

# **Cinco Olhares para um Pensamento Comunicacional Brasileiro a partir do Fomento FAPESP<sup>1</sup>**

**Rodrigo Gabrioti<sup>2</sup>**

UMESP, São Bernardo do Campo, SP

## **Resumo**

Os aportes conceituais dos professores-pesquisadores Maximiliano Martin Vicente, Lúcia Santaella, Ciro Marcondes Filho, Ana Claudia Mei e Esther Império Hamburger agregam cinco olhares à constante construção de um Pensamento Comunicacional Brasileiro. Os quatro primeiros tiveram o maior número de projetos financiados pela FAPESP, entre 1992 e 2016, em quatro categorias de fomento. Já a professora Esther Hamburger é a coordenadora de Ciências Humanas e Sociais II da Fundação. Convictos que a FAPESP legitima a Comunicação, o Pensamento proposto se estrutura em um campo onde se realiza Ciência com empirias variáveis que satisfazem os desejos do pesquisador a postulados e paradigmas existentes, mas que nem sempre fazem do objeto a melhor referência para o conhecimento.

## **Palavras-chave**

Campo; Ciência; Comunicação; FAPESP; Pensamento Comunicacional Brasileiro.

Embora haja infinitos processos e mobilizações para as tentativas de legitimação do campo, definir Comunicação ainda se encontra no horizonte do improvável. Muito desse dilema pode estar no pressuposto do professor José Marques de Melo (2008) sobre a falta de competência de nossa comunidade acadêmica em comunicar seus avanços e conquistas às autoridades que tomam decisões no sistema nacional de Ciência e Tecnologia. Uma situação que lança um questionamento paradoxal: como comunicadores podem falhar na comunicação?

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 – Pensamento Comunicacional – na V Conferência do Pensamento Comunicacional Brasileiro (Pensacom Brasil 2018). São Paulo, SP.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo. Jornalista, professor e coordenador do curso de Jornalismo da Escola Superior de Administração, Marketing e Comunicação (ESAMC) Sorocaba. E-mail: [rgabrioti@hotmail.com](mailto:rgabrioti@hotmail.com)

Talvez, a primeira pista resida no fato de que a Comunicação incorre em processos humanos de troca, em relações mediáticas e também em questionamentos que se validam em problemas de pesquisa. Três dimensões que reforçam a necessidade de que comunicar se pauta pelo ambiente em que estamos, não somente em sentido físico, mas também, por uma condição simbólica daquilo que vivenciamos. Neste artigo, nos concentraremos sobre o caráter epistemológico plausível à Comunicação, considerando as noções dadas por cinco professores-pesquisadores que materializam esse esforço simbólico, por meio da pesquisa acadêmica, no contexto de investigações realizadas com fomento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), tanto no âmbito acadêmico de realização plena da Ciência quanto no âmbito institucional.

A nossa proposta em curso corrobora com a constante construção do Pensamento Comunicacional Brasileiro e tem sua origem em nossa pesquisa de Doutorado *A FAPESP e a Ciência da Comunicação: Legitimação, Contribuição e Construção da Área*<sup>3</sup>. Ao longo de quase quatro anos, estudamos o tema para propor uma construção taxionômica a fim de verificar suas contribuições na legitimação do conhecimento, tendo como horizonte, uma agência de fomento. Para se atingir tal objetivo, foram considerados 912 projetos decorrentes de Bolsas de Estudos e Auxílios Regulares, fomentados pela Fundação. Assim nossa tese é de que a pesquisa em Comunicação é atraente; seu impasse conceitual é subjetivo e disciplinar; e a Área carece de uma metapesquisa para refletir sobre o que se escreve e se produz, em especial, nos Programas brasileiros de Pós-Graduação em Comunicação como tentativa de tirar os estudos da Área de sua força institucional para um pensamento autônomo, legitimado e reconhecido.

