

A PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO NO BRASIL: cenário e evolução quantitativa, quantitativa, histórica e conceitual

[THE BRAZILIAN POST-GRADUATION IN COMMUNICATION: scenario and quantitative, quantitative, historical and conceptual evolution]

Luiz Alberto de Farias
Alexandre José Possendoro

Resumo: Com base em dados fornecidos pela Capes sobre os programas de pós-graduação no Brasil entre 1996 e 2016, o artigo analisa a evolução dos programas de comunicação nesse período. Em seguida, com base em livros e artigos, promove uma discussão com base em um panorama histórico de fatos relevantes, da década de 30 até o início do século 21, acerca do desenvolvimento da pesquisa científica em comunicação no Brasil.

Palavras-chave: pós-graduação; Capes; produção científica.

Abstract: Based on data provided by CAPES/Brazil (Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel) on the postgraduate programs between 1996 and 2016, this article analyzes the evolution of communication programs during this period. We seek to promote a discussion from a historical panorama of the relevant facts from the 1930s to the beginning of the 21st century to present the development of scientific research in communication in Brazil.

Keywords: postgraduate studies; CAPES; scientific production.

1. CONTEXTOS

Parte das chamadas ciências sociais aplicadas, a comunicação social é uma ciência que, como as demais, exige pesquisa científica/acadêmica, que, por sua vez, precisa estar relacionada a processos de ensino e aprendizagem. Só assim, é possível, verdadeiramente, alavancar essa área e, ao mesmo tempo, formar novas gerações de comunicadores, seja para o mercado, seja para área acadêmica.

Dentro desse contexto, um objeto de investigação possível e necessário é a evolução dos programas de pós-graduação em comunicação no Brasil. Trata-se de uma área que se torna cada vez mais estratégica. É desses programas que se desenvolvem novas teorias e conceitos, um processo intelectual cada dia mais necessários para se

entender a comunicação social, principalmente na atual era digital, cujas transformações são cotidianas, frutos das novas tecnologias e práticas sociais.

Com base nesse contexto e partindo-se deste objeto – respectivamente a evolução das pesquisas em comunicação e os programas de pós-graduação nessa área –, este artigo tem por objetivos promover uma reflexão sobre como evoluiu, no Brasil, os programas de pós-graduação em comunicação. Em meio a isso, entender, em meandros quantitativos e qualitativos, como ocorreu essa evolução. Nesse processo, discutir de que forma essa trajetória representa, hoje, um cenário brasileiro de pesquisa acadêmica nessa área.

2. METODOLOGIA

Para tanto, este artigo foi construído com base em dois tipos de fontes de dados, informações e conceitos sobre a evolução dos programas de pós-graduação no Brasil.

Por um lado, foram utilizados recentes dados do Geocapes, Sistema de Informações Georreferenciadas da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), órgão do Ministério da Educação para formulação das políticas de pós-graduação no país (CAPES).

Utilizando essa fonte oficial de informação, foram coletados, para este artigo, informações detalhadas sobre os programas de pós-graduação de 1998 a 2016. As informações permitem fazer comparações e estabelecer discussões sobre essa evolução num período de 17 anos.

De outro lado, foi levantado um painel histórico e de evolução conceitual acerca da pós-graduação em comunicação social no Brasil, com base em pesquisas bibliográficas, tanto de livros como de artigos, em autores que se debruçaram sobre esse objeto, como Kunsch (2015, 1992), Romancini (2014), Bueno (2014), Sodré (2012), Gatti (2001), Melo (1983), Moran (1983), Peruzzo (1983), Queiroz (1983) e Santos (1983). O espaço temporal dos autores selecionados (2015 à década de 80) justifica-se pela abordagem focada, também, na trajetória evolutiva, na evolução histórica da pós-graduação em comunicação no país.

3. EVOLUÇÃO DOS PROGRAMAS

Os programas de pós-graduação em áreas relacionadas às comunicações no Brasil sofreram transformações significativas num período recente de cerca de uma década e meia. São diversas as mudanças que necessitam de investigação e reflexão.

É o que se percebe em recentes dados do Geocapes, Sistema de Informações Georreferenciadas da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), órgão do Ministério da Educação para formulação das políticas de pós-graduação no país.

Segundo esses dados, houve, por exemplo, um crescimento significativo no número de programas em comunicação, um aumento maior do que obteve, no mesmo período, o número total de pós-graduações, em todas as áreas.

Em outras palavras, em 19 anos, o número de programas em comunicação¹ cresceu mais de três vezes e meia no Brasil. Em 2016, já eram 76 programas, enquanto em 1998 havia 17, um aumento de mais 322% no período.

Trata-se de um aumento bem maior do que o do número total que envolve todas as áreas de pós-graduação no país. Em 1998, eram 1.259 programas. Em 2016, atingiu 4.177 programas. Em 19 anos, foi um crescimento de cerca de 231%, inferior ao aumento dos programas em comunicação.

