



## O Objeto de Estudo da Comunicação: Sistematização do Fluxo de Pensamentos<sup>1</sup>

Hadassa Ester DAVID<sup>2</sup>  
Universidade de Brasília, Brasília, DF

### RESUMO

É inegável a predominância e forte presença da comunicação na cultura e na vida social. No entanto, para entender sua importância e função, é preciso problematizar primeiramente o que vem a ser essa vertente conhecida como Comunicação, bem como o que constitui a sua matriz teórica denominada Teoria da Comunicação. Tal exercício vem sendo realizado pela Comunicação enquanto ramo do conhecimento, que é o principal interesse deste trabalho em questão, numa tentativa de localizar discussões teóricas que tratam, sobretudo, de seu objeto de estudo, já que pensar cientificamente a Comunicação pressupõe, ao menos, a demarcação de seu objeto de estudo, bem como sua especificidade e recorte. Quando se questiona qual é o objeto de estudo da Comunicação, é preciso lidar ainda com outra problemática: a Comunicação é uma disciplina autônoma?

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; objeto; disciplina; interdisciplinaridade.

### INTRODUÇÃO

Pesquisas voltadas especialmente para a compreensão das práticas comunicativas se consolidam por volta do século XX, com a imprensa de massa. Sendo assim, o caráter de massa viria a influenciar o olhar majoritário sobre o objeto da Comunicação<sup>3</sup>:

Em busca do objeto ou objetos da Comunicação, uma resposta aflora com força: os *mass media*. O limite dessa proposta é deixar de fora não somente o que não é comunicacional, mas a comunicação interpessoal e organizacional, por exemplo, cuja importância e a visibilidade não param de crescer. Uma outra solução é considerar os processos de Comunicação, não os produtos, como a vocação preferencial para a pesquisa na área. Ou juntar ambos (produtos e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação pela UnB. E-mail: [hadassaester.david@gmail.com](mailto:hadassaester.david@gmail.com).

<sup>3</sup> A utilização do termo com a inicial maiúscula se refere especificamente a uma proposição acadêmica, de um ramo do conhecimento, disciplina e campo de estudo.



processos) no rótulo de fenômeno comunicacional (GERALDES, 2009, p. 18).

Os meios de comunicação de massa, bem como os processos comunicacionais na cultura de massa são assuntos que encontram maior respaldo entre os pesquisadores e teóricos da Comunicação, a interseção é o principal interesse, conforme sistematiza uma das maiores referências do pensamento comunicacional, o professor Luiz C. Martino (2007, p.14): “Há duas grandes vertentes comunicacionais, uma que privilegia os estudos dos meios e outra que centra seu interesse na compreensão crítica da chamada cultura de massa”. No entanto, ressalta que “meio de comunicação não é só tecnologia”, bem como esclarece que a própria cultura de massa “é mediada pela técnica”.

O cuidado de Martino (2007) ao enfatizar que meio de comunicação não é só tecnologia se torna válido, no sentido de que, ao desconsiderar essa premissa, muitos pesquisadores acabam ficando restritos à visão tecnológica, com levantamentos sobre o universo midiático, caindo no determinismo tecnológico. Outra problemática em relação aos meios é debatida por Eduardo Duarte (2003, p. 52), quando alerta:

[...] os meios não são necessariamente de comunicação. Os meios podem veicular informação e a veiculação da informação é uma das etapas do estabelecimento da comunicação, mas a veiculação por si não indica um fenômeno comunicacional se temos por comunicação os encontros perceptivos entre agentes e os produtos cognitivos que emergem.

A diferença de posturas e formas de tratar o objeto vai além da discussão do que viria a ser um meio de comunicação. Para Eduardo Duarte (2003, p. 41), o estudo da Comunicação como um campo científico “é muito recente e por esse motivo ainda passa por tentativas de redefinições ou reposicionamentos conceituais no intuito de construir uma ou mais imagens comuns que expressem um conceito”. Segundo o autor, a Comunicação nos remete principalmente aos meios de comunicação de massa, uma delimitação que não consegue arcar com a amplitude do campo comunicacional.