Entretanto, ao propormos um Pensamento Comunicacional, a partir da FAPESP e seus indicadores, o que evidenciamos neste ensaio, não é trazer em si a discussão de nossa tese, mas sim, uma parte dela. É que vamos considerar quais são as noções de Comunicação e as implicações da FAPESP, nesse processo de legitimação, na opinião de algumas lideranças do fomento e da coordenação de Área da Fundação. As lideranças de fomento, com as quais trabalhamos, foram identificadas após análises quantitativas que resultaram nos professores-pesquisadores com o maior número de orientações e solicitações de pesquisadores visitantes estrangeiros. Chegamos até esses números, após

---

<sup>3</sup> Tese orientada pelo Prof. Dr. José Marques de Melo e defendida em 25 de abril de 2018 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Disponível em: <<<http://tede.metodista.br/jspui/bitstream/tede/1762/2/Rodrigo%20Gabriotti.pdf>>>

analisarmos um período correspondente a 25 anos de pesquisas em Comunicação (1992-2016), devidamente registradas no banco de dados da Biblioteca Virtual da FAPESP. Assim temos, entre as Bolsas para Iniciação Científica e Mestrado, o Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente (UNESP Bauru); para o Doutorado, a Prof<sup>ª</sup> Dra. Lúcia Santaella (PUC-SP); para o Pós-Doutorado, o Prof. Dr. Ciro Marcondes Filho (ECA/USP); e para o Auxílio Pesquisador Visitante, a Prof<sup>ª</sup> Dra. Ana Claudia Mei (PUC-SP). Na condição institucional, trazemos à discussão, a Prof<sup>ª</sup>. Dra. Esther Império Hamburger, coordenadora da Área de Ciências Humanas e Sociais II (CHS II) da FAPESP.

Inicialmente, traçamos um panorama da demanda dos sujeitos de pesquisa, nosso conceito próprio que parece melhor definir os pesquisadores que pleiteiam o apoio da Fundação. Para a compreensão das demandas, recorreremos à Biblioteca Virtual da FAPESP para comparar o nível de produtividade. Dentro da Área CHS II, que além da Comunicação, compreende Artes, Letras, Linguística, Ciências da Informação e Museologia, entre 1992 e 16 de dezembro de 2017, foram milhares de projetos, tendo a Comunicação um total de 1.486 pesquisas cadastradas. A situação geral da Área em Auxílios à Pesquisa, Bolsas no Brasil e Bolsas no Exterior é ilustrada nos quadros que seguem.

**QUADRO 1** – Auxílios à Pesquisa da CHS II (1992-2017)

<b>Tipo de Fomento</b>	<b>Comunicação</b>	<b>Artes</b>	<b>Letras</b>	<b>Linguística</b>	<b>C.Inform.</b>	<b>Museologia</b>
Auxílios à Pesquisa em Andamento	22	19	24	26	4	1
Auxílios à Pesquisa Concluídos	553	983	1.095	987	186	39
<b>Total</b>	<b>575</b>	<b>1.002</b>	<b>1.119</b>	<b>1.013</b>	<b>190</b>	<b>40</b>

**Fonte:** Biblioteca Virtual FAPESP

**QUADRO 2 – Bolsas no Brasil da CHS II (1992-2017)**

<b>Tipo de Fomento</b>	<b>Comunicação</b>	<b>Artes</b>	<b>Letras</b>	<b>Linguística</b>	<b>C.Inform.</b>	<b>Museologia</b>
Bolsas no Brasil em Andamento	37	97	121	91	16	3
Bolsas no Brasil Concluídas	775	1.820	1.955	1.291	326	21
<b>Total</b>	<b>812</b>	<b>1.917</b>	<b>2.076</b>	<b>1.382</b>	<b>342</b>	<b>24</b>

**Fonte:** Biblioteca Virtual FAPESP

**QUADRO 3 – Bolsas no Exterior da CHS II (1992-2017)**

<b>Tipo de Fomento</b>	<b>Comunicação</b>	<b>Artes</b>	<b>Letras</b>	<b>Linguística</b>	<b>C.Inform.</b>	<b>Museologia</b>
Bolsas no Exterior em Andamento	4	17	17	16	2	1
Bolsas no Exterior Concluídas	86	189	312	211	16	5
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>206</b>	<b>329</b>	<b>227</b>	<b>18</b>	<b>6</b>