Apesar desse crescimento, os programas de comunicação ainda se restringem a uma parcela pequena com relação aos demais, das áreas, digamos, mais “tradicionais” em pesquisa científica.

Em 1998, por exemplo, havia um total de 1.259 programas de pós-graduação no Brasil, envolvendo todas as áreas. Desses, somente 17, ou 1,35%, eram relacionados às ciências da comunicação. No decorrer dos 19 anos, esse percentual permaneceu similar. Em outras palavras, não atingiu 2%, ficando em torno de 1,5% em todos os anos, de 1998 a 2016. Em 2016, por exemplo, representou 1,81% do total de programas no Brasil. Em 2015, representou 1,69%; em 2014, eram 1,66% dos programas.

Além disso, os programas de comunicação “desceram degraus” no ranking quantitativo, ou seja, com relação à quantidade de programas em cada área. Em 1998,

¹ Este artigo considera programas de pós-graduação da área das ciências da comunicação os programas que o sistema da GEOCAPES (<http://geocapes.capes.gov.br/geocapes2/>) denomina como “ciências sociais aplicadas 1”. No caso, são eles: comunicação, ciência da informação, museologia, comunicação visual, arquivologia, biblioteconomia, jornalismo e editoração.

numa lista total de 45 áreas de programas, havia 17 de comunicação, na 32ª colocação. Em 2016, numa lista total de 49 áreas de programas, os de comunicação, então com 76, situavam-se na 20ª colocação – ainda distantes dos três “primeiros colocados”, respectivamente das áreas “interdisciplinar” (335 programas), “ciências agrárias 1” (223 programas) e “administração pública e de empresas, ciências contábeis e turismo” (182 programas).

No ano anterior, em 2015, numa lista total de 49 áreas de programas, os de comunicação, então com 66, situavam-se na 24ª colocação, sendo que os três “primeiros colocados” eram, respectivamente, das áreas “interdisciplinar” (290 programas), “ciências agrárias 1” (215 programas) e “administração, ciências contábeis e turismo” (163 programas).

Isso significa que, embora a quantidade de programas comunicacionais cresceu em 19 anos, a comunicação ainda permanece longe da “elite” da pesquisa brasileira.

Outra característica é que os programas de comunicação se mantêm “concentrados” em poucos estados do Brasil. E há uma predominância nítida da região Sudeste. Essa distribuição “geográfica” não se alterou significativamente no período de 19 anos. Em 1998, o Sudeste aglutinava 10 dos 17 programas, ou 58,82% deles. Em 2016, a concentração no Sudeste diminuiu, mas ainda representava a maioria dos programas: 40 entre 76, ou 57,14% do total. Em 2015, embora menor, a concentração no Sudeste também representava a maioria dos programas: 34 entre 66, ou 51,51% do total.

Em 1998, a região sul do país ocupava a segunda colocação, com 3 programas ou 17,64% do total. Já em 2016, 19 anos depois, o mapa se inverteu: o Nordeste passou a representar a segunda região do Brasil em quantidades de programas de comunicação, com 16 programas ou 21,05% do total. Há 19 anos, com dois programas cada, as regiões Centro-Oeste e Nordeste ocupavam, empatadas, a 3ª colocação, com 11,76% dos programas. Já em 2016, houve um crescimento significativo de programas no Nordeste brasileiro, que passou a ser a segunda região do Brasil com mais programas, com 16 programas ou 21,05% do total. Enquanto a região centro-oeste diminuiu sua participação, estagnando com cinco programas ou 6,57%. Em 2016, já aparece na lista também a região Norte, com três programas, representando 3,94%.

Nesse cenário, nota-se nos dados da Capes que a pesquisa científica/acadêmica em comunicação no Brasil segue a “rota” de crescimento dos meios – principalmente os de massa e digitais – que se concentra em poucas regiões. Em outras palavras, nas regiões em que tais meios crescem, os programas evoluem, como uma resposta acadêmica às necessidades mercadológicas.

A pós-graduação em comunicação também permanece historicamente restrita às universidades públicas federais, com certo “detrimento” das públicas estaduais e privadas. Prova disso é que em 1998, um grupo de 10 dos 17 programas, ou 58,82% deles, concentrava-se em instituições públicas federais. Em 2016, 19 anos depois, essa amostra saltou para 47 programas ou 61,84% deles, aumentando-se a concentração.

As universidades estaduais e privadas apresentaram evolução diferente no período de 19 anos. Em 1998, as estaduais representavam 11,76% do “bolo” da comunicação, com dois programas. Já em 2016, elas tiveram um aumento e passaram a significar 17,10%, com 13 programas. Já as privadas diminuíram a participação percentual de 29,41%, com cinco programas em 1998, para 19,73%, com 15 programas em 2016. No quadro de 2016, aparece apenas um programa em universidade municipal, representando 1,31% do total.

