

O campo comunicacional e a justificativa de uma Comunicação Social entremeio às ciências da Comunicação¹

Elizeu Correa LIRA²

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

Orlando Maurício de Carvalho BERTI³

Universidade Estadual do Piauí, Teresina, PI

Resumo

Este artigo é um estudo teórico que reflete uma perspectiva do atual status da Comunicação Social frente ao campo da Comunicação. Objetiva-se: refletir, destacar, analisar e criticar esse atual status e lembrar seus pontos frente ao campo comunicacional e acerca da epistemologia da Comunicação frente aos novos fenômenos da área. Faz-se uma pesquisa bibliográfica, partindo também para análise crítica acerca do fenômeno apresentado, que tem como principal expoente a necessidade da reinvenção e atualização do campo, pois é a teoria e a epistemologia pontos basilares para a construção de uma identidade de campo e sedimentação de seus respectivos objetos científicos e de sua própria cientificidade para com o campo das Ciências Sociais Aplicadas (como é chamada a grande área de conhecimento que baliza as Ciências da Comunicação, em especial a Comunicação Social).

Palavras-chave: Comunicação; Comunicação Social; Campo da Comunicação; Epistemologia da Comunicação; Teoria da Comunicação.

1 – O campo comunicacional e suas reflexões para a Comunicação Social

A Comunicação Social é uma das áreas das Ciências da Comunicação. Ela compreende em sua grande maioria o estudo comunicacional que envolve muitas pessoas (ou atores) no processo (a chamada comunicação massiva).

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista. Mestrando do último ano em Comunicação Social na UMESp – Universidade Metodista de São Paulo (em São Bernardo do Campo, São Paulo) – sob orientação do professor Dr. José Marques de Melo. É pesquisador ligado à Cátedra Unesco de Comunicação Regional da Universidade Metodista de São Paulo. Pesquisa gêneros jornalísticos e o sensacionalismo. E-mail: elizeuc.lira@gmail.com

³ Jornalista. Professor universitário, extensionista e pesquisador da UESPI – Universidade Estadual do Piauí (campus de Teresina, Piauí, e voluntário no campus de Picos, Piauí). Doutor em Comunicação Social na UMESp – Universidade Metodista de São Paulo (em São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil) sob orientação da professora Dra. Círcia Peruzzo, onde estudou fenômenos empíricos e teóricos sobre a comunicação comunitária radiofônica no Sertão do Nordeste do Brasil e suas interfaces com as tecnologias atuais. É mestre em Comunicação Social pela mesma universidade com a mesma orientadora. Desenvolve uma série de projetos de pesquisa e extensão ligados ao Sertão do Nordeste do Brasil, entre eles o Projeto de Extensão de Formação de Comunicadores Comunitários e Populares do Sertão do Piauí, o Núcleo de Pesquisa e Extensão em Comunicação Comunitária, Popular e Alternativa e a Agência de Notícias Cidades e Populares do Sertão do Piauí. E-mail: orlandoberti@yahoo.com.br

A Comunicação Social envolve receptores e emissores e é diferenciada dos outros tipos de comunicação (e seus respectivos estudos) por seu caráter mais midiático e massivo. Também tem diferenciações na intencionalidade de atingir quantitativamente mais pessoas. Parte-se dessa conceituação justamente para se trilhar o caminho teórico do trabalho e definir as escolhas teóricas, de campo e epistemológicas.

Quando se fala em massividade não se quer dizer muita quantidade, mas representatividade acerca de um público a que se quer atingir no próprio processo comunicacional. Uma massa pode ser um país inteiro, bem como uma região ou até uma comunidade de poucas pessoas em sentido quantitativo, mas é massa quando há uma intencionalidade comunicacional coletiva de se atingir esse público (seja ele macro ou micro) com os respectivos processos comunicacionais.

O caráter qualitativo é importante, mas não é levado em conta por todos os meios de comunicação que dizem praticar Comunicação Social. Às vezes essa prática é apenas no discurso, nada na prática.

