

## **DESAFIOS E PERSPECTIVAS DA COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO: um estudo da graduação e da pós graduação**

**Valquíria Aparecida Passos Kneipp**

Esse resumo teve como objetivo investigar sobre os principais desafios e as perspectivas da comunicação científica do campo da Comunicação, tendo como recorte específico duas características: a graduação e a pós-graduação do campo, para acompanhar o crescimento e no caso da pós graduação, mapear a sua cobertura em termos das cinco regiões que compõem o país. Buscou-se responder a problemática sobre como se desenvolveu o campo da Comunicação nos últimos 18 anos, por meio da comparação entre os números identificados nesse período. A metodologia contou com pesquisa bibliográfica para a seleção do material sobre a temática e também da busca por informações no site do Ministério da Educação e Cultura e da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação- COMPÓS.

Um dos maiores desafios históricos enfrentados pelo campo da Comunicação foi o crescimento, tantos em termos de graduação como de pós graduação. Por isso, a partir dos dados do passado (até 2005) realizamos comparações com a atualidade de 2023, para considerar algumas perspectivas necessárias para o futuro, em termos de projeções e expectativas, diante do cenário de midiatização (HJARVARD, 2012 e 2014) que sociedade contemporânea se encontra.

A partir da concepção de campo científico proposta por Bourdieu (2004) identifica-se a Comunicação Social como um espaço, que vem crescendo e se fortalecendo ao longo dos anos. Para o autor trata-se de um lugar de luta, sendo que o que se encontra em jogo é o monopólio da autoridade científica e a acúmulo de capital científico. Para ele as práticas científicas nunca podem ser entendidas como práticas desinteressadas, porque elas produzem e supõem uma forma de interesse. O campo científico, de acordo com Bourdieu, é um universo intermediário entre os dois pólos, lugar onde "estão inseridos os agentes e as instituições que produzem, reproduzem ou difundem [...] a ciência". (2004, p. 20). O campo define o espaço de relações objetivas criado entre e pelos diversos agentes.

Partimos da pesquisa realizada em por Romancini (2006) – O campo científico da Comunicação no Brasil: institucionalização e capital científico, que mapeou, por meio do programas de pós-graduação do campo da Comunicação no Brasil até 2004. O autor constatou uma circulação relevante de “capital científico (grifo do autor) entre os pesquisadores da área, para ele “esse é um elemento que mostra que o grupo de investigadores não se encontra num modelo ‘segmental’ de interação” (ROMANCINI, 2006, p. 6). O autor identificou, ainda “ existência de um ‘núcleo disciplinar’ composto por autores dos PPGCOM que recebem número significativo de citações bibliográficas, em várias das subáreas da área da Comunicação” (ROMANCINI, 2006, p. 6).

No Brasil de acordo com o Ministério da Educação e Cultura são ofertados 33 mil cursos de graduação em 2.364 instituições de ensino superior, sendo que desse total 3,6% são cursos do campo da Comunicação. O quadro 1 abaixo apresenta como se desenvolveram os curso de Comunicação no Brasil, que começa com dados até 1950 de oito cursos e de pois o crescimento nas décadas de 1960, com 23 cursos – com um crescimento de 3,5%. Segue para a década de 1970 com 58 cursos. Depois nos anos de 1980 com 66 cursos e na década de 1990 ocorre um aumento de quase 100%, com 120 cursos. Posteriormente chegamos ao ano de 2005 com 623 curso de Comunicação no Brasil. Em 2023, o registro do Ministério da Educação registra a existência de mil e duzentos cursos. Esses números refletem o franco crescimento que cursos de Comunicação vem passando desde a sua criação. Em especial no período entre 2005 e 2023 se registra que depois de 18 anos os cursos de Comunicação cresceram praticamente 100% pela segunda vez, ao longo de sua história. Com esses números foi possível identificar, que os curso de Comunicação no Brasil tiveram aumento significativo no número de possibilidades para a formação no campo, mesmo com

**Quadro 1 – Escolas e cursos de graduação em Comunicação no Brasil**

Ano	N	%
<b>Até 1950</b>	8	1,5
<b>1960</b>	23	3,5
<b>1970</b>	58	9,5
<b>1980</b>	66	10,5
<b>1990</b>	120	19
<b>2005</b>	348	56,0
<b>Total</b>	623	
<b>2023</b>	1.200	

Elaborado pela autora com dados de Rocamcini (2006) e Compós

Outra preocupação se refere a distribuição dos cursos de pós-graduação pela cinco regiões do Brasil, o quadro 2 abaixo apresenta outra parte da pesquisa de Romancini (2006, p; 106), no que refere ao número de programas existentes até o ano de 2005. Onde o autor revela “que ainda existe margem para expansão em termos de número de programas, do ensino em Pós-graduação e Comunicação, ressaltando que isso se deve, por um lado, à incompleta formação de uma rede nacional de ensino/pesquisa que abranja todas as regiões do país e com maior equilíbrio entre as mesmas”. Na segunda parte do quadro apresentamos os dados relativos ao ano de 2023, tomando como base a Associação dos Programas de Pós Graduação – Compós, que apresenta um crescimento de mais de 100% saltando de 21 programas em 2005, para 57 em 2023, confirmando a margem de expansão registrada, anteriormente, pelo autor.