Confirma-se, então, o “espaço federal” como sendo o principal para a pesquisa em comunicação. Embora as privadas tenham apresentado crescimento “numérico”, mas em termos percentuais, com relação ao todo, não se mostram espaços “privilegiados”, quantitativamente falando, com relação à pesquisa comunicacional no Brasil.

O levantamento de 19 anos da Capes detalha que os programas unicamente direcionados ao mestrado se destacaram mais, em termos quantitativos, do que os que reúnem mestrado e doutorado.

Enquanto em 1998, só cinco programas (29,41% do total) ofereciam apenas mestrado e 12 deles (70,58%) tinham mestrado e doutorado, em 2016 a situação se reconfigurou. Os programas somente com mestrado representaram 36,84%, com 28 programas, e os de mestrado e doutorado somaram 46,05% do total, com 35 programas, uma clara ascendência percentual do mestrado com relação aos programas duplos. É

significativo ressaltar que em 2016 havia, na lista da Capes, 17,10% de “mestrados profissionais”, representados por 13 programas.

4. AVALIAÇÃO QUALITATIVA

A “avaliação” dos programas de comunicação feita pelo governo federal nestes 19 anos revela-se, de certa forma, “decepcionante”. Os programas com notas máximas em comunicação diminuíram no total no período. Além disso, há uma clara demora histórica para obtenção das melhores avaliações, que já eram conseguidas, desde os primórdios da série, por áreas mais tradicionais da pesquisa acadêmica no Brasil. Nessa avaliação – cujas notas vão de 1 a 7 – verifica-se pequena ou tímida evolução na comunicação, levando-se em consideração a nota obtida.

Em 1998, 14 programas de comunicação ou cerca de 80% deles foram divididos em avaliações 4 ou 5, nota máxima obtida à época. Desse total, metade teve avaliação 4 e a outra, 5, enquanto 17,64% obteve avaliação 3. Já em 2016, 19 anos depois, houve uma queda na avaliação geral, considerando que a maioria dos programas, 36 deles ou 47,36% do total, apresentava nota 3. Logo abaixo, 26 programas ou 34,21% deles detinham avaliação 4. Acima dessa avaliação, 9 programas ou 11,84% levavam 5. E 5 programas ou 6,57% tinham nota máxima 6. Nenhum programa detinha a nota 7.

Com relação às avaliações das instituições que nesse período de 18 anos ofereceram programas de comunicação, em 1998 um grupo de sete universidades tinham programas com, até então, a nota máxima em comunicação, no caso, a avaliação 5.

Tais instituições eram: Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade Nacional de Brasília (UNB), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e Universidade de São Paulo (USP).

Em 1998, das sete universidades desse grupo de elite quatro eram federais (UFBA, UNB, UFMG e UFRJ), uma estadual (USP), uma confessional (PUC-SP) e uma privada (Unisinos). Eram instituições distribuídas pelos estados da Bahia, Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul.

Já em 2016, percebe-se uma mudança na situação geral. Primeiro porque um grupo de cinco programas de quatro universidades obtiveram a avaliação 6, a maior nota até então em comunicação. Foram elas: Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) – que já havia obtido 5 em 1998 e que em 2014 despontava com avaliação 6 em dois programas –, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) – ambas que também obtiveram 5 em 1998 – e o programa do campus de Marília, no interior de São Paulo, da Universidade Estadual Paulista (UNESP/MAR).

Foi possível observar que nesse grupo de elite de 2016, formado por quatro universidades, havia, então, três instituições federais, uma estadual e uma particular. Elas estavam distribuídas pela maioria dos mesmos estados do grupo de elite de 1998: Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul.

É importante frisar que em 2015, um grupo de nove programas de oito instituições obteve a avaliação 5. Dessas, duas universidades já tinham obtido 5 em 1998: Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e dois programas da Universidade de São Paulo (USP). Além dessas, também obtiveram avaliação 5 a Universidade Federal Fluminense (UFF), a Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), a Universidade Federal do Rio Grande do Sul e a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), no Rio Grande do Sul, e a Universidade Federal da Bahia.

É relevante perceber que são todas entidades públicas. Nenhuma é privada. Novamente, esse grupo mostra-se distribuído basicamente pelos mesmos espaços geográficos do exemplo anterior: estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul.

Também é importante perceber que nessa série histórica de 1998 a 2015 apenas em 2010 um único programa de pós-graduação em comunicação conseguiu pela primeira vez a avaliação 7: o da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Até então, esses programas só conseguiram, no máximo, a avaliação 5. Nos dois anos seguintes, em 2011 e 2012, a UFRJ, somente ela, manteve-se na avaliação 6. O “ganho qualitativo” ocorreu no ano seguinte, em 2013, quando, como já se destacou, um grupo de cinco programas de quatro universidades obteve avaliação 6.