**Fonte:** Biblioteca Virtual FAPESP

A ordem de pedidos é Linguística, Letras e Artes, em primeiro; Comunicação, em segundo; Ciência da Informação, em terceiro, e Museologia, em quarto lugar. Outra leitura possível, a partir dos fomentos concedidos, é o de que a Comunicação é mais forte na solicitação de bolsas de estudo ao passo que seus pares na CHS II, além das bolsas,

também têm força nos Auxílios à Pesquisa, o que denota que os pesquisadores da Comunicação estão fazendo trabalhos mais pontuais (Iniciação Científica, Mestrado e Doutorado talvez) e menos pesquisas amplas, duradouras, caso dos projetos temáticos por exemplo. Ou seja, esses pesquisadores estão pensando em curto e não a longo prazo. Se formos comparar para nível de igualdade referencial, considerando os Auxílios à Pesquisa, a Comunicação detém 595. As Artes, com 990, são 166,39% a mais; as Letras, com 1.113, são 187,06% a mais e a Linguística, com 1008, são 169,25% maior. São dados que demonstram como a Comunicação ainda pede pouco. Para Esther Hamburger, um indicativo disso é que somos muito recentes na academia, na pesquisa, e até mesmo no mundo, o que reforça essa característica das Humanas em serem menores, se comparadas às Ciências Biológicas e Exatas.

A minha impressão é essa. Foi uma surpresa, para mim, ver como as Artes pedem muito. E na FAPESP, o ganho está relacionado ao pedido. É uma proporção do que é pedido. Nós nunca vamos ganhar mais se a gente não pedir mais. (HAMBURGER, 2017).

Por esse cenário, é que ela concorda com a afirmação do professor José Marques de Melo sobre o estigma da Comunicação em ser a prima pobre das Ciências Sociais<sup>4</sup>. Segundo Esther Hamburger, há uma perversidade muito grande nessa autoimagem porque parece que, para deixar de ter essa pecha, a Comunicação precisa se elaborar, sociológica ou filosoficamente, deixando de lado suas próprias realizações. Embora defensora da teoria, até pela natureza de sua formação como antropóloga, a professora acredita que a Área, muitas vezes, despreza as questões práticas a ela inerentes.

Neste sentido, o professor Maximiliano Martin Vicente entende que a FAPESP, assim como outras instituições similares, fortalece os estudos em Comunicação. Ao autorizarem a aplicação do dinheiro público em pesquisas, a instituição, segundo a visão dele, exerce sua função social e propicia credibilidade à Área.

A condição institucional das agências de fomento não deve se restringir ao planejamento administrativo. Suas Áreas devem reconhecer também as transformações do campo que validam a necessidade do fazer científico, sobretudo, ao considerarem as

---

<sup>4</sup> A afirmação do professor foi feita para a Revista Pesquisa FAPESP.

práticas mencionadas linhas acima. A professora Lúcia Santaella, por exemplo, abordou temas, como Mídias Sociais, que representam um avanço prático em nossa Área, pois elas são um novo fenômeno que precisa receber a atenção das agências de fomento. A pesquisadora da PUC-SP, uma das referências seminais da Área, criticou a postura de órgãos de fomento que ainda estão muito atrelados às mídias tradicionais. Em seu entendimento, as Subáreas precisam ser ampliadas e ainda que isto seja moroso, o processo é necessário, existente e passível de adaptação.

Os pesquisadores vão expandindo a sua área de pesquisa e as agências de fomento têm que estar abertas para o novo e inesperado. Basta ver o interesse atual da Fapesp, por exemplo, em pesquisas naquilo que vem sendo chamado de humanidades digitais. (SANTAELLA, 2017)

Entretanto, para a professora Esther Hamburger, temas como esse ou que envolvem o próprio digital, por exemplo, são importantes se colocados para pensar no todo. Ela destaca que muitos projetos chegam à FAPESP para estudar esse viés da Comunicação, porém, acredita que não necessariamente o objeto seja a melhor âncora para o conhecimento.

Eu acho que a gente vive um momento muito interessante, que pode ser bastante produtivo, porque de alguma maneira, a Área está no centro das preocupações mundiais e, ao mesmo tempo, a disciplina continua a se debater sobre sua delimitação, né? O objeto não é uma âncora boa. Talvez a melhor âncora seja a conceitual. (HAMBURGER, 2017)

Independentemente das feições fisionômicas da Área, a FAPESP está aí para fomentar os desejos de investigação dos pesquisadores. E muitos, como a professora Lúcia Santaella, enxergam além de suas próprias produções. Ela diz que incentiva seus alunos à obtenção de uma bolsa FAPESP por prestígio e crivos pontuais e exigentes que atendem rigores seletivos e não burocráticos em suas regras de concessão. Além disso, entende que o fomento é uma consolidação da Área, já que destina verbas para a realização de pesquisas no campo.