O objeto da comunicação se desloca para além dos objetos de mídia, englobando, por exemplo, as manifestações artísticas midiáticas ou não. Esse objeto pode manifestar-se nos estudos das redes neurais e dos sistemas regulares que emergem por ação de atratores. Esse objeto pode estar nos estudos das linguagens que atravessam e marcam o corpo com o pertencimento das tribos, passando pelo teatro, pela moda, pela engenharia genética. Esse objeto pode estar no reflexo



antropológico, sociológico, psicológico do encontro desses agentes cognitivos que se expressam por meio dos veículos de informação, dos discursos políticos, dos movimentos das massas. Entretanto, esse objeto pode não estar onde classicamente é visto, localizado e engessado: nos *mass media*. (DUARTE, 2003, p. 53).

Vera França (2002, p. 16) destaca a importância de encarar o processo comunicativo, como sendo a produção e circulação de informações. E juntamente com Rousiley Maia (2003, p. 188) enfatiza o aspecto relacional, da “produção e compartilhamento de sentidos entre sujeitos interlocutores, processo este sempre marcado pela situação de interação e pelo contexto sócio histórico”. Contudo, também pondera:

Fechar o objeto da comunicação no campo das mídias é uma operação redutora, pois exclui as inúmeras práticas comunicativas que edificam e marcam a vida social e não passam pelo terreno das mediações tecnológicas (por exemplo, o rumor, as relações de vizinhança e suas formas comunicativas, os teatros ou as encenações urbanas, entre outras). [...] Um recorte dentro desse recorte, buscando refinar o objeto, vai circunscrever e ater-se aos processos humanos e sociais de produção, circulação e interpretação de sentidos, fundados no simbólico e na linguagem. Ainda assim, é um recorte por demais amplo, que pode se confundir com o estudo das relações sociais-necessariamente fundadas no terreno da cultura, dos sentidos.

Na opinião de Martino (2001b, p. 31):

O objeto em questão não é todo e qualquer fenômeno comunicativo, mas apenas aqueles restritos à dimensão humana e mediatizados por dispositivos técnicos. Os processos comunicativos no interior da cultura de massa constituem certamente o objeto da Comunicação, mas a característica inalienável, e, portanto, mais própria a esta disciplina, reside na perspectiva que ela adota, ou seja, na interpretação desses processos tendo como base um quadro teórico dos meios de comunicação. Trata-se de uma leitura do social realizada a partir dos meios de comunicação, o que equivale a dizer que meios de comunicação e cultura de massa não se opõem, nem podem ser reduzidos um ao outro, ao contrário, eles exigem uma relação de reciprocidade e complementação.

Assim, há diferentes perspectivas - ainda que possa ser a junção de todas - sobre qual seria o objeto de estudo da Comunicação. São inúmeros os impasses: a tentativa de fechar o objeto da Comunicação revelou-se uma posição por demais limitada e redutora, incapaz de abarcar o campo. Até a própria noção de campo comunicacional não é



consensual, já que os fenômenos ou práticas comunicativas também despertam o interesse de outros saberes, retirando a exclusividade do objeto da Comunicação, sendo que, para realizar seus estudos e pesquisas, acaba recorrendo a outras formas de conhecimento e incorporando o for necessário para responder às suas demandas.

Nesse sentido, a vocação interdisciplinar da Comunicação, coloca em cheque a sua autonomia e legitimidade. De tal colocação, surge a seguinte preocupação, como falar de objeto, se a Comunicação ainda não se afirmou enquanto campo, área, ou disciplina de saber autônomo.

### **A Vocação Interdisciplinar**

A não exclusividade da Comunicação em relação ao seu objeto se refere ao fato de que outras disciplinas também se interessam, pesquisam e estudam os mesmos temas, ou utilizam a Comunicação como objeto de estudo.

É forte o sentimento de que a Comunicação deva ser considerada apenas como uma disciplina *sui-generis*; e mesmo quando se admite considerá-la como uma disciplina científica, persiste ainda o sentimento de que deva ser considerada apenas como uma ciência aplicada, no sentido em que seu saber e sua cientificidade são derivados de outros saberes. Convicções que convergem e se completam com a afirmação de que a Comunicação é apenas um campo de estudo e não exatamente um saber autônomo. (MARTINO, p. 83).