Também é necessário dizer que em 1998, primeiro ano da pesquisa da Capes, enquanto nenhum programa de comunicação tinha nem a nota 6 e nem a 7, um grupo de sete grandes áreas do conhecimento já tinham programas com avaliações 7: Ciências exatas e da terra (6 programas), ciências biológicas (6 programas), ciências humanas (5 programas), ciências agrárias (4 programas) e linguística, letras e artes (3 programas). Esses programas estavam distribuídos pelos estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul.

Com relação ao crescimento da demanda, os dados da Capes mostram que a quantidade de programas cresceu muito mais que o número de alunos. Enquanto o número de programas de pós-graduação na área de comunicação aumentou 347,05%, a quantidade de alunos cresceu 148,37% nesse período de 19 anos. Em 1998, havia 17 programas de comunicação. Em 2016, eram 76. Em 1998, havia 1.691 estudantes matriculados nesses programas – entre mestrado, doutorado e mestrado profissional. Em 2016, já eram 4.200. Em 1998, eram cerca de 100 alunos para cada programa. Em 2016, cerca de 55 estudantes por programa.

Nesse período, a quantidade de estudantes que completaram os estudos e receberam o título cresceu ainda mais. Em 2015, um grupo de 1.303 estudantes recebeu o diploma, entre mestrado, mestrado direcionado para o mercado e doutorado. Isso representou um aumento de 318,97% com relação a 1998, quando 311 obtiveram o diploma.

Nessa série histórica percebe-se claramente, a cada ano, uma grande diferença entre a quantidade de alunos que se matriculam nos programas e os estudantes que conseguem completar os estudos e obter o diploma. Essa diferença pode ser explicada provavelmente pelas dificuldades dos universitários brasileiros para estudar, para fazer as disciplinas, para atingir as metas de pesquisa, entre outras. Inclui-se também as dificuldades sociais e econômicas.

Em 1998, por exemplo, 515 se matricularam num programa de doutorado, enquanto apenas 71 conseguiram completar os estudos. No mestrado, 1.176 se matricularam, enquanto 240 obtiveram o diploma. No ano seguinte, a situação é parecida: no doutorado, 629 se matricularam, enquanto 96 conseguiram se formar.

Cerca de duas décadas depois, o quadro permanecia similar. Em 2016, 2.201 se matricularam no mestrado. Enquanto só 921 completavam, naquele ano, os estudos e obtiveram a graduação. No doutorado, 1.716 matriculados. E só 296, que naquele ano conseguiam o diploma. No mestrado profissional, 283 matriculados, enquanto só 86 eram diplomados. Em 2015, de forma similar, 2.158 se matricularam no mestrado, enquanto só 866 completavam os estudos e obtiveram a graduação. No doutorado, 1.546 matriculados, enquanto 256 conseguiam o diploma. No mestrado profissional, 205 matriculados, mas só 57 diplomados. Em 2014, ocorreu uma situação parecida: 2.005 se matricularam no mestrado, mas 853 se titularam. No doutorado, 1.403 matriculados, mas 269 diplomados. No mestrado profissional, 155 matriculados, 22 diplomados.

5. EVOLUÇÃO HISTÓRICA E CONCEITUAL

Kunsch (1992) lembra que foi na Universidade de Berlim, na Alemanha, em 1910, com Wilhelm Von Humboldt, que começou o conceito de universidade moderna, direcionada para o desenvolvimento de pesquisas científicas. Segundo Prota (1987 apud Kusch, 1992), Humboldt via a universidade como “lugar da verdade”. Ainda de acordo com Kunsch, a pesquisa, em termos gerais, na universidade brasileira teve início com a fundação, em 1934, da Universidade de São Paulo, “que seguiu o modelo europeu de universidade, mediante a participação de cientistas vindos principalmente da Itália, Alemanha e França” (p. 40).

Dentro deste contexto, é relevante perceber que a evolução histórica dos programas de pós-graduação em comunicação no Brasil sempre esteve ligada ao desenvolvimento social/geográfico do país. É significativo analisar, segundo Santos (1983), que, embora essa área de pesquisa se concentre atualmente no sudeste, foi no estado de Pernambuco, no nordeste brasileiro, que se desenvolveu, pioneiramente, as pesquisas embrionárias em comunicação no Brasil. Para a autora, já na década de 30 Gilberto Freyre (1936) “utilizava a imprensa como fonte significativa de pesquisa no campo das ciências humanas” (pág. 167). Mas, de acordo com Santos (1983), foi em 1960 que surgiu o primeiro estudo específico de comunicação jornalística no Brasil, com o livro “Iniciação à filosofia do jornalismo”, de Luiz Beltrão, considerado por muitos

estudiosos um dos primeiros pesquisadores da comunicação no país. Na Universidade Católica de Pernambuco, Beltrão começou a estimular os alunos a sentirem vontade de fazer pesquisa em comunicação. Sobre ele e sua pioneira obra, Halliday (1978) afirma ser o “primeiro estudo sistemático”, aparecendo ali “as ferramentas básicas para o exercício da pesquisa comunicacional em nosso meio acadêmico” (p. 167).