É preciso apostar naqueles que estão dispostos a dedicar grande parte das horas de sua vida à pesquisa, caso contrário, se estará gastando dinheiro público com pessoas que não darão ao auxílio que recebem o retorno devido. Fico bastante furiosa com pessoas que recebem uma bolsa atrás da outra e, depois que chegam ao topo, decidem abandonar a vida acadêmica. Felizmente, isso é raro, mas acontece e já testemunhei. (SANTAELLA, 2017)

O fomento é um compromisso bilateral entre instituição e pesquisadores firmado no conhecimento. E é nesse sentido que o professor **Ciro Marcondes Filho** relaciona a Área com a organização da Fundação. Segundo ele, uma batalha que o próprio, ao lado de colegas, desenvolve, há uma ou duas décadas, na tentativa de um reconhecimento efetivo. É sob essa perspectiva de construção que ele assume desfazer a visão de que a Comunicação é a prima pobre das ciências. Em tom crítico, **Ciro Marcondes Filho** atribui essa qualificação a pessoas que, segundo ele, nunca entenderam de Comunicação, mas que sempre estiveram em postos considerados chave dos órgãos de financiamento que organizam burocraticamente os saberes e encontraram pouca resistência da nossa Área que não se impôs, de acordo com ele, como saber autônomo de campo teórico próprio.

Essa falta de imposição talvez se comprove pela diversidade que experimentamos pelas inúmeras práticas que detemos ou pela migração de outras Áreas em nosso território. Dentro de um universo de 912 pesquisas, apoiadas pela FAPESP entre 1992 e 2016, e que são o referencial deste ensaio, encontramos a fragmentação da Comunicação como tema. Nas **Bolsas de Estudo no Brasil**, pesquisadores trataram de Comunicação, Comunicação de Massa, Comunicação Internacional, Comunicação Intercultural, Comunicação Organizacional, Comunicação Pública e Comunicação Visual. Entre os Pesquisadores das **Bolsas de Estudo no Exterior**, aparecem a Comunicação Pública, Comunicação Digital, Comunicação Internacional, Comunicação Comparada e Comunicação Visual. Já nos **Auxílios Pesquisador Visitante** são tratadas a Comunicação, Comunicação Digital, Comunicação Científica, Comunicação Comparada, Comunicação Intercultural, Comunicação na Administração, Comunicação Organizacional e Comunicação Social. Entre os **Auxílios Publicação**, são temas: a Comunicação Digital, Comunicação Social, Comunicação de Massa, Comunicação Científica e a Comunicação em si. E entre os **Auxílios Regulares**, os pesquisadores abordaram, nas suas temáticas, a Comunicação Científica, Comunicação de Massa, Comunicação Digital, Comunicação em Saúde, Comunicação Visual, Comunicação

Intercultural, Comunicação Interpessoal, Comunicação Não Verbal, Comunicação Pública, Comunicação Rural, Comunicação Social e Comunicação Verbal.

Todos os temas decorrem, majoritariamente, de práticas de pesquisa com problemáticas presentes em nosso cotidiano de estudos da Comunicação e que fazem a pesquisadora Ana Claudia Mei entender a FAPESP como fator de legitimação científica da Área que coabita um espaço de disputa com as demais disciplinas da Grande Área das Ciências Sociais, justamente por trabalhar com a linguagem e ter, nessa materialidade, contatos que tangenciam outros espaços do saber, como a Arte, por exemplo. Nesse sentido, o que ocorre no campo, segundo sua definição, é uma cobrança de resultados mais concretos, como se os estudos de compreensão dos processos comunicacionais não permitissem formar um conhecimento maior objetivo e subjetivo dos sujeitos pelos processos dos quais fazem uso para estar no mundo e existir.

### **Caminhos da Comunicação**

A partir daqui, com aportes de pesquisadores inerentes a um percurso formativo que passa por Iniciação Científica, Mestrado, Doutorado e Pós-Doutorado, se constroem possíveis Caminhos da Comunicação. O professor Maximiliano Martin Vicente acredita que, na Graduação, todo aluno visualiza a Iniciação Científica e o Mestrado como complemento de sua formação e também como chance de se associar à pesquisa. Além de atender fatores econômicos, a bolsa FAPESP, difícil de ser conseguida, representa satisfação no currículo. Na opinião do pesquisador, quando o aluno se insere em um grupo de pesquisa, ele acaba gerando projetos que, de alguma forma, são submetidos às agências de fomento. Sobre o primeiro contato do jovem aluno com a pesquisa acadêmica, ele diz que daí nasce o aprendizado de elaboração de um projeto, formulando perguntas e seguindo métodos que levarão a resultados, posteriormente, tornados públicos em congressos ou publicações. O professor acredita que orientador e orientando precisam formular um tema relevante, de preferência, inovador e desafiador a ponto de trazer novos elementos para a Área em que atuam.