Embora, para Martino (2010), a defesa de um estatuto interdisciplinar para a Comunicação é a negação de um saber comunicacional e de sua caracterização como saber autônomo.

Seria um engano primário achar que a natureza interdisciplinar de um certo estudo poderia dispensar este trabalho de definição de seu objeto. Pelo contrário, ela exige um esforço redobrado, na medida em que este objeto tende, como no caso da Comunicação, a se confundir com o objeto de outras ciências. Na realidade, a afirmação peremptória da natureza interdisciplinar da Comunicação é, em grande parte, o testemunho paradoxal tanto da sobrevivência quanto da suposta superação de um problema que estranhamente resta pouco abordado, senão intacto: o problema da definição do objeto de estudo dessa disciplina (MARTINO, 2001b, p. 28).



Remeter a indefinição do objeto para a questão da interdisciplinaridade acaba sendo uma escapatória, uma forma de não se comprometer e repassar os problemas para outros espaços e lugares. A situação foge do controle, no sentido de que praticamente todas as camadas da vida social envolvem os meios de comunicação.

A falta de especificidade não está, portanto, na permanente irrigação, mas na necessidade de melhor construção do “lugar” da comunicação. As influências podem e devem vir numerosas; mas é preciso organizar sua absorção em função de um problema específico, de uma questão própria – que é a própria comunicação. Trata-se, em outras palavras, do modelo comunicativo, do paradigma da área [...] quando falamos em comunicação estamos falando de quê? (FRANÇA, 2002, p. 23).

Segundo definição do Dicionário Aurélio, a comunicação é um mecanismo de informação, transmissão, captação e impacto social. Portanto, seu objeto seria o estudo do fenômeno comunicativo, restrito à dimensão humana e mediatizado por dispositivos técnicos, além de abranger a observação do processo comunicacional como mediação da realidade da social.

Trata-se de um objeto de grande amplitude que pode ser encontrado em todas as dimensões do mundo biológico, social e mesmo do mundo físico. Baseado nesse recorte é também difícil achar a especificidade da comunicação, pois estudos os mais diversos podem reivindicar seu pertencimento à área (FRANÇA, 2002, p. 16).

É grande o interesse em observar a relação entre a sociedade e os meios de comunicação de massa, sendo rádio, TV, cinema, revista, jornal, internet etc. Como também os atos de persuasão, manipulação e entretenimento. A problemática é que para realizar tais pesquisas, a Comunicação quase sempre precisa recorrer à Sociologia, à Psicologia, à Linguística, entre outras esferas. Ou seja, como os estudos de Comunicação são desenvolvidos a partir de contribuições de várias disciplinas, reforçam o caráter interdisciplinar.

Outro problema surge na medida em que os comunicólogos se dividem em relação ao que é importante pesquisar e estudar; sendo que uns dão mais importância à teoria, outros à prática. “A comunicação tende a ser percebida como prática social relegada aos interesses fragmentários do mercado ou, academicamente, como subtema de disciplinas clássicas do pensamento social” (SODRÉ, 2003, p. 308). Isso acaba



gerando conclusões apressadas, além de divergências sobre o objeto de estudo, bem como ocasionando numa falta de maturação e aprofundamento analítico.

A variedade dos estudos e das análises comunicacionais por parte dos acadêmicos expande-se, assim, à maneira da própria prática midiática, sem maior vigilância epistemológica, uma vez que não se obtém um reflexividade teórica sobre os limites do campo, nem se otimiza um diálogo entre os pesquisadores capaz de cruzar resultados de investigações diversas sobre um mesmo objeto. (SODRÉ, 2003, p. 308).

Nesse sentido, apesar das tentativas e buscas por uma demarcação do objeto, bem como em razão da pluralidade de visões e definições, predomina na área uma dispersão, uma característica de não especialidade.

