em que podem, assim, apresentar e divulgar a pesquisa para a comunidade acadêmica. A ciência se constrói como diálogo.

O estudante que pretende apresentar trabalho em congressos e eventos deve atentar para o prazo de inscrição, o grupo de pesquisa em que se enquadra sua pesquisa e as normas de envio de artigo, que tem limite de páginas, deve respeitar as normas da ABNT e passa por um sistema de aprovação prévia. Após o envio, quando lido e aprovado, o estudante recebe uma carta de aceite que significa que está apto a apresentar o seu artigo no congresso com a designação data, hora e local. Após o evento, o estudante recebe certificado de participação e apresentação e deve incluir no seu currículo a atividade acadêmica, uma prova do seu desempenho. A atividade de iniciação científica também é uma oportunidade para o estudante aprofundar seu conhecimento a partir das indicações de leitura pertinentes ao projeto e das discussões de texto promovidas pelo professor pesquisador para os bolsistas. Uma atividade de orientação que é essencial e primordial para o sucesso do estudante.

O estudante que demonstra interesse e vocação para pesquisa não se furtará a se submeter ao processo de seleção para especialização, mestrado ou doutorado depois de concluir sua graduação. A pós-graduação estrutura-se em pós-graduação *lato sensu*, que compreende os cursos de especialização; e a pós-graduação *stricto sensu*: mestrado e doutorado. A pós-graduação também pode ser profissional ou acadêmica (há mestrado profissional e mestrado acadêmico).

A especialização e o mestrado profissional são indicados para quem almeja qualificação técnica, ao contrário da especializado e do mestrado acadêmico voltado para quem deseja se dedicar a pesquisa e seguir a atividade de docência. No Brasil, há apenas a oferta de mestrado profissional em jornalismo na Universidade Federal da Paraíba - UFPB. A especialização tem duração de um ano até três anos e ao final o estudante deve desenvolver uma monografia para obtenção do título. Nos últimos tempos, os cursos de especialização têm crescido bastante no Brasil, tendo em vista que o grande diferencial para quem está no mercado é o conhecimento de conteúdos mais específicos. Há uma preocupação dos empresários na área de comunicação em contratar profissionais cada vez mais atualizados e especializados. O mestrado acadêmico deve durar no mínimo um



ano e no máximo quatro, e ao final o estudante deve apresentar uma dissertação. Em algumas universidades o mestrado não é pré-requisito para o doutorado. O doutorado é indicado para formação de professores e pesquisadores, com prazo mínimo de um ano e máximo de quatro. O doutorando deve, para obtenção do título, redigir e defender uma tese.

O estudante deve consultar o MEC para saber se o curso a qual pretende se candidatar é reconhecido. Visitar a página do programa de pós-graduação na internet (consta no site da universidade) para ficar a par da data de inscrição no processo de seleção, ler com atenção o edital, que dita as normas do certame e os pré-requisitos necessários para concorrer a uma vaga. Não há uma norma geral para o processo de seleção, mas alguns requisitos básicos são comuns: como portar título da graduação, apresentar um projeto de pesquisa a ser desenvolvido no curso da pós-graduação, se submeter prova de língua estrangeira, prova dissertativa, e entrevista. Todo esse processo é de extrema importância para quem almeja trabalhar com pesquisa em comunicação e seguir a carreira acadêmica.

A realidade é que, como já dito anteriormente, na graduação essa atividade é pouco incentivada, o mercado continua a ser uma prioridade: “A grande maioria das matrículas nos departamentos de Comunicação também refletem muito as aspirações dos estudantes para seguirem carreira nos meios de comunicação.” (CALHOUN, 2012, p.305). É preciso incentivar o campo da pesquisa em comunicação com o objetivo de diminuir as deficiências epistemológicas da comunicação. Talvez reduzindo essas deficiências as melhorias ocorram nos dois planos: no plano do mercado que sentirá a diferença na qualidade dos profissionais, afinal há também as especializações e os mestrados profissionalizantes; e no plano acadêmico, professores e pesquisadores mais engajados em entender o que é a comunicação. Afinal, sem a comunicação não existiríamos. Comunicação é base, e essa base precisa ser mais explorada, questionada, problematizada. Como dito no início, na Grécia Antiga, a aliança entre ciência e filosofia trouxe avanço para o campo do conhecimento e da vida, talvez seja necessária uma nova aliança das ciências da comunicação com a filosofia, uma aliança que abraçasse várias disciplinas, unidas pela transdisciplinaridade, com o objetivo de desenvolver o campo da comunicação em todas as suas dimensões.



## REFERÊNCIAS

- BATAILLE, Georges. **A experiência interior**. São Paulo: Editora Ática, 1992.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CALHOUN, Craig. Comunicação como ciência social (e mais). **Intercom – revista brasileira de ciências da comunicação**. São Paulo, v.35, n.1, p. 277-310, jan./jun. 2012.
- FELINTO, Erick. Um teórico barroco? **IHU – online**, São Leopoldo, nº399, ano XII, 2012. Disponível em: [http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4568&secid=399](http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4568&secid=399). Acesso em: 14 nov. 2012.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- Jornalista**. São Paulo: Publifolha, 2006.
- Manual da redação: Folha de S.Paulo**. São Paulo: Publifolha, 2007.
- GONÇALVES-MAIA, Raquel. **Ciência, Pós-ciência, Metaciência – tradição, inovação e renovação**. São Paulo: Editora Livraria da Física, 2011.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2010.
- \_\_\_\_\_. O campo da comunicação: reflexões sobre seu estatuto disciplinar. **Revista USP**, São Paulo, nº48, p. 46-57, dez/fev. 2000/2001. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/48/04-immacolata.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2012.
- MARCONDES FILHO, Ciro. (org). **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.
- \_\_\_\_\_. **O escavador de silêncios – formas de construir e de desconstruir sentidos na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2004.
- \_\_\_\_\_. **O espelho e a máscara: o enigma da comunicação no caminho do meio**. São Paulo: Discurso Editoria; São Paulo: Discurso Editorial/Unijuí, 2002.
- MATTELART, Armand. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.
- \_\_\_\_\_. **O método 1 – a natureza da natureza**. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- \_\_\_\_\_. **O método 4 – as idéias**. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- RAINHO, João Marcos. **Jornalismo freelance: empreendedorismo na comunicação**. São Paulo: Summus, 2008.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 2ed. São Paulo: Loyola, 2005.



SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho – uma teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

ZANVETTOR, Kátia. Eterno aprendiz. **Imprensa – jornalismo e comunicação.** São Paulo, ano 25, n. 280, p. 66-69, jul. 2012.