Por essas posturas que se maturam, os fluxos vão se dando e organizar uma Área de conhecimento é plausível, demonstrando sua força de expressividade com condições de legitimação. Para Lopes (2017), essa legitimação é conquistada, mas, precisa ser reconhecida. E o interesse pela epistemologia, segundo a pesquisadora, é recente no Brasil



e na América Latina. Como assinala Braga (2011), já que a constituição interna do campo da Comunicação não se faz a partir de proposições abstratas ou de gestos epistemológicos formalizados, a prática da pesquisa assume um peso. E dentro deste peso, leituras diferenciadas surgem.

Para o professor Max Vicente (2017), a Comunicação é Ciência: “A palavra ciência implica em conjunto de saberes, demanda um método e a especificação dos conhecimentos. Desde todos os pontos de vista, a Comunicação cumpre esses requisitos”. Ainda sobre o conceito de Comunicação, ele a trata como processo de intercâmbio igualitário de informações com repercussão social e interferência na própria visão de sociedade.

Essas formações levam a construções históricas e são elas o mote que a professora Lúcia Santaella considera. Um entendimento mais amplo superaria algumas questões soltas que, se não são entraves, acompanham as incoerências da materialização do nosso saber, entre elas, seu caráter homogêneo/heterogêneo. Independentemente de filiações e reverberações sociológicas, antropológicas, psicológicas e até biológicas no campo comunicacional, Santaella destaca que o que tem de ser avaliado é se uma pesquisa contribui para o campo da comunicação com avanços ou não.

[...] o campo se define por seus atributos, ou seja, como um campo de pesquisa e de conhecimento. Ora, como campo de pesquisa e conhecimento, deve haver sempre uma realidade empírica a que a pesquisa se dedica, quer dizer, os fenômenos diversificados em que a comunicação ocorre. Para compreender que fenômenos são esses, deve-se partir de alguma definição do que é comunicação. As definições são muito variadas. Para alguns, a comunicação é humana e social, deixando para fora do campo muitos outros fenômenos que poderiam ser também definidos como fenômenos comunicacionais. Trabalhei esse tema complexo com algum cuidado no meu livro Comunicação e Pesquisa, o qual, aliás, começa com uma discussão acerca disso [...] Relendo essas páginas para responder à sua pergunta, surpreendi-me com o quanto a informação aí contida é ainda atual, depois de 16 anos, desde que redigi essas páginas [...] Para resumir, não há uma definição acabada e privilegiada de comunicação. Elas são muitas e cada pesquisador elege a definição que mais se ajusta aos seus interesses de pesquisa. (SANTAELLA, 2017)<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Declaração feita em entrevista ao autor.

Esse presumido conceito de Comunicação, como seleção própria dos pesquisadores, conflita com a perspectiva histórica sobre a qual o professor *Ciro Marcondes Filho* trabalha o conceito e faz uma constatação:

Tivemos nossa ‘doença infantil’, que foi nossa submissão a outros saberes, inclusive na montagem de corpos docentes das faculdades de Comunicação. Como poucos defendiam essa autonomia, muitos colegas de outras áreas vinham com a concepção de que “Comunicação qualquer um pode ensinar”. Mas, não! Como ciência adulta e respeitada, seus postos devem ser efetivamente ocupados por formados em estudos comunicacionais sérios e aprofundados. (MARCONDES FILHO, 2017)<sup>6</sup>

Ainda dentro de sua análise, o professor pondera também que houve um uso metafórico da Comunicação, por parte de outras ciências depois da Virada Linguística, de Wittgenstein, nos primórdios do século XX. A partir de termos similares a nós como informação, mensagem e comunicação, saberes como a Biologia, a Física e a Química tomaram isso de empréstimo estabelecendo um trânsito que prejudica a Comunicação impedindo uma existência epistemológica própria por um comportamento parasita. Com um olhar atento a movimentos que perfazem a História da Comunicação, *Ciro Marcondes Filho* diz que, nos anos 1990, a expansão da Internet, a crise das ideologias e o aparecimento do pós-moderno propiciaram à Comunicação uma Área de investigação própria sem o uso metafórico de objeto de outras disciplinas. Ele afirma categoricamente (2017)<sup>7</sup> que a “Comunicação precisava se livrar do título absurdo e equivocado de ser uma ‘ciência aplicada’. Isso não apenas renovava os estudos de Comunicação bem como os criava efetivamente. Estudos de Comunicação só surgem a partir daí”.