### **O Fluxo de Pensamentos**

A história da Comunicação revela que grande parte das pesquisas sobre os meios de comunicação de massa, sobretudo sobre os seus efeitos na sociedade de massa, foram realizadas por outros domínios do saber, conforme explica Martino (2007). Tais estudos, segundo o autor, teriam dado origem às teorias sobre a Comunicação, mas não seriam propriamente teorias da comunicação. O ‘sobre’ diz respeito aos fenômenos comunicacionais no sentido amplo e pode ser realizada por outras áreas. Já ‘da’ exige proximidade e recorte específico da realidade e executada dentro da disciplina como um saber autônomo. “Uma teoria só pode ser considerada teoria da comunicação se respeitar o preceito da *centralidade do fenômeno comunicacional*... o comunicólogo deve explicar a realidade humana a partir dos fenômenos comunicacionais” (MARTINO, 2007, p. 28, grifo do autor).

A distinção sobre/da também é feita por Vera França (2002, p. 18):

Proliferam hoje os estudos comunicativos, baseados em distintas filiações teóricas, vindas de diferentes lugares. O objeto ou as partes do objeto comunicativo são recortados e tratados conforme as perspectivas escolhidas. Se a diversidade de olhares é fecunda, pergunto-me, fazendo uma revisão dos múltiplos trabalhos desenvolvidos e da literatura disponível, se são todos da comunicação – marcados por uma perspectiva que é da comunicação – ou se são estudos sociológicos, políticos ou linguísticos sobre a comunicação; se o objeto comunicativo marca a confluência de inúmeras contribuições ou se se vê retalhado e distribuído entre as várias disciplinas.



O quadro conceitual da Comunicação é composto de conhecimentos de outros ramos do saber, com diferentes leituras e interseções entre diversas fontes de conhecimento que não são da Comunicação, mas com contribuições que ajudam a melhor refletir e compreender as práticas comunicativas. “A comunicação é tocada pelos debates atuais e traz para seu campo de reflexão as referências teóricas e os autores que mais têm instigado e ajudado a pensar a realidade contemporânea” (FRANÇA, 2002, p. 22). Esse arsenal compõe o que se conhece hoje por Teoria da Comunicação.

Portanto, não seria justamente a síntese de saberes, o diferencial do objeto particular da Comunicação? Apesar de que, colocada tal perspectiva, torna-se necessário tomar cuidado com a generalidade do saber, em oposição à especificidade, já que isso poderia ocasionar em uma negação de um saber comunicacional, ao invés de caracterizá-la como um saber autônomo. Outro problema, conforme elucida Vera França (2002), é que a área, ao invés de afunilar, mostra uma amplitude e abertura cada vez maior.

Para Elen Geraldês (2009, p. 19), a característica híbrida da Comunicação não é uma desvantagem:

Mesmo que elas não sejam oriundas da Comunicação, podem se tornar teorias da área, se derem primazia a esse objeto. Aliás, as teorias da Comunicação são um *mix* de várias e fragmentárias teorias aceitas apenas por pequenos grupos, circunstancialmente delimitados, e de pouquíssimas teorias (em geral, sociológicas, históricas e filosóficas) que circulam com mais desenvoltura [...] Falar de teorias da Comunicação é falar, sobretudo, de teorias na Comunicação, é mostrar um aporte teórico que em determinado momento iluminou o saber de um grupo específico de pesquisadores. Portanto, a teorização em Comunicação também remete a um recorte histórico, em que o que é pode não ser mais e poderia também não ter sido. Os cenários são tão explicativos quanto os conceitos. E para tecer os diferentes cenários, deve-se buscar o diálogo entre as teorias.

Até a pluralidade de olhares e pontos de vista em torno da Comunicação não encontra uma única forma de abordagem e recebe diferentes denominações, são elas interdisciplinaridade, transdisciplinaridade e multidisciplinaridade. Conceitos similares, mas distintos em certos aspectos.



Interdisciplinaridade diz respeito a temas ou objetos da realidade que são comuns a diferentes ciências, explica Vera França (2002). “Não acontece aí um deslocamento ou uma alteração no referencial teórico das disciplinas (ele não é “afetado” pelo objeto); é o objeto que “sofre” diferentes olhares” (FRANÇA, 2002, p. 17, grifo da autora). Laan Barros (2003) completa o raciocínio ao definir interdisciplinaridade como o intercâmbio de conceitos, métodos e procedimentos. O autor também coloca a ideia de multidisciplinaridade, que seria justamente a junção de conhecimentos de diversos campos do saber. Já quando algo é tratado por diferentes disciplinas, provocando um deslocamento do campo de origem e chegando a criar um novo objeto, trata-se de algo transdisciplinar (FRANÇA, 2002).