Em seu caráter mais midiático é elencado justamente a partir da tentativa de atingir o maior número de pessoas a todo custo (no sentido mais popularesco) e no sentido de congraçar mais membros de uma comunidade ou sociedade (em um sentido mais altruísta). Tenta-se através dos meios de comunicação tidos como midiáticos elencar suas mensagens e vivências comunicacionais envolvendo sempre muitos. E seu caráter massivo é justamente o sentido de atingir muitos. Esses muitos podem ser um grupo representativo entre um grupo maior até uma parte da população mundial, dependendo do tamanho desses agrupamentos.

Vale lembrar que mídia não é entendida apenas em uma visão mercantilista, ou só premente entremio a um mundo capitalista, mas em uma comunicação de muitos para muitos e não somente de poucos para muitos. Destaca-se também que esse “muitos” pode ser para dezenas, centenas, milhares, milhões ou até bilhões de pessoas, sendo que o importante é o caráter coletivo (seja ele social ou comercial) do processo comunicacional em voga. É o caráter de abrangência local e regional que dirá sobre essa massividade, não importando sua quantidade. Se um lugar em que há cinco mil habitantes, mais ou menos 80% deles vivenciam determinado meio, é muito mais massivo do que outro lugar de um milhão de habitantes em que 10% acessam um determinado meio, mesmo tendo 2500% a mais de consumidores do que o primeiro exemplo.

A Comunicação atualmente é uma das ciências mais abrangentes e múltiplas acerca da ampliação do envolvimento de teorias e objetos de estudo. Ela é criticada em algumas de suas vertentes por não ter um objeto de estudo próprio e também por tomar emprestado de outras ciências seus objetos. Mas, pensando-se que até pouco tempo a Comunicação sequer era retratada como área científica já é uma grande vantagem, principalmente a partir do final do Século XX, ser pensada como campo e, mesmo sendo múltipla, ainda ter grande justificativa de singularidades científicas que são próprias e pré-singularizam a área comunicacional.

Ciro Marcondes Filho (2008, p.51-64) encara a Comunicação como uma ciência anexata, mas esse termo termina instigando também uma ciência com grande rigor, sendo dado a partir de um outro mundo que abrange a comunicação digital, as informações em tempo real e a realidade virtual, tornando muitas teorias da comunicação obsoletas; sendo o ponto principal desse pensamento o fato que a comunicação transcende as formas tradicionais da linguagem, passando para novos substratos teóricos. Essa anexatidão consiste principalmente na multiplicidade e no status de mudanças em que passa o campo científico comunicacional na conjuntura do Século XXI.

Maria Cristina Castilho Costa (2009, p.163) diz que a comunicação deve ser encarada não só como um espaço de ação, mas também de reflexão científica. Essa reflexão é que tem avançado a própria comunicação e sua sedimentação como campo comunicacional específico. Maria Aparecida Baccega (2009, p.10) destaca que a área da Comunicação passou a ser mais estudada a partir de dois fatos, sendo o primeiro o avanço tecnológico, que mudou conceitos de tempo e espaço, e as lutas das culturas para terem vez e voz. É essa conceituação que caracteriza com a visão do trabalho de uma comunicação diferencial e não apenas amorfa em seu campo, mas também com evoluções, notadamente para a construção e evolução social.

Praticamente, em uma visão aberta de Ciências da Comunicação pode-se estudar tudo, desde um azulejo, uma roupa, o corpo, suas interfaces, passando por fenômenos culturais, sociais, filosóficos, econômicos, políticos, além dos meios massivos propriamente ditos, ou meios de comunicação (sociais propriamente ditos, mercadológicos e suas diversas plataformas de difusão) como os jornais impressos, as revistas, o que ocorre na televisão, no rádio, nos livros, nos games, na Internet e nas múltiplas plataformas envolvendo esses e outros meios de comunicação massivos. Concorde-se com Bernardo Issler (2002, p.36) quando fala que o objeto da comunicação comporta vários objetivos, mas todos eles não

dependem de um único objeto, bem como não pode ser isolado de uma proposta que contemple fins e meios.