Assim as práticas comunicacionais se reforçam e, como analisa *Esther Hamburger*, ao olhar mais para as suas práticas, a Comunicação se pensa territorialmente já que “ao mesmo tempo que esses meios estão sendo reconhecidos centrais em outros campos do saber, nas Artes, na Economia, nas Ciências Sociais, na Filosofia, você tem uma dificuldade de definição do coração da disciplina, na própria Área”. Mas esse trânsito segue existindo e entender o mundo de hoje pode surgir da transdisciplinaridade, por meio

---

<sup>6</sup> Declaração feita em entrevista ao autor.

<sup>7</sup> Em entrevista ao autor concedida no dia 12/09/2017.

da produção compartilhada de conhecimento em contraposição a redutos capazes de congelar o pensamento.

Eu não gosto de pensar disciplina como um campo limitador, entendeu? Delimitador. Eu acho que, muitas vezes, a discussão intelectual se fixa em questões que não são tão interessantes. Importante são as ideias mais do que a filiação disciplinar delas. Os desafios que o mundo coloca são agudos e urgentes. Um senso de urgência em mim. Eu acho que o mundo sugere coisas para a gente. E a gente tem que se posicionar, no mundo, a tentar conduzir para onde a gente acha que ele deve ir. Eu acho que é muito rico a gente se abrir para outras disciplinas nesse sentido. (HAMBURGER, 2017)<sup>8</sup>

Abrir-se significa manter relações. E dentro do cenário das pesquisas apoiadas pela FAPESP, a contribuição da professora Ana Claudia Mei é pertinente quando, em sua liderança de Auxílios para Pesquisador Visitante, consegue trazer ao Brasil, o olhar estrangeiro da pesquisa. Os documentos da Biblioteca Virtual apontam para um maior número de visitas do Prof. Dr. Eric Landowski, da *Fondation Nationale des Sciences Politiques (Sciences Po)*, de Paris, na França. Frequentador do Brasil, desde 1982, sempre circulou pelas instituições onde a Semiótica estava se implantando e demonstrou afinidade de escrita e fala em línguas neolatinas.

Ao falar de internacionalização, um critério considerável na avaliação da Área atualmente, Ana Claudia Mei lembra que o Brasil ainda tem muito a avançar, principalmente, em publicações. Atualmente, há uma exigência vigorando de que os artigos produzidos sejam publicados em periódicos qualificados, mas, o que a pesquisadora sente, na Área da Comunicação, é que se publicam artigos em coletâneas de projetos temáticos coletivos ou livros monográficos. As revistas digitais, segundo ela, proliferam, mas, não alteram essa percepção. Por outro lado, as edições impressas desaparecem em face dos custos. Um bom caminho, na visão dela, são os livros que, traduzidos para línguas de interesse, podem nos colocar em outro patamar. Trata-se de algo mais materializado que ainda carece de mais produção bibliográfica que, nem sempre, é resultado dos inúmeros contatos pessoais que se estabelecem nos encontros científicos e que no âmbito da FAPESP, podem extrapolar a categoria para professores visitantes com solicitações sendo feitas também por pós-graduandos e pesquisadores que

---

<sup>8</sup> Entrevista concedida em 10/10/2017 ao autor.

realizam o pós-doutorado no exterior. Voltando às interações, é por meio desse mote que Ana Claudia Mei pensa o conceito de Comunicação, já que isso propicia processos de significação que passam desde o corpo a corpo às formas mediadas que englobam, na visão dela, os *media* colocados a nós por seus recursos tecnológicos em relação ao mundo que vai além da estrutura dos sentidos fisicamente pensados.