### Quadro 2 -Programas de Pós-graduação

Ano	Quantidade
2005	21 programas
2023	57 programas

Elaborado pela autora com base na CAPES e Compós

Já com relação a perspectiva de formação de uma rede nacional de programas de pós-graduação, com cobertura nacional, partiu-se de um cenário, em 2005, onde campo da comunicação tinha uma distribuição geográfica desigual e com a falta de cobertura de todas as regiões, para uma cobertura nacional, apresentando a descentralização dos programas de pós-graduação nas regiões sul e sudeste. O campo da Comunicação saiu de 21 programas em 2005, para 57, confirmando o estabelecimento de uma rede nacional de programas de pós-graduação.

Em 2005 a região norte, que não tinha nenhum programa de pós-graduação, agora possui três e a região centro oeste saiu de um único programa para três. A região nordeste passou dois para doze programas e a região sul passou de cinco para doze programas de pós-graduação em Comunicação. A região sudeste continua sendo a maior concentração de programas, mas com o aumento dos novos programas em todas as regiões seu percentual caiu de 62% para 43% nos últimos dezoito anos. Esse novo cenário de distribuição da pós-graduação pelo país revela, que houve interesse e investimentos para que toas as regiões

### Quadro 3- Distribuição por regiões até 2005

Região 2005	CENTRO OESTE	NORDESTE	NORTE	SUDESTE	SUL
Quantidade	1	2	-	13	5
Total	21				
%	4%	10%	-	62%	24%
Região 2023					
Quantidade	5	12	3	25	12

<b>Total</b>	57				
<b>%</b>	8%	21%	5%	43%	21%

Elaborado pela autora com base em Romancini (2006) e na na Compós

### Considerações Finais

Com este estudo exploratório foi possível investigar sobre os principais desafios e as perspectivas da comunicação científica do campo da Comunicação, a partir do recorte específico duas categorias: a graduação e a pós-graduação do campo, onde identicou-se o crescimento, das duas. No caso específico da pós-graduação, foi possível identificar a existência de programas de pós-graduação nas cinco regiões do Brasil. Estas constatações revelam o potencial que o campo da Comunicação tem e que seu crescimento vem devido a existência de uma demanda da sociedade, que vive imersa no processo de midiatização proposto por Hjarvard (2012 e 2014), como um processo social e cultural. “O termo ‘midiatização’ tem sido empregado em diversos contextos para caracterizar a influência exercida pela mídia sobre uma série de fenômenos, mas pouco tem se feito para defini-lo e convertê-lo em um conceito teórico” (HAJARVARD, 2014, p. 23).

Quanto ao desenvolvimento do campo da Comunicação nos últimos 18 anos, pode-se verificar que houve um crescimento de cerca de 100%, tanto na graduação quanto na pós-graduação, quando comparamos os dados do período analisado. Revelando a formação de uma rede de ensino e pesquisa.

Alguns desafios, ainda se fazem presente, para outras pesquisas, tanto na graduação quanto na pós-graduação, como a qualidade dos cursos oferecidos e a estrutura oferecida para o funcionamento desses cursos. Além das políticas públicas de fixação dos estudantes nas universidades, por meio de auxílios e bolsas de estudo.

### REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre **Os usos sociais da ciência** São Paulo: Unesp, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

COMUNICAÇÃO. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em **COMPÓS** - Programas. Disponível em: <https://compos.org.br/programas/> . Acesso em 25 de maio de 2023.

HJARVARD, Stig. **Midiatização: conceituando a mudança cultural e social.** Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizex/article/viewFile/82929/85963>. Acesso em 20 de maio de 2023.

HJARVARD, Stig. **Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural.** Disponível em <https://www.revistas.usp.br/matrizex/article/download/38327/41182>. Acesso em 25 de maio de 2023.

ROMANCINI, Richard. **O campo científico da Comunicação no Brasil: institucionalização e capital científico.** Tese de doutorado. Escola de Comunicações e Artes: USP, São Paulo, 2006.

MEC. **Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior:Relatório da Consulta Avançada.** Disponível em: <https://emec.mec.gov.br/>. Acesso em 25 de maio de 2023.