A Comunicação dialoga diretamente com quase todos os campos das Ciências Sociais Aplicadas e das Ciências Humanas. Hilton Japiassu (2002, p.179) destaca que as ciências humanas sempre procuraram ter acesso à cientificidade decalcando-se nos modelos das ciências naturais, bem como “uma das funções das Ciências Humanas consiste justamente em inventar as normas sociais” (JAPIASSU, 2002, p.183). A comunicação não foge à regra científica, principalmente no sentido de como ciência não é dada, mas construída, como frisa Boaventura de Souza Santos (2010, p.31), sendo que a ciência constrói, rompe e constata.

A Comunicação constrói a partir de evoluir seus objetos e também os trazê-los para mais próximos da sociedade. A Comunicação rompe a partir de que ainda pedir emprestado muitos substratos, têm encontrado, notadamente nos últimos 15 anos, objetos realmente sociais e ligados a um campo própria. E a Comunicação constata a partir dos levantamentos que têm feito socialmente para a construção de uma sociedade diferencial.

José Marques de Melo (2012, p.32) destaca que o campo da comunicação cresceu muito no Brasil, com seu jubileu de ouro (50 anos) completados no ano de 2013, sendo que o Brasil é o segundo país em número de pesquisas no Mundo, com 250 mil estudantes e 25 mil docentes, sendo muitos doutores, sendo que o campo comunicacional tem duas divisões: a comunicação interpessoal, advinda da retórica, da psicologia, do comportamento, da educação; e a comunicação de massa, que tem uma tradição basicamente jornalística, ampliando-se depois para a publicidade e para a relações públicas.

Boaventura de Souza Santos (2010, p.31-32) diz que as ciências sociais “têm objetos que falam”, sendo um perigo o sentido de mais professar que realizar. A Comunicação fala a partir de que é mais que extrospectiva, bem como da vivacidade de seus objetos, passando de serem sujeitos-objeto, para sujeitos-sujeitos, como destaca Cicilia Peruzzo (2005, p.141) ao comentar sobre a transformação mais social dos sujeitos envolvidos e seus respectivos objetos de pesquisa. Em relação ao sentido de professar mais que realizar a Comunicação tem como desafios, principalmente para a socialização desses tipos de preceitos para o maior número possível de pessoas. Laan Mendes de Barros (2003, p.239) destaca que o objeto de estudo da Comunicação Social tem uma natureza complexa, demandando em seu estudo uma abordagem marcada pela pluralidade, quer seja no que diz respeito às diversas

disciplinas que podem lhe dar sustentação, quer seja nas diferentes perspectivas de leitura ou pontos de vista, em relação aos fenômenos estudados.

Para uma corrente científica esse diálogo é conhecido por multidisciplinaridade, para outra: transdisciplinaridade ou, para os menos polêmicos, simplesmente interdisciplinaridade (no chamar, mas não menos importante em termos de interação científica), principalmente porque em nenhuma ciência mais social há uma pureza de campo.

Laan Mendes de Barros (2003, p.229) coloca a multidisciplinaridade como a justaposição de conhecimentos advindos de diferentes áreas, a interdisciplinaridade como a confrontação, o intercâmbio de métodos e pontos-de-vista, e a transdisciplinaridade como a articulação de conceitos e teorias comuns às distintas ciências sociais.

Segundo Maria Cristina Castilho Costa (2009, p.155-156) a multidisciplinaridade em comunicação vem justamente como uma forma de contraponto à departamentalização da área, principalmente porque a maioria das sub-áreas da comunicação formam profissionais também para outras áreas. A discussão e polêmica dessas interfaces e intersecções é justamente até que ponto uma área adentra em outra e até que ponto a Comunicação realmente continua comunicação dada tantas interlocuções e sub-caminhos.