É justamente o trabalho integrado entre as vertentes sincrônicas da Comunicação e as diacrônicas que permite dar conta do campo da Comunicação e fazer amarrações para análises mais densas na abrangência do fenômeno e consistentes nos argumentos. As várias atuações da Comunicação no digital, no impresso, no audiovisual, no radiofônico, no gestual, entre outros, é que permitem os tratamentos do local, do glocal e do global, do cultural e do multicultural. (MEI, 2017)<sup>9</sup>

Assim, do ponto de vista prático, identifica-se que há muito a ser produzido com uma lacuna de oportunidades cuja demanda emana do pesquisador que pode encontrar respaldo para essa aplicabilidade na FAPESP. Já do ponto de vista teórico, compreende-se que a Comunicação precisa de uma Taxionomia. E várias justificativas concorrem para isso. Uma delas vem de Craig Calhoun (2012) ao acreditar que o estudo intelectualmente sério da Comunicação deve ser transformador para as Ciências Sociais que, em função de tantas disciplinas emergentes, se viu composta por subcampos com potencial para se tornarem disciplinas separadas por conta própria. De modo geral, essa visão taxionômica coincide com o que José Luís Braga (2011) trata como tautologia, ou seja, na Comunicação, se faz necessário observar como a sociedade conversa com a sociedade.

Entre sua diversidade, de temas e fenômenos da Área, Lúcia Santaella (2001) reforça as tradições da pesquisa e as linhas de força da Comunicação ao passo que Anamaria Fadul (2003) se atenta ao avanço da pesquisa em Comunicação. Uma condição que a faz apontar para a necessidade de estudos sobre epistemologia e taxionomia da produção científica existente. Fadul elenca vários fatores para o que chama de campo científico consolidado, entre eles, a vasta produção dos Programas de Pós-Graduação; o número de revistas científicas, com perfis temáticos definidos; e a presença da comunidade científica nos congressos e seminários de associações nacionais e internacionais para discussão com os pares. A isso, é possível acrescentar também,

---

<sup>9</sup> Em entrevista ao autor.

passados 15 anos da análise de Anamaria Fadul, as agências de fomento, em especial, a FAPESP que reconhece a Comunicação como Área fazendo disto um exercício pleno de legitimação. Para esta construção, Lopes (2017) aposta em algumas teses. A primeira passa pela legitimação social do campo, no Brasil, como fato concomitante à legitimação científica de modo que o campo de estudos faça a teorização de práticas, já legitimadas por meio de uma autonomização, com determinantes de seu funcionamento no âmbito da pesquisa, ensino e profissão. A segunda tese se centra na institucionalização do campo de estudos. E por fim, a atenção para a centralidade da Comunicação acompanhada da crítica à disciplinarização do conhecimento. Hipóteses que apontam para um cenário favorável, que venha constituir uma geração “legítima” da Área, ao contrário da formação inicial dos programas de Pós-Graduação, no Brasil, quando os pesquisadores foram induzidos, de acordo com Marques de Melo (2008), aos reducionismos sociológicos para sobreviverem academicamente.

### **Considerações Finais**

Que contribuições os pesquisadores elencados aportam ao Pensamento Comunicacional Brasileiro? São seis: Experiências; Contribuição Efetiva; Emergência; Postulação de Desafios; Especificidade e Expansão. Tratam-se de possibilidades dentro de uma Área, que no contexto dos fomentos da FAPESP, ainda têm amplo espaço de oportunidades haja vista seu grande número de Pesquisadores e Programas que podem tirar a Comunicação da posição coadjuvante na obtenção de apoio financeiro à produção do conhecimento. Nosso campo é vasto, e o observado nas amostras da FAPESP, é apenas parte de uma Área de Conhecimento com forte potencial de consolidação, já que se tem incentivo a pesquisadores iniciantes, frentes segmentadoras de correntes de estudos teóricos, esforços para reconsiderar o estatuto epistemológico e muita possibilidade de diálogo internacional.

A sensação que se tem, amiúde, é que os fomentos estão se figurando muito mais no sentido de custeio econômico de pesquisadores do que no investimento em conhecimento a ser obtido. Se ainda estamos atrás de outros saberes, dentro da mesma categorização de Área, por que não aprender com quem vem se destacando? Será que não é hora de repensarmos como fazemos projetos se abrindo à conversa interdisciplinar?

É mais uma experiência que está dada. E é a Experiência, uma das contribuições que identificamos nos aportes da pesquisadora Lúcia Santaella, da PUC-SP, ao dizer que os órgãos financiadores precisam acompanhar a mesma dinâmica de acontecimento dos fenômenos que precisam ser observados a partir de uma noção de Comunicação afim ao pesquisador que promova uma Contribuição Efetiva (a outra contribuição para o Pensamento Comunicacional) a ponto de promover avanços à Área.

