

Um estudo sobre os conteúdos ensinados na disciplina de Teorias da Comunicação em cursos superiores de universidades privadas de São Paulo (Brasil)

A study about the contents taught in the discipline of Communication Theories in higher education courses of private universities of São Paulo (Brazil)

Maria Cristina Gobbi

mcgobbi@terra.com.br

Livre-docente em História da Comunicação e da Cultura Midiática na América Latina. Professora dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação e em Mídia e Tecnologia da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp). Chefe do Departamento de Comunicação da FAAC-Unesp.

Mariana Carareto

marianacarareto@faac.unesp.br

Mestre em Comunicação (FAAC-Unesp), especialista em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (ECA-USP) e graduada em Relações Públicas (FAAC-Unesp). Integra o grupo de pesquisa Relações Públicas e Comunicação: opinião pública, educação e interculturalidade.

Marina Paula Darcie

marina_paula_darcie@hotmail.com

Mestre em Comunicação e graduada em Radialismo pela FAAC-Unesp.

Natália dos Santos Gonzales

nataliagonzales.rp@gmail.com

Mestre em Comunicação e graduada em Relações Públicas pela FAAC-Unesp. Atua como Analista de Projetos Sociais no Grupo Lwart.

Introdução

Em todas as áreas do conhecimento, a formação e ensino do pensamento científico são importantes devido aos múltiplos impactos para novas e diferentes perspectivas sociais, tecnológicas, econômicas, políticas e culturais.

Resumo

Este artigo tem como objetivo refletir sobre as abordagens dos conteúdos ensinados na disciplina de Teorias da Comunicação como contribuição para subsidiar debates sobre a consolidação da ciência da comunicação no Brasil. Para isso, foi realizada uma pesquisa teórico-bibliográfica sobre os desafios enfrentados pela área e, posteriormente, uma pesquisa documental, que analisou matrizes curriculares, ementas e bibliografias de 19 cursos de graduação em dez instituições privadas de ensino superior do estado de São Paulo (Brasil). Os resultados apontam alguns fatores sobre a disciplina e seus reflexos para o pensamento em comunicação.

Palavras-chave: comunicação, Teorias da Comunicação, perfil comunicacional, cursos de Comunicação, São Paulo (Brasil).

Abstract

This article aims to reflect on the approaches of the contents taught in the subject of Communication Theories as a contribution to the debates about the consolidation of the science of communication in Brazil. For this purpose, the authors developed a theoretical-bibliographic research about the challenges for communication science and a documentary research that analyzed curricular matrices, discipline syllabuses and bibliographies of 19 undergraduate courses in ten private higher education institutions of the state of São Paulo (Brazil). The results point out some factors about the discipline and its reflections for the thought in communication.

Keywords: communication, Theories of Communication, communication profile, Communication courses, São Paulo (Brazil).

Com isso, é importante refletir, nas diversas habilitações profissionais, sobre se o que é ensinado, desde a graduação, pode ter reflexos para o reconhecimento e desenvolvimento das áreas de estudo.

Nesse sentido, o campo da Comunicação Social possui um grande desafio em relação à formação de seu

pensamento científico. Sua principal característica, segundo a problemática levantada por Hohlfeldt, Martino e França (2001), é a interdisciplinaridade, que, por um lado, possibilita discussões com múltiplos enfoques, mas, ao mesmo tempo, configura-se como uma barreira para a definição do seu objeto de estudo e construção metodológica.

[...] a natureza dos estudos em Ciências Humanas – que têm no homem um ser essencialmente comunicativo, seu objeto comum – faz com que a análise dos processos comunicativos seja um ponto de passagem quase obrigatório, o que dificulta a delimitação mais precisa do objeto da Comunicação, uma vez que ele se encontra misturado às análises de outras disciplinas (Martino, 2001, p. 78).

Considerando esse desafio, acredita-se ser importante refletir sobre a maneira como o pensamento em Comunicação é construído desde a formação básica para colaborar com a consolidação científica da área. Compreender esse cenário fortalece a Comunicação não apenas enquanto disciplina ou campo de estudo, mas também como área de conhecimento, com reflexos, consequências e transformações para a sociedade.

Diante disso, é interessante refletir sobre as características das disciplinas ministradas nos cursos de graduação olhando para o ensino das principais correntes teóricas que contribuem para formar o pensamento de profissionais e pesquisadores. Nesse contexto, a disciplina de Teorias da Comunicação torna-se um objeto de estudo por ser uma disciplina básica e obrigatória, sendo responsável por construir, refletir e explanar sobre a comunicação na sociedade, caracterizando os meios, representando suas ações e os processos que definem o ato comunicativo-midiático.