A interdisciplinaridade é essencial principalmente a partir do sentido de não tornar a ciência apenas pura, mas, mais ainda a partir do momento em que pode interatuar para ajudar a esclarecer determinados pontos científicos. Essa pureza reside justamente na ciência não ter interfaces com outras áreas, mas sim ser apenas um ponto específico de seus objetos. Isso termina sendo mais que paradoxal para as ciências sociais aplicadas, principalmente por seu caráter mais humanístico e reflexivo que nunca darão vazão a apenas uma pureza, mas a interfaces.

Mas, mesmo com a interdisciplinaridade sendo importante e essencial para a garantia de ciência essa mesma ciência tem de ter o seu campo próprio, principalmente seus objetos próprios e assim se tornar uma ciência própria ou um campo com especificidades, justamente para poder ter objetos singulares.

Outro termo mais em voga também é a da transdisciplinaridade, que quer dizer a quase radicalidade das influências científicas de uma ciência sobre outra ciência e suas respectivas interações. Alberto Efendy Maldonado (2003, p.220) destaca que a transmetodologia e, conseqüentemente o transdisciplinaridade evoluem o campo científico.

O “trans” vem justamente de transposição para uma evolução do campo e, conseqüentemente, do que é pesquisado e vivido na área de Comunicação Social.

A transdisciplinaridade justamente avança da multidisciplinaridade a partir de que é mais aberta e, ao mesmo tempo, traz mais possibilidade de perigos de fuga do objeto próprio da Ciência em questão.

Maria Immacolata Vassalo de Lopes (2001, p. 13-14) destaca que a Comunicação, como disciplina e como estudo, tem como objeto os fenômenos comunicacionais da sociedade atual. Essa é uma visão aberta e abrangente de campo comunicacional e abrangência dos fenômenos científicos dessa área. Yves Winkin (1998, 208) destaca que a comunicação como uma ciência social e “filha das revoluções” deve ousar estudar o funcionamento dos ruídos sociais. Esse preceito é válido justamente para mostrar que a Comunicação, principalmente a Social, não é estanque e sim, mais que dinâmica.

Venício Lima (2001) diz que a mídia é o campo de estudo da Comunicação, principalmente se ela for encarada no sentido de Comunicação Social. Isso é dado a partir dos estudos dos meios de comunicação propriamente ditos, principalmente os encarados como mídia ou veículos massivos. Bernardo Issler (2002, p.40) destaca que o campo da comunicação é bem diferente, isso é dado porque ela emerge de um “background histórico da sucessão cronológica de suportes de natureza e tecnologia diferentes, os quais são suficientemente significativos para ampliar e adensar seu conceito de campo e sua atuação nos demais campos do conhecimento”. Antônio Fausto Neto (2002, p.22-23) fala que o objeto do campo comunicacional é a mediação. Isso sendo dado a partir de que haja a mediação informacional dos preceitos dos processos comunicacionais.

Entremeio a polêmicas, principalmente as ligadas ao campo comunicacional é que a Comunicação Social justifica-se, principalmente pelo necessário fechamento do campo, não para negar a interdisciplinaridade, mas para reforçar o próprio campo comunicacional, notadamente em sua vertente científica. Venício Lima (2001, p.20-25) diz que o campo comunicacional no Brasil é desarticulado e conflituoso, tendo de repensar seus aspectos conceituais. “A comunicação é uma das áreas que se pronunciam de maneira extremada as contradições da chamada cultura do profissionalismo” (RÜDIGER, 2003, p.51). Eduardo Duarte (2003, p.51) destaca o campo comunicacional em duas vertentes: um teórico e um empírico, sendo que o primeiro ocorre quando se analisa a ontologia dos encontros comunicacionais e os processos se tornam comuns a um pensamento de grupos que trocam informações; já o segundo é quando a mesma discussão ontológica considera a relação com

os suportes nos quais planos cognitivos são atrelados, sendo que tais objetos não são necessariamente da mídia. É uma visão mais aberta e que não considera apenas a perspectiva mais midiológica do campo, mas também da transdisciplinaridade do mesmo.