Para Melo (1983), desde o final da década de 1940 já havia no Brasil “atividades universitárias no campo da comunicação social”. Mas elas tinham uma característica principal: tinham uma condição de “quase marginalidade, estigma a que as nossas oligarquias intelectuais costumavam condenar os setores emergentes da vida cultural”. Nesse contexto, para o autor, a década de 1980 foi o “momento de legitimação acadêmica com relação aos estudos de comunicação no Brasil” (p. 7). Foi um momento em que a comunidade da academia intensificou a luta intelectual para fazer valer a existência e a importância dessa atividade. Melo usa as palavras “desprezo” e “insignificância” para mostrar como os cursos de comunicação, até a década de 80, eram vistos e tratados pelos governos. Segundo Melo, naquela época, intelectuais se uniram no então “Movimento de Defesa dos Cursos de Comunicação”, nomeado pela sigla “Emdecom”, para lutar contra estratégias governamentais que tentavam enfraquecer essa área de pesquisa comunicacional.

Kunsch (2015, p. 113) coloca alguns marcos, nas palavras da autora, de um início “sistemático” da pesquisa científica em comunicação datado nos anos de 1970, com iniciativas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO UFRJ), da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), da Universidade de Brasília (UnB) e da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Segundo Kunsch, tais programas lideraram as pesquisas de pós-graduação em comunicação no Brasil até o início dos anos 1990. Insere-se, nesse contexto, na década de 1980, o Programa de Mídias da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e o de Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

Já Bueno (2014, p. 33) coloca as décadas de 1980 e 1990 como o período fértil em que se consolidou programas de pós-graduação e surgiram uma parcela simbólica e

representativa de obras e de abordagens de pesquisas na área. Segundo ele, foi uma produção focada em aspectos gerais, mas que eram:

Prioritariamente metodológicos, buscando traçar um panorama histórico da Comunicação sob o ponto de vista dos esforços de investigação, com o detalhamento de métodos e técnicas particulares (análise de discurso, análise de conteúdo, entrevistas, sondagens de opinião, grupos focais, elaboração de questionários, pesquisa participante e mesmo da estatística aplicada às ciências sociais) (BUENO, 2014, p. 33).

Para Goldstein (1983), o início da expansão dos estudos comunicacionais no Brasil está ligado ao desenvolvimento da indústria cultural brasileira, que começou a crescer mais fortemente nas décadas de 60 e 70. Foi naquele período, diz a autora, que a área da comunicação se tornou um “verdadeiro laboratório” em que “se pesquisou de tudo um pouco”. Foi a época, também, do desenvolvimento das escolas de comunicação que, segundo Goldstein, “se viram às voltas com grande carência de material didático de origem nacional” (p. 15).

Também Peruzzo (1983) identifica as décadas de 1960 e 1970, especificamente nos estudos de relações públicas, como sendo o período de maior volume de pesquisas feitas até então (p. 20). Porém, com forte influência dos estudos norte-americanos. Diferentes autores têm, por vezes, visões contraditórias acerca do tema. Na área dos estudos sobre rádio, por exemplo, Queiroz (1993) qualifica como “quase completa decepção” as décadas de 1970 e até meados da década de 1980, com relação aos estudos sobre rádio no Brasil, mídia, segundo o autor, considerada, até então pelas pesquisas científicas, o “primo pobre” entre os demais meios de comunicação (p. 28).

Sobre os estudos acerca da televisão, Morán (1993) também registra a década de 60 como a época em que pouco se estudou a televisão no Brasil. Mas vê a década seguinte como um momento em que os estudos aumentaram consideravelmente, com ressalvas:

Permanece a preocupação com os efeitos que provoca no receptor. Outros estudos descrevem o processo de comunicação televisivo, analisando sua organização empresarial. São importantes estudos que valorizam a análise da mensagem televisiva, descobrindo suas ligações com os grupos dominantes (p. 36).

Mas a pesquisa associada ao ensino e à extensão na universidade brasileira só foi institucionalizada oficialmente com a reforma universitária de 1968, pela lei 5.540/68, que implantou os cursos de pós-graduação com os seguintes objetivos

positivistas e cartesianos, bem ao gosto da época: formar professores para o ensino superior, preparar pessoal de alta qualificação para empresas públicas e particulares, e estimular estudos e pesquisas que sirvam ao desenvolvimento do país (Castro, 1986, pág. 12 apud Kunsch, 1992, p. 41).