Toda a dificuldade se resume, conforme apresenta Martino (2001a, p. 20), na busca de:

[...] uma esfera de atuação que seja exclusiva ou particular à comunicação, entendida como um saber autônomo, um saber diferenciado e que, portanto, não seja uma simples repetição de outros saberes. Dito de outro modo, a Comunicação é um saber, uma ciência, ou simplesmente o termo designa uma série de saberes que se debruçam sobre certa “matéria” que lhes é comum, o processo de comunicação, a partir de seus métodos e interesses particulares? (MARTINO, 2001a, p. 20).

De modo que o que se observa, é que de um lado não existe o objeto de estudo da Comunicação, já que esta é reduzida a instrumento, utensílio, aporte de outras disciplinas (QUIROGA, 2010). De outro, a Comunicação é encarada como um ponto de vista, um recorte específico da realidade, sendo assim capaz de respeitar sua centralidade, ou seja, o viés comunicacional. O seu objeto é enxergar a realidade humana a partir dos fenômenos comunicacionais (MARTINO, 2007). Nesse sentido, seria justamente a forma de olhar e falar dos objetos, o diferencial da Comunicação. “O que tem valor na produção de pesquisa não deve contar somente em razão da pertinência a uma área estrategicamente reduzida, mas em função de apresentar qualidade intelectual” (PRADO, 2003, p. 151).

“Os objetos são aqueles que a comunicação, enquanto conceito, constrói, aponta, deixa ver” (FRANÇA, 2010, p. 42). Um exemplo pode ser a concepção mais apregoadada do objeto da Comunicação: o estudo dos processos comunicativos no interior da cultura de massas, mas que também não deixa de ser facilmente executada por outra área. No



entanto, a Comunicação pode focalizar a relação de complementação entre um e outro, o que também já foi dito por Martino (2001b). Ou seja, por um viés específico.

A especificidade do olhar da comunicação é alcançar a interseção de três dinâmicas básicas: o quadro relacional (relação dos interlocutores); a produção de sentidos (as práticas discursivas); a situação sociocultural (o contexto) [...] Trata-se, portanto, o processo comunicativo, de algo vivo, dinâmico, instituidor de sentidos e de relações; lugar não apenas onde os sujeitos dizem, mas também assumem papéis e se constroem socialmente; espaço de realização e renovação da cultura. [...] É promovendo essa interseção que o viés comunicacional se coloca e se legitima como, de fato, um outro “ponto de vista” (ponto de onde se vê); um lugar frutífero para analisar e compreender a realidade em que vivemos (FRANÇA, 2002, p. 27).

Os estudos da Comunicação seriam aqueles analisados a partir do enfoque comunicacional. A disciplina teria autonomia para interpretar, tendo como base os processos comunicativos, os meios de comunicação. Também em outras palavras, realizaria uma leitura do social por meio dos meios. Apesar de todos os esforços, Martino avalia que ainda (2003, p. 84):

[...] há uma grande desconfiança sobre o estatuto desse saber, que paradoxalmente oscila entre uma não-disciplina (apenas um campo de aplicação para as disciplinas das mais variadas ciências, a comunicação é um processo, um fenômeno no mundo, e não uma disciplina ou um saber propriamente dito) e uma superdisciplina, entendida como uma espécie de síntese e acabamento das ciências humanas e da filosofia. De modo que a Comunicação aparece ora como muito pouco consistente para ser ciência, ora como fundamento e acabamento das ciências humanas. Para além e aquém da ciência, entre o tudo e o nada, entre o desprezo e a exaltação injustificados, oscilando entre uma sub e uma superciência, o saber comunicacional praticamente se vê impedido de ser trabalhado numa dimensão científica.

Por conta dessa bipolaridade, urge uma maior reflexão com o intuito de compreender o sentido dos processos comunicativos, que envolvam o uso dos meios de comunicação, para enriquecer a visão de seu objeto de estudo e chegar a um denominador comum. É preciso encontrar o lugar da Comunicação em relação aos outros saberes constituídos.