Opta-se e defende-se um conceito epistemológico de campo comunicacional mais fechado, não estático e muito menos sem interferências e vivências com outras ciências, mas um campo de um objeto mais próprio e conseqüentemente mais midiológico. A opção é dada justamente porque acredita-se na evolução do campo com o fechamento em prol de objetos próprios e que definam cada vez mais o caráter científico da Comunicação Social. O fechamento não significa ignorar os outros campos, inclusive os que dialogam diretamente com a própria comunicação, como História, Sociologia, Antropologia, Filosofia, Linguística, dentre outros, mas, sim, tentar trazer para o campo da comunicação objetos que lhe são próprios e que muitas vezes são deixados de lado ou confundidos com os objetos de outras áreas e também objetos atuais que carecem de mais atenção através de uma visão mais midiológica e diferencial.

2 – A epistemologia da Comunicação

Entende-se por **epistemologia** basicamente como sendo o preceito teórico que estuda as teorias ou também o estudo das teorias e suas conseqüências para com a formação dos campos de estudo e suas especificidades.

A epistemologia ajuda a apontar um caminho científico a ser seguido, bem como a definição de um domínio científico. É ela que baliza a definição de uma Tese. “Uma epistemologia é uma forma de indagar a realidade” (DUARTE, 2003, p.41). Lucrécia D’Aléssio Ferrara (2003, p.55) destaca que a epistemologia de uma ciência “apresenta os passos seguros que levam a caracterizar não só um objeto científico, mas sobretudo os elementos que permitem reconhecê-lo”. É a epistemologia que dialoga com os objetos da pesquisa científica, como destaca Gaston Bachelard (2010). “Discutir a epistemologia é necessariamente uma tomada de posição” (MARTINO, 2003, p.70).

A Epistemologia, ainda segundo Luiz Martino (2003, p.79) trabalha com a classificação e a relação entre as diversas disciplinas do saber de tipo científico.

Baliza-se o conceito epistemológico central a partir de Eduardo Duarte (2007, p.42) no sentido de que a Epistemologia é “um conjunto de conhecimentos teórico-metodológicos

ligados simbioticamente que permitem elaborar uma forma de investigar um objeto”, bem como também pode ser encarada como um estudo “dos princípios de investigação que direcionam um olhar para um tema” (DUARTE, 2003, p.42). Luiz Martino (2003, p.70) destaca como pressupostos epistemológicos os mesmos fundadores de uma ciência: “a possibilidade de conhecer o real a partir de certos critérios de investigação, entre os quais a reflexão crítica, a objetividade, a produção da verdade pela argumentação e comprovação”. A discussão epistemológica, ainda nas contribuições de Luiz Martino (2003, p.71) pressupõem um engajamento ontológico, com certos posicionamentos a alguns problemas filosóficos de fundo, principalmente o real e a objetividade. “A discussão epistemológica começa a partir da problematização dessa investigação objetiva do real, mas não pode recuar nesses pressupostos sem colocar em risco a própria condição de possibilidade de um saber de tipo científico” (MARTINO, 2003, p.71).

A Epistemologia é necessária para a comunicação (e, conseqüentemente a Comunicação Social) por conta de trazer seus preceitos teóricos, principalmente à luz da construção de um campo científico e suas respectivas interfaces, e também para instigar o debate científico e suas respectivas vivências.

Dominique Compère, Jean-Claude Verhaegue, José Luís Wolfs e Xavier Simon (2010, p.17-41) trabalham os conceitos básicos de epistemologia, resumindo essa sendo a área que trabalha com o saber. Caroline Casali (2012, p.128-131) destaca que a epistemologia da Comunicação tem passado por muitas mudanças, bem como tem como desafios o investimento no olhar científico.

Esse saber e seus respectivos entendimentos são importantes porque é através dele, de forma teórica e prática, em que há a evolução social. Esse olhar é justamente a forma com que os objetos são retratados e suas respectivas interfaces.

A epistemologia da Comunicação pode ser entendida a partir do momento em que há um pensamento próprio voltado para a sedimentação dessa área, principalmente após a solidificação do que é o campo comunicacional, seus objetos, objetivos e respectivas metodologias, próprias ou não, mas que instigam um campo.