Para Lopes (1997, pág. 62):

A análise das relações entre ciência e estado no Brasil contemporâneo revela que a partir de 1964 a ideologia da “Segurança e Desenvolvimento” passa a orientar a política científica: do lado da “segurança”, cerceamento de manifestações críticas ao governo; do lado do “desenvolvimento”, a ênfase na pesquisa científica e na formação de cientistas e profissionais especializados como elementos indispensáveis ao crescimento econômico e à criação de um “Brasil, grande potência”. Assim é que atos como a intervenção na Universidade de Brasília em abril de 64 e o Ato Institucional n. 5 que aposenta compulsoriamente ou demite diversos cientistas e professores são desencadeados pela mesma lógica que promulga em 1969 a Reforma Universitária, baseada em recomendações do Acordo MEC-USAID.

Segundo a autora, isso gerou uma visão “instrumentalista de ciência e de ensino universitário que foi se impondo na prática cotidiana das universidades”. E no campo das comunicações, gerou uma prática de pesquisa mais associada ao “conhecimento livresco” do que a “concepção de saber como ato produtivo” (p. 64).

Castro (1986, apud Kunsch) vê três ciclos na pós-graduação brasileira: nas décadas de 1950 a 1960, nas quais a ênfase foi a evidente busca por formação de pessoal; nos anos 1970, marcados pela criação de cursos diferentes na área; e a partir da década de 80, em que se começou a dar maior destaque às pesquisas científicas.

Nesse contexto, teve destaque a criação, em 1951, da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) e do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico). Além desses órgãos governamentais, são diversas as entidades do terceiro setor espalhadas pelo país que buscam dinamizar a pesquisa em comunicação. Por exemplo, o Compós, Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, entidade sem fins lucrativos fundada em 1991, em Belo Horizonte (MG).

Kunsch (1997, 2003a, 2015) destaca o crescimento acelerado dos cursos de pós-graduação no Brasil após 1968. Segundo ela, houve um desenvolvimento quantitativo que só foi reduzido pós-1981. Castro (1986a, p. 13-20, apud Kunsch) informa que em 1974 o Brasil tinha 440 cursos de mestrado e 151 de doutorado. Já em 1981, segundo o mesmo autor, tais números já alcançaram 736 e 285, respectivamente. Segundo Kunsch

(1992), publicação de 1990 do Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras (1990, pág. 275 a 315) registrou, à época, 419 cursos de nível de mestrado e 306 de doutorado.

É preciso destacar que a pesquisa comunicacional acadêmica brasileira reveste-se, por vezes, de caracteres multidisciplinares, promovendo interfaces entre campos distintos, como ocorre, por exemplo, entre Relações Públicas e Comunicação Organizacional, que se articulam nas Ciências da Comunicação e nas Ciências Sociais Aplicadas, resultando numa produção científica marcada por essa mistura (Kunsch, 1997, 2003a, 2015), nas pós-graduações ou mesmo nas graduações, promove interfaces, por exemplo, entre cursos de Relações Públicas e de Jornalismo.

Bueno (2014, p. 33) ressalta que foi no início do século 21 que a pesquisas acadêmicas comunicacionais direcionam-se a aspectos mais específicos, por exemplo, à mensuração dos investimentos em comunicação, centrando também o foco para o fenômeno comunicacional da web e das redes digitais sociais. Para Romancini (2014), a pós-graduação em comunicação no Brasil reveste-se, historicamente, inclusive, de um caráter mais acadêmico do que mercadológico, "inclusive pelo fato de que o formato do chamado mestrado profissional mal começou a se desenvolver na área" (pág. 117). O autor, porém, destaca a tendência à especialização dos estudos, com destaque para grandes linhas de pesquisa dos programas, com diversificados subcampos (inter) disciplinares. Ou como diz Sodré (2012):

Mesmo esgotado o ciclo de moda da temática comunicacional, forte entre os anos 1970 e 1990 (foram enormes os efeitos sociais do discurso mcluhaniano), a palavra comunicação manteve-se como rubrica acadêmica na administração pedagógica das universidades, com um apelo ainda maior junto à população jovem do que o das disciplinas clássicas das ciências sociais. O fenômeno comunicacional mostrava raízes muito fundas, o que, na prática teórica das universidades, correspondia à passagem da comunicação com lógica político-cultural à comunicação como ciência social aplicada, razão pela qual foi vista com bons olhos pelo primeiro governo da ditadura militar no Brasil, em fins da década de 1960 (SODRÉ, 2012, p. 23).