À medida que os acontecimentos se dão, a Comunicação entra em discussão, e assim, Esther Hamburger, coordenadora da CHS II da FAPESP, sinaliza ao Emergente, defendendo que nem sempre os objetos de estudo são a melhor âncora para discutir o conhecimento. Um postulado que nos parece assegurado em face dos pesquisadores interdisciplinares se darem melhor dentro do campo diante dos originários, sempre detidos às eternas questões conceituais de seus espaços de atuação.

Assim vai se formando a Postulação de Desafios da qual se ocupa a leitura que fazemos da contribuição do pesquisador Max Vicente, da UNESP Bauru, que atribui ao orientador e também ao orientando a função de trazer temas inovadores e desafiadores à Área para que haja repercussão social e interferência na visão social.

E quem é provedor disso, em defesa do campo, na visão do professor Ciro Marcondes Filho, da ECA/USP, são os sujeitos formados em estudos comunicacionais, capazes de conferir a Especialização ao campo, ainda mais quando o pesquisador em questão, considera a Comunicação como Área muito mais recente do que se imagina.

Por fim, aparece a Expansão, contribuição resultante da perspectiva da pesquisadora Ana Claudia Mei, da PUC-SP, que valoriza as práticas dentro da Área e sinaliza fortemente para que coloquemos nossas produções em outros espaços. É uma afirmativa que soa como processo inverso de tudo que se aprende sobre Comunicação quando, nos cursos de Graduação ou Pós, se materializam os pensamentos quase sempre acrílicos norte-americanos e europeus. Se, como abordado ao longo deste ensaio, a filiação disciplinar não é o mais relevante, a produção brasileira pode entrar nesse cenário não como perfil identitário, mas sim, com aportes aos estudos globais em Comunicação.

Enfim, fica evidente o papel da pesquisa, com o olhar atento e relevante dos pesquisadores, para a formulação de boas problemáticas de investigação que se ocupem das demandas da sociedade, sempre em atualização. E para o exercício pleno disto, um dos caminhos é o fomento FAPESP.

## Referências

A Prima Pobre das Ciências Sociais. In: **Revista Pesquisa FAPESP**. 201. ed. Revista Pesquisa FAPESP, nov. 2012 São Paulo, 2014. p 27-33.

BIBLIOTECA Virtual da FAPESP – fonte referencial de informação para a pesquisa apoiada pela FAPESP. **Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo**. São Paulo, 2004. Base de dados. Disponível em: <<http://www.bv.fapesp.br/pt/>>. Acesso em: 27 mar. 2016.

BRAGA, José Luís. A prática da pesquisa em comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **E-Compós: Revista Eletrônica da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Brasília, v.14, n.1, p.1-33, jan./abr. 2011.

CALHOUN, Craig. Comunicação como ciência social (e mais). **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação: Revista da Sociedade Brasileira para os Estudos Interdisciplinares dos Estudos em Comunicação (Intercom)**, São Paulo, v.35, n.1, p 277-310, jan./jun. 2012.

FADUL, Anamaria. Matrizes comunicacionais: taxionomia de teses e dissertações – 1998-2002. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo, SP. Pós-Com UESP. Ano 25, n. 40, p.95-108, 2003.

GABRIOTI, Rodrigo. **A FAPESP e a ciência da comunicação: legitimação, contribuição e construção da área**. 2018. 349 p. Tese (Doutorado em Comunicação Social) --Escola de Comunicação, Educação e Humanidades da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2018. Orientação de: José Marques de Melo.

HAMBURGER, Esther I. Depoimento concedido ao autor. São Paulo: USP. Out. 2017.

LOPES, M.I.V. A institucionalização da pesquisa em comunicação. **Epistemologia do Campo da Comunicação no Brasil**. In: 40º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 2017, Curitiba.

MARCONDES FILHO, Ciro. Depoimento concedido ao autor através de correio eletrônico. Set. 2017.

MARQUES DE MELO, José. **A batalha da Comunicação**. Sorocaba: Eduniso, 2008. 308p.

MARTIN, Maximiliano V. Depoimento concedido ao autor através de correio eletrônico. Jun. 2017.

MEI, Ana Claudia. Depoimento concedido ao autor através de correio eletrônico. Out. 2017.

SANTAELLA, Lúcia. Depoimento concedido ao autor através de correio eletrônico. Out. 2017.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e Pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker, 2001. 215p.