Estudiosos como Luiz Martino (2003) e Venício Lima (2001) falam de mais de uma epistemologia da Comunicação e valorizam a perspectiva dos estudos epistemológicos sobre a mídia. Alberto Efendy Maldonado (2003) fala de epistemologias do Jornalismo, da Relações Públicas, da Publicidade e outras áreas da Comunicação Social.

A epistemologia da Comunicação, segundo Lucrécia Ferrara (2010, p.38) tem as tendências de ser reducionista, em que a epistemologia é reduzida a uma disciplina ou a uma corrente teórica que estuda “fenômenos comunicacionais”; o campo da comunicação é reduzido às tendências de estudo no seu fluir histórico, sendo confundido como temas e problemas pesquisados; sociológico/institucional, em que o campo procura definir-se por meio do destaque alcançado por suas instituições.

Maria Immacolata Vassalo Lopes (2001, p.121) enfatiza que a fase epistemológica da pesquisa é “a instância que exerce uma função de vigilância crítica na pesquisa”, traduzindo-se em movimentos ou operações destinadas à explicitação dos obstáculos epistemológicos da pesquisa e sua autocorreção e à construção do objeto científico.

A epistemologia do campo da comunicação também ajuda a compreendê-lo principalmente a partir do momento da definição de campo, com suas interfaces teóricas, seus modelos e suas hipóteses. Sua sedimentação científica é constituído e definido sua atuação científica e sedimentação no campo científico ganha novos atores, principalmente para suas provas como Ciência. A partir do momento em que o campo tem suas especificidades passa a ser um ambiente propriamente dito de intervenções teóricas e, conseqüentemente balizadas por uma teoria da Comunicação, assunto já sedimentado também, passa a trazer novidades. Uma delas é sedimentada através de Ilana Polistchuck e Aluizio Ramos Trinta (2003, p.83-142), que frisam como atuais paradigmas da Comunicação: o Funcionalista-Pragmático, que é o pensamento de que os meios de comunicação possuem poder absoluto e incontestável, bem como são balizados em uma vertente mais sociológica, em que a comunicação ajuda a ordenar as partes, sendo que o funcionalismo (que está contido nesse paradigma) supõe que o desenvolvimento dos meios de comunicação correspondam a novas necessidades sociais; o Matemático-Informacional, que é balizado através da informação via sistemas de controle e produção de comportamentos automáticos, sendo que é esse modelo que traz a ideia de cibernética (que é a “ciência que abrange todos os sistemas de auto-regulação, indo do funcionamento do corpo humano e dos mecanismos produtores das ações sociais ao monitoramento e controle remoto de foguetes” (POLISTCHUCK; TRINTA, 2003, p.100)); o Conceitual ou Crítico-Radical, que é o modelo proposto seminalmente pela Escola de Frankfurt (Alemanha) e sua crítica da Comunicação, bem como o entendimento comunicacional de que há um sistema dominante que produz materiais em série, inclusive os comunicacionais, para serem consumidos massivamente, a chamada indústria cultural, que é a “máquina devoradora de

cultura”, bem como o paradigma tem como teses centrais envolvimento com a ideologia; o Conflitual-Dialético, que é um balizamento mais ao estilo marxista, com três tipos de abordagens: estruturalista “que se centra no exame da expressão ideológica embutida nas mensagens midiáticas, tomando-se por referência o texto produzido e a fonte emissora (p.121)”, político-econômica “que se atém à análise do poder da mídia em meio a um modelo econômico e à luz das formas e dos modos de produção vigentes” (p.121), culturalista, que parte da “constatação de que as sociedades humanas se compõem de uma gama expressiva de grupos culturalmente bem definidos e pretende então descobrir por que razão apenas algumas culturas recebem as melhores atenções da mídia” (p.121); o Culturoológico, que é o modelo que corrige a teoria, balizando-se pela cultura e até aproximando-se da recepção, trazendo estudos da Cultura e Comunicação, bem como tais sistemas evoluem socialmente o Mundo; e o Midiológico, que é versa sobre a lógica da mídia, a pós-modernidade e outros preceitos mais modernos. Em ordem é o modelo mais atual e mais representativo de parte dos fenômenos comunicacionais da contemporaneidade.