Gatti (2001) destaca que no início dos anos 2000, uma certa mentalidade dos intelectuais exigia da pós-graduação brasileira, não só na área da comunicação, um novo olhar que ultrapassasse o "círculo restrito" das universidades, centrado no "olhar dos pares". A ideia posta pela autora é a que ratifica a necessidade de transcender o "encastelamento" que caracteriza a pesquisa acadêmica no Brasil, promovendo uma inserção social maior da universidade fora dos muros acadêmicos.

Diante do quadro sociocultural com que nos defrontamos hoje, e as perspectivas de humanidade que começamos a descortinar, o sistema de pós-graduação carece de análises quanto às suas finalidades e, portanto, quanto a qualidades relevantes a serem deles esperadas nos anos vindouros. Análises estas que sejam realizadas por diferentes fontes e com perspectivas mais críticas, no sentido construtor que tem a verdadeira crítica: aquela que é capaz de trazer novos fundamentos e dinâmica para a estrutura e o funcionamento desses cursos; aquela capaz de trazer visões diversificadas que possam criar embates e busca de consensos ampliados socialmente (GATTI, 2001, p. 108).

Para a autora, isso é necessário, pois o momento histórico inaugurado a partir do início deste século é distinto ao período em que os primeiros programas de pós-graduação foram implementados no Brasil, cujo desenvolvimento original situou-se nas décadas de 1970 e 1980, momento em que os cursos de pós-graduação, no geral, tiveram a interferência de um modelo advindo, em parte, da burocracia estatal, "em consenso com algumas lideranças acadêmicas". Assim, a pesquisa de pós-graduação que se estabelecia era mais fruto de uma "política deliberada de organismos estatais" do que de um desenvolvimento próprio das universidades (GATTI, 2001, p. 108).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisar a evolução quantitativa, qualitativa e histórica da pós-graduação em comunicação no Brasil instiga uma reflexão sobre os caminhos já percorridos, o que possibilita pensar de forma mais consciente novos desenhos e estratégias futuras para a pesquisa acadêmica brasileira.

Em uma década e meia, os programas, em nível nacional, sofreram mudanças quantitativas, qualitativas e conceituais. Mostraram que têm potencial, crescendo mais do que cresceram os programas em geral, mas é preciso lembrar que a pesquisa em comunicação ainda representa menos de 2% de todos os programas nas diversas áreas. A oferta, ainda é pequena quando comparada às áreas que oferece mais programas. A comunicação permanece distante, em termos de oferta quantitativa, da elite da pesquisa brasileira.

A região Sudeste é a grande concentradora. Essa distribuição não se alterou significativamente. Nas regiões em que a indústria cultura e midiática cresce isso tende a alavancar os programas. Aumentou-se ainda a concentração nas universidades

federais, com ênfase nos programas de mestrado. Ao mesmo tempo, nota-se que o aumento do número de programas foi acompanhado por uma queda na avaliação: os programas com notas máximas diminuíram na trajetória histórica. Na mais recente avaliação, a maioria dos programas obtiveram nota 3 – quase duas décadas antes, a maioria obteve notas 4 e 5.

É também notório a formação de “grupo de elite” da pesquisa em comunicação, formado por universidade de Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul. O número de programas cresceu mais do que a quantidade de alunos. De outro lado, a quantidade de diplomados é bem maior que o de matriculados. Até a década de 80, a pesquisa em comunicação era alvo de um certo desprezo e insignificância no cenário geral da pesquisa científica brasileira. A partir daí, foi abrindo espaço, conquistando credibilidade, focada, inicialmente, em discussões metodológicas, instrumentais, de conhecimento “livresco”, com direcionamentos mais acadêmicos do que mercadológicos. É preciso, no entanto, destacar que:

A contribuição dos cursos de pós-graduação para o desenvolvimento e os avanços da pesquisa científica em Comunicação no Brasil tem sido imprescindível. Tal fato pode ser considerado pelo número de programas existentes, pelos estudos que vêm sendo desenvolvidos e pela produção científica gerada nesses centros. Essa produção é socializada em comunicações científicas apresentadas em congressos nacionais e internacionais, publicações em diversos formatos, bem como na literatura disponível. Portanto, os resultados alcançados até o momento são muito significativos (KUNSCH, 2015, p. 113).

REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson Costa Bueno. A investigação em comunicação organizacional no Brasil: uma leitura abrangente dos grupos de pesquisa cadastrados no CNPQ. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 15, n. 28: (32-40) jan-jun 2014. Disponível em: http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/2388. Acesso em: 4 de set. de 2018.

CAPES. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. **Relação de Cursos Recomendados e Reconhecidos**. Março de 2015. Disponível em <<http://conteudoweb.capes.gov.br/conteudoweb/ProjetoRelacaoCursosServlet?acao=pesquis arles&codigoArea=60900008&descricaoArea=&descricaoAreaConhecimento=COMUNICA%C7 %C3O&descricaoAreaAvaliacao=CI%CANCINAS+SOCIAIS+APLICADAS+I#>>>. Acesso em: 21 de abr. de 2015.

COMPÓS. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em: http://www.compos.org.br/a_compos.php#quemSomos. Acesso em: 16 de abr. de 2015.

GATTI, Bernardete Angelina. Reflexão sobre os desafios da pós-graduação: novas perspectivas sociais, conhecimento e poder. **Revista Brasileira de Educação**, N. 18, set/out/nov/dez, 2001. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-24782001000300010&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 3 de fev. 2018.

GOLDSTEIN, Gisela Taschner. A pesquisa sobre jornalismo impresso. In MELO, José Marques de. **Pesquisa em Comunicação no Brasil: tendências e perspectivas**. São Paulo: Cortez : INTERCOM; Brasília: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 1983.

KUNSCH, Margarida M. Krohling Kunsch. O campo acadêmico em Comunicação Organizacional e Relações Públicas no Brasil: caracterização, pesquisa científica e tendências. **Revista Internacional de Relaciones Públicas**, n. 10, vol. 5, páginas 105-124, 2015. Disponível em: <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/356>. Acesso em: 7 de maio de 2018.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling Kunsch. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade**. São Paulo: Loyola, 1992.

MELO, José Marques de. **Pesquisa em Comunicação no Brasil: tendências e perspectivas**. São Paulo: Cortez : INTERCOM; Brasília: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 1983.

MORÁN, José Manuel. A pesquisa sobre televisão. In MELO, José Marques de. **Pesquisa em Comunicação no Brasil: tendências e perspectivas**. São Paulo: Cortez : INTERCOM; Brasília: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 1983.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. A pesquisa sobre relações públicas. In MELO, José Marques de. **Pesquisa em Comunicação no Brasil: tendências e perspectivas**. São Paulo: Cortez; INTERCOM; Brasília: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 1983.

QUEIROZ, Roberto. A pesquisa sobre Rádio. In MELO, José Marques de. **Pesquisa em Comunicação no Brasil: tendências e perspectivas**. São Paulo: Cortez : INTERCOM; Brasília: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 1983.

ROMANCINI, R. Os Estudos em Comunicação e Educação no Espaço Ibero-americano: panorama da pós-graduação. **Cuadernos.info**, 35, 103-117. doi: 10.7764/cdi.35.660, 2014. Disponível em: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2014000200007. Acesso em: 22 de agost. de 2018.

SANTOS, Maria Saletti Tauk. Pioneirismo e abnegação. In MELO, José Marques de. **Pesquisa em Comunicação no Brasil: tendências e perspectivas**. São Paulo: Cortez : INTERCOM; Brasília: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 1983.

SODRÉ, Muniz. Comunicação: um campo em apuros teóricos. **Matrizes**, Ano 5 – nº 2 jan./jun., São Paulo – Brasil, p. 11-27, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/38325/41179>. Acesso em: 5 de jun. de 2018.

SOBRE OS AUTORES:

Luiz Alberto De Farias: Livre-Docente pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (2018). Pós-Doutorado em Comunicação pela Universidade de Málaga/Espanha (2016). Doutor em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (Prolam) da Universidade de São Paulo (2006). Mestre em Comunicação e Mercado (2000), Especialista em Teoria da Comunicação (1995) e Graduado em Relações Públicas (1990) pela Faculdade Casper Líbero. Graduado em Jornalismo pela Universidade Cruzeiro do Sul (2001). Professor visitante na Universidade de Málaga e professor conveniado como orientador de Doutorado na Universidade Nova de Lisboa (Portugal). É professor titular e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Atuou como diretor administrativo da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), como diretor administrativo da Associação Brasileira de Pesquisadores de Relações Públicas e Comunicação Organizacional (Abrapcorp); foi vice-presidente de planejamento e, por duas gestões, presidente da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP-SP). E-mail: lafarias@usp.br.

Alexandre José Possendoro: Doutorando na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), sob a orientação da Profa. Dra. Margarida M. Krohling Kunsch, na linha de pesquisa Estratégias de Comunicação, no departamento de Relações Públicas. Mestre em Jornalismo também pela ECA-USP, sob orientação do Prof. Dr. Manuel Carlos Chaparro, no departamento de Jornalismo. Graduado também pela ECA-USP em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo. É professor do curso de Relações Públicas da Faculdade Paulus de Comunicação (Fapcom). Foi Coordenador Adjunto e Professor dos cursos de Jornalismo e de Relações Públicas da Universidade Anhembí Morumbi. Foi Repórter do jornal Folha de S. Paulo. Atuou como Repórter free-lancer das revistas Globo Ciência, Negócios da Comunicação e Áudio News. E-mail: possendoro@uol.com.br.