Assim, entende-se que, como demonstra Russi-Duarte (2010), discutindo o ensino das teorias da comunicação é possível fazer as reflexões sobre o que embasa o pensamento da área. O autor considera que a esfera do ensino é a chave para problematizar e refletir sobre o desenho intelectual da Comunicação a partir do reconhecimento das prioridades conceituais nos cursos de Comunicação das universidades.

Dialogando com a compreensão de Russi-Duarte (2010), discentes de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp (Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”) realizaram um estudo exploratório para a disciplina de Teorias da Comunicação, ministrada pela Prof.^a Adj.^a Maria Cristina Gobbi, com o objetivo de discutir sobre as possíveis direções para as quais os cursos de Comunicação Social estão construindo o pensamento científico da área. Diante do desafio proposto, a docente responsável apontou como finalidade da pesquisa a identificação dos estudos (nacionais e internacionais)

na área para melhor dimensionar o universo teórico e a verificação das características da disciplina nas universidades brasileiras com o intuito de realizar reflexões que contribuam para subsidiar debates sobre a consolidação da ciência da comunicação no Brasil.

A pesquisa baseou-se no *ranking* de universidades realizado pelo Ministério da Educação (MEC), em 2014, para elencar as instituições que seriam abordadas pelo grupo de alunos. Foram analisadas aquelas que possuíam cursos de Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio e Televisão e Jornalismo, não precisando ter todos, mas pelo menos um deles. A partir disso, as universidades foram catalogadas considerando sua localização geográfica (região e estado), o tipo de instituição (pública ou privada) e o período do curso (semestral ou anual).

Devido ao grande número de universidades, optou-se por dividi-las entre os discentes que cursavam a disciplina, de forma a possibilitar a análise de todas. As informações coletadas por eles abordaram a matriz curricular do curso, carga horária da disciplina, ementa e bibliografia básica – que permitiria identificar as principais correntes teóricas utilizadas como referência. A coleta das informações foi realizada nos portais das universidades e por meio de contato via e-mail ou telefone com as secretarias dos cursos.

Como metodologia, optou-se por desenvolver, inicialmente, uma pesquisa bibliográfica e, posteriormente, a partir das informações dos portais e do contato com as universidades, uma pesquisa documental, objetivando compreender o campo de conhecimento da Comunicação e sistematizar os dados necessários para a reflexão sobre os fatores analisados que poderiam colaborar com futuros estudos e debates sobre a área de Comunicação.

O presente artigo traz um recorte dos dados coletados e analisados na pesquisa de parte do estado de São Paulo, pois, por ser uma região com um grande número de universidades, contando com mais de 120 instituições, foi necessário dividi-las em alguns grupos. Assim, neste estudo são apresentados os resultados encontrados por três discentes que ficaram responsáveis por dez instituições e 19 cursos de graduação na área da Comunicação do estado de São Paulo, todas de ensino superior privado. A proposta deste recorte é explanar, de forma qualitativa, o possível cenário e os contextos da disciplina nessas instituições, colaborando com reflexões que possam auxiliar futuros estudos voltados para a consolidação da ciência da comunicação no Brasil.

A comunicação como campo teórico e a disciplina de Teorias da Comunicação

O campo da comunicação, posto como ciência, como ressalta Marques de Melo (2000), ainda procura por legitimação e reconhecimento institucional. O autor destaca

a abrangência e caráter científico apontando questões históricas que delineiam a pesquisa: “[...] as primeiras pesquisas de comunicação na América Latina surgem em ambientes tipicamente profissionais. São demandadas pelas emergentes indústrias culturais [...]”, e as universidades adentraram nesse cenário, não necessariamente comprometidas com a pesquisa, mas fortemente ligadas ao mercado (Marques de Melo, 2000, p. 13). Entretanto, como sinaliza o autor, é a partir da criação do Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina (CIESPAL) que o estímulo à pesquisa acadêmica em comunicação se intensifica.

Nas décadas de 1970 e 1980, seguindo a cronologia destacada por Marques de Melo (2000), o campo de pesquisa em comunicação é apoiado, principalmente, pelo fortalecimento dos cursos de pós-graduação nas universidades latino-americanas. Assim, mesmo enfrentando algumas dificuldades para legitimação, muitos pesquisadores trazem, desde essa época, fôlego para a pesquisa e para o reconhecimento da Escola Latino-Americana de Comunicação.

Desde então, pesquisadores da área estão envolvidos pelos desafios para a consolidação da ciência, sendo fundamental o desenvolvimento de estudos que busquem compreender as características do que é debatido, ensinado e referenciado nas pesquisas de comunicação. Diante disso, uma análise da disciplina de Teorias da Comunicação, que exerce um papel fundamental por apresentar aos estudantes conhecimentos que possibilitam a reflexão sobre a origem da comunicação, seus processos e efeitos na sociedade, pode colaborar para o amadurecimento e legitimação do campo.