Os preceitos paradigmáticos teóricos da Comunicação Social não levam em conta apenas um ordenamento cronológico, mas também envolvem outros fatores como frisa Mauro Wolf (1995, p.19): o contexto histórico, social e econômico em que determinados modelos teóricos comunicacionais apareceram e se difundiram; o tipo de teoria social pressuposta, ou explicitamente evocada; o modelo de processo comunicativo que cada teoria dos meios de comunicação apresenta.

Esses modelos levaram e levam para um pensamento do que é a Comunicação Social hoje e suas respectivas interfaces, principalmente para o próprio balizamento científico da área. A Comunicação Social sempre será interdisciplinar, mas com menor ou maior interrelação com os outros campos das ciências. Um dos pontos de debate é justamente se tais campos são mais influentes do que o objeto próprio da Comunicação, ou não.

“Para nossa área nem sempre é clara a distinção entre os processos comunicacionais (que são fenômenos), as teorias (que são abordagens e modelos de explicação desses fenômenos) e a discussão epistemológica (que são reflexões sobre os modelos teóricos)” (MARTINO, 2003, p.91).

Luiz Martino (2003, p.97-98) ainda enfatiza que uma das tarefas mais importantes reservadas à epistemologia da Comunicação é justamente de explicar o que os comunicólogos entendem por meios de comunicação, qual a importância que os mesmos

conferem a estes instrumentos técnicos e como situam dentro do seu saber, principalmente no sentido de discutir e desenvolver uma abordagem comunicacional dos meios.

Considerações e reflexões

O campo da Comunicação Social tem passado por imensas mudanças, assim como a própria Ciência. Mas não seria arrogância afirmar que muitas dessas mudanças transcorrem mais rápido até do que as ciências mais dinâmicas. Justifica-se principalmente pelo caráter do que a área estuda e por sua interligação social.

Isso é dado principalmente pela fenomenologia do próprio campo e sua dinamicidade de sujeitos, sejam eles teóricos ou empíricos. Essa mutação também é abastecida pelos fenômenos sociais das tecnologias atuais e de suas interfaces com a própria comunicação, trazendo desafios para a Academia em entendê-los e socializá-los.

A Comunicação Social é justificada a partir do momento em que há fenômenos próprios de uma midiologia, que trata-se aqui dos estudos da mídia e suas interfaces com a sociedade. É essa comunicação a principal parte do mundo comunicacional que traz novidades sobre a atual conjuntura do campo.

Mas o fechamento do campo comunicacional é interessante e necessário justamente para sedimentar o que é estudado atualmente em termos de processos comunicacionais e seus objetos. Em termos midiológicos tem uma maior possibilidade de fechamento de campo. Esse fechamento reside principalmente não na pureza do objeto comunicacional, mas que o objeto realmente seja através de estudos dos meios de comunicação social com metodologias próprias e emprestadas, principalmente para que possa haver uma sedimentação científica acerca do que é tratado no próprio campo.

“Nenhum conhecimento é fato isolado, produto de um ato individual, mas sim reativo a uma comunidade, que, como outra qualquer, se encontra sujeita a fenômenos de coletividade” (MARTINO, 2003, p.77). José Marques de Melo (2012, p.27) diz que a Comunicação não é uma área autônoma de pesquisa, mas como todas as áreas das ciências sociais aplicadas incorpora contribuições das demais ciências, desde as exatas até as humanas.

Concorda-se com Maria Immacolata Vassalo Lopes (2001, p.15) ao dizer que a legitimação do campo científico de Comunicação depende muito do avanço da prática da

pesquisa que é essencialmente uma prática metodológica. Essa prática metodológica é um avanço notadamente dos programas de Pós-graduação Stricto Sensu – nível de Mestrado e Doutorado.