É na medida desse movimento de congregação de olhares diversos, com o objetivo de constituir um novo olhar, que podemos pensar o campo de estudos da comunicação enquanto domínio ou espaço interdisciplinar (lembrando que a interdisciplinaridade é transitória: quando ela consegue se estabilizar, criar referências, fincar estacas – aí, sim, podemos falar do surgimento de um domínio novo) (FRANÇA, 2001, p. 51).

Sabe-se, conforme já explicitado, que os meios de comunicação são frequentemente de interesse de outras disciplinas, porém não são o objeto de nenhum saber em particular. “Nenhuma dessas disciplinas se propõe a estudar os meios de comunicação à luz do novo sentido trazido pela nova forma de organização coletiva.” (MARTINO, 2001b, p. 37).

Se a emergência de uma nova forma de organização coletiva (Sociedade) libera determinadas práticas sociais, particularmente a do uso de meios de comunicação como fator de socialização, revelando um novo sentido da comunicação coletiva, podemos então afirmar que a emergência mesmo de nossa disciplina surge da necessidade de compreender este novo sentido dos processos comunicativos e que ela tem nas novas práticas que envolvem o uso dos meios de comunicação o seu objeto de estudo (MARTINO, 2001b, p. 36).

Só a Comunicação pode com propriedade explorar as práticas de organização coletiva ocasionada pela inserção dos meios na organização social. Sendo assim, a disciplina Comunicação tem o seu objeto de estudo nos meios de comunicação e seu papel relevante na inserção do indivíduo na coletividade, ou seja, busca trazer sentido aos processos comunicativos como fator de socialização.

### **Considerações Finais**

A Comunicação apresenta um olhar próprio, ou seria apenas repetições de outros saberes? Para tais indagações, ainda não se pode dar uma resposta definitiva, já que até mesmo nem foi possível chegar a um consenso entre os comunicólogos, já que as práticas e processos comunicacionais envolvem as mais diferentes atividades, linguagens e veículos; além disso, as próprias teorias e formulações conceituais oscilam entre os mais distintos contextos históricos e sociais.

Neste trabalho, foram apresentados alguns fluxos de pensamentos em torno da tentativa de sistematizar o objeto da Comunicação, já que a quantidade de aplicações e



usos dos processos e práticas comunicacionais dificulta um olhar único. E não só entre os próprios comunicólogos, mas também no tratamento que recebe como objeto de estudo de várias ciências.

É possível verificar que, de um lado há uma incessante busca por uma definição conceitual desse objeto, que venha a unificar o pensamento comunicacional e legitimar o campo da Comunicação como disciplina de saber autônomo. De outro, aparece o comodismo e a aceitação da generalidade e dispersão, apostando como algo positivo e diferenciado a vocação interdisciplinar da Comunicação.

A junção e cruzamentos de diferentes contribuições são inegáveis na Comunicação. No entanto, se o que toma por objeto de estudo não é exclusividade da Comunicação – sendo este também comum a outros saberes - tampouco a questão da interdisciplinaridade o é. A própria ciência é interdisciplinar e possui várias interfaces e dimensões do saber. Também o que define um campo de conhecimento é que este se constitui com articulações e contribuições de teorias com afinidades entre si, vindas de variadas disciplinas. O diálogo é necessário para a construção do conhecimento, sendo que até mesmo o termo disciplina pressupõe relação entre saberes.

Portanto, a discussão da interdisciplinaridade na Comunicação encontra-se deslocada em prol de outros interesses. É algo que não deveria entrar em questão, mas que acontece por um motivo óbvio: na tentativa de uma negação da disciplina. Aqui a interdisciplinaridade é utilizada para rebaixar a Comunicação a subtema ou instrumento de outras áreas.

Se por um lado, a desvalorização e o não reconhecimento do objeto gera o chamado complexo de inferioridade, por outro, há o otimismo exagerado, que acredita ser a Comunicação uma amarração de saberes, uma síntese de tudo, uma superdisciplina.