Considerando a importância da disciplina de Teorias da Comunicação para a legitimação da ciência, Martino (2012, p. 3-4) problematiza a abrangência de conceitos e as escolhas feitas pelos docentes para a exposição e o debate deles, pois, “[...] diante da diversidade epistemológica e da pluralidade de teorias da comunicação, como e o que ensinar na disciplina?”. Para o autor, frente à imensidão de conteúdo rico para estudo, existe “[...] uma falta de consenso entre docentes na hora de formatar os saberes comunicacionais dentro dos parâmetros de uma disciplina universitária”, fazendo com que o estudo dessa ciência em universidades seja amplo e descentralizado, suscetível a escolhas aleatórias.

Assim, os principais problemas enfrentados no ensino da disciplina são reflexos das barreiras e desafios debatidos incessantemente pelos pesquisadores da área, pois

Como definir o que é, de fato, um projeto de Comunicação se, efetivamente, a própria definição de Comunicação não é objeto de consenso? [...] Isso se reflete na escolha de autores e teorias que podem compor um determinado referencial teórico. Como definir, sobretudo nos casos de

fronteira, quais são os “autores da área”, se não a partir de um cânone já consagrado? Qual seria o destino, nesse caso, dos autores fora desse cânone, além das fronteiras de um discurso de consagração e referência responsável por garantir a presença de determinadas ideias e não de outras? (Martino, 2012, p. 7).

A resposta para essas questões depende do que se entende por comunicação e sob qual perspectiva o referencial é analisado – mais uma vez possibilitando que escolhas aleatórias sejam feitas, reforça Martino (2012). Para colaborar com a elucidação de alguns pontos, o autor realizou um estudo, a partir de dados disponíveis nos portais de 31 cursos do país, cujo material e análise dialogam com o desenho metodológico proposto neste trabalho, demonstrando que: os conteúdos programáticos giram em torno de escolas de pensamento (ou escolas teóricas); é notada a presença de produções e reflexões que foram formulados há mais de 50 anos, não havendo, majoritariamente, espaço para referências novas nas ementas analisadas; e não existe unidade entre as ementas, pois poucos autores se repetem nos documentos (Martino, 2011).

Diante disso, o autor destaca as limitações na escolha da bibliografia dos cursos analisados por verificar que o ensino sobre Teorias da Comunicação nas universidades privilegia cinco ou seis escolas de pensamento, enquanto outros conceitos poderiam ser tratados. Olhando para esses resultados, compreende-se a importância do debate entre o caráter epistemológico do objeto e as nuances trazidas para disciplinas de cursos superiores para qualificar o ensino em Comunicação e superar lacunas teóricas históricas (Martino, 2012).

Nesse sentido, é fundamental o desenvolvimento de estudos que estimulem discussões e reflexões sobre o pensamento em comunicação para demonstrar fatores que colaborem para a legitimação da área, apontando indícios para responder:

O que é, de fato, uma teoria da comunicação? A julgar pela pluralidade de autores, escolas, conceitos e teorias incluídos nos programas, há uma séria indefinição a respeito das fronteiras entre o que é um estudo de comunicação. Nota-se a aplicação de teorias sociológicas, psicológicas, antropológicas, filosóficas e mesmo matemáticas ao estudo da comunicação. Haveria, nesse caso, uma teoria da comunicação ou teorias aplicadas à comunicação? Essa discussão parece ser o elo entre o ensino de Teoria da Comunicação e as questões epistemológicas da área (Martino, 2011, p. 26).

Diante disso, o presente estudo busca colaborar com esse debate a partir de dados sobre o perfil da disciplina de Teorias da Comunicação em universidades privadas

paulistas. Ainda que de forma exploratória, os dados encontrados estimulam reflexões sobre possíveis caminhos que são adotados nos cursos de Comunicação de ensino superior no Brasil, trazendo informações importantes para apoiar estudos sobre a consolidação dessa ciência.

Teorias da Comunicação: dados sobre a disciplina em universidades privadas do estado de São Paulo

Diante do objetivo proposto, o *corpus* de análise deste trabalho totaliza 10 universidades com cursos de Comunicação, selecionadas a partir da sua localização no estado de São Paulo e do fato de serem integrantes do sistema de ensino privado; são elas: Faculdade Anhanguera de Jacareí, Centro Universitário Claretiano, Escola Superior de Administração e Gestão (Esags), Centro Universitário de Votuporanga (Unifev), Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (Fecap), Faculdade Eduvale