Nota-se esse avanço, tanto pela multiplicidade de estudos, bem como pela centralização de temáticas epistemológicas em nosso País. Um dos pontos-chave residem justamente no entendimento de estudos sobre processos comunicacionais e suas direções para uma comunicação diferencial em relação aos processos convencionais e hegemônicos da contemporaneidade.

Referências

BACCEGA, Maria Aparecida. **A práxis do campo da Comunicação e o profissional gestor de processos comunicacionais: conhecimento, sensibilidade e técnica como bases para a intervenção na realidade**. IN: COSTA, Maria Cristina Castilho (org.). *Gestão da Comunicação – projetos de intervenção*. São Paulo: Paulinas, 2009.

BACHELARD, Gaston. **A epistemologia**. Lisboa: Edições 70, 2010.

BARROS, Laan Mendes de. **Para que pesquisar? Comunicação: uma ciência social aplicada**. IN: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de Lopes. *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.

CASALI, Caroline. **Desafios teórico-metodológicos para a pesquisa em comunicação no século XXI**. IN: BIANCHI, Graziela; LACERDA, Juciano de Sousa; MALDONADO, Alberto Efendy; MÁXIMO, Maria Elisa (orgs.). *Epistemologia, investigação e formação científica em comunicação*. Rio do Sul: UNIDAVI, 2012.

COMPÈRE, Dominique; SIMON, Xavier; VERNHAGUE, Jean-Claude; WOLFS, José Luís. **Praticar a epistemologia – um manual de iniciação para professores e formadores**. São Paulo: Loyola, 2010.

COSTA, Maria Cristina. **Contribuição dos cursos de especialização lato sensu para o desenvolvimento do campo da Comunicação**. IN: COSTA, Maria Cristina Castilho (org.). *Gestão da Comunicação – projetos de intervenção*. São Paulo: Paulinas, 2009.

DUARTE, Eduardo. **Por uma epistemologia da comunicação**. IN: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de Lopes. *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.

FAUSTO NETO, Antônio. **A pesquisa vista “de dentro de casa”**. IN: BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio; WEBER, Maria Helena. Tensões e objetos da pesquisa em comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2002.

FERRARA, Lucrécia D’Alessio. **Epistemologia da comunicação: além do sujeito e além do objeto**. IN: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Epistemologia da Comunicação. São Paulo: Loyola, 2003.

_____. **Questão central do objeto da comunicação**. IN: BARROS, Laan Mendes de; KUNSH, Dimas A. Comunicação: saber, arte ou ciência? – Questões de teoria e epistemologia. São Paulo: Plêiade, 2008.

ISSLER, Bernardo. **Objetos de pesquisa e o campo comunicacional**. IN: BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio; WEBER, Maria Helena. Tensões e objetos da pesquisa em comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2002.

JAPIASSU, Hilton. **Introdução às Ciências Humanas**. São Paulo: Letras & Letras, 2002.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 2001.

MALDONADO, Alberto Efendy. **Explorações sobre a problemática epistemológica no campo das Ciências da Comunicação**. IN: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Epistemologia da Comunicação. São Paulo: Loyola, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação, uma ciência anexata e contudo rigorosa**. IN: SAID, Gustavo (org.). Comunicação – novo objeto, novas teorias?. Teresina: Edufpi, 2008.

MARQUES DE MELO, José. **A prima pobre das ciências sociais**. São Paulo: Revista Pesquisa Fapesp, n.201, novembro de 2012.

MARTINO, Luiz Carlos. **As epistemologias contemporâneas e o lugar da Comunicação**. IN: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Epistemologia da Comunicação. São Paulo: Loyola, 2003.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Observação participante e pesquisa-ação**. IN: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

POLISTCHUCK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação – o pensamento e a prática da Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

RÜDIGER, Francisco. **Ciência social crítica e pesquisa em comunicação** – trajetória história e elementos de epistemologia. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Introdução a uma ciência pós moderna**. São Paulo: Graal, 2010.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação** – da teoria ao trabalho de campo. Campinas: Papyrus, 1998.