Tudo isso mostra que a Comunicação precisa ainda se afirmar e criar condições de maneira a conquistar seu espaço de saber e conhecimento, respeitando sua centralidade, seu lugar de fala, sem deixar de manter o diálogo com outros campos. É preciso definir nossos pressupostos, nossos caminhos. Há diversas formas de observar a realidade e o ângulo da Comunicação deve ser uma delas.

## **REFERÊNCIAS**



BARROS, Laan Mendes de. Para que pesquisar? Comunicação: uma ciência social aplicada. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FUENTES N., Raúl (Coord.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, c2003.

BARROS, Laan Mendes de. Künsch. Dimas A. “**Saber pensar seu pensamento**”: reflexões em conjunto sobre epistemologia da comunicação. Textos em contexto, Líbero, ano X, nº 20, 2007.

DUARTE, Eduardo. **Por uma epistemologia da Comunicação**. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FUENTES N., Raúl (Coord.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, c2003.

FRANÇA, Vera. **Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?** In: MOTTA, Luiz Gonzaga. Estratégias e culturas da comunicação. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.  
\_\_\_\_\_. **O objeto da comunicação, a comunicação como objeto**. In: HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C. Martino, MORAIS, Osvando J. de. (Org.). **Teorias da comunicação** [recurso eletrônico]: trajetórias investigativas. – Porto Alegre: EdIPUCRS, 2010.

GERALDES, Elen. **O aconchego do objeto: das teorias à teorização na Comunicação**. In: GERALDES, Elen. MACHADO, Liliane. **Questões emergentes de Comunicação**. (Orgs.). – Brasília: [s.n], 2009.

GOMES, Wilson. **O estranho caso de certos discursos epistemológicos que visitam a área da Comunicação**. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FUENTES N., Raúl (Coord.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, c2003.

MAIA, Rousiley C. M. FRANÇA, Vera V. **A comunidade e a conformação de uma abordagem comunicacional dos fenômenos**. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FUENTES N., Raúl (Coord.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

MARTINO, Luiz C. **De qual comunicação estamos falando?** In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Regina (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, a2001.

\_\_\_\_\_. **Interdisciplinaridade e o objeto de estudo da Comunicação**. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Regina (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, b2001.

\_\_\_\_\_. **As epistemologias contemporâneas e o lugar da Comunicação**. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FUENTES N., Raúl (Coord.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, c2003.

\_\_\_\_\_. **Uma Questão Prévia: Existem Teorias da Comunicação?** Versão corrigida e ligeiramente modificada do trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação - NP Teorias da Comunicação. INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação-Santos - 29 de agosto a 2 de Setembro de 2007. Com apoio da FINATEC.

\_\_\_\_\_. **A atualidade mediática: o conceito e suas dimensões**. Trabalho apresentado no XVIII Encontro da Compós na PUC-MG, 2009.

\_\_\_\_\_. **Escola Latino - Americana de Comunicação: Equívoco Teórico e Político**. In: FERREIRA, Giovandro Marcus, HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C. Martino,



MORAIS, Osvando J. de. (Org.). Teorias da comunicação [recurso eletrônico]: trajetórias investigativas. – Porto Alegre: EdiPUCRS, 2010.

MARTINO, Luiz C; CRAIG, Robert T.; BERGER, Charles R.. **Teorias da comunicação: muitas ou poucas?**. Cotia: Atelie Editorial, 2007.

PAIVA, Bruno Mourão. **A comunicação como objeto e como teoria: uma breve análise teórica da comunicação social (Ensaio)**. Portal Estácio de Sá. Estação Científica Online, 2008.

PRADO, José Luiz Aidar. **O campo da comunicação entre os campos na era da globalização**. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FUENTES N., Raúl (Coord.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, c2003.

QUIROGA, Tiago. **Teoria e Episteme Comunicacional**. In: FERREIRA, Giovandro Marcus, HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C. Martino, MORAIS, Osvando J. de. (Org.). Teorias da comunicação [recurso eletrônico]: trajetórias investigativas. – Porto Alegre: EdiPUCRS, 2010.

SODRÉ, Muniz. **Ciência e Método em Comunicação**. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FUENTES N., Raúl (Coord.). **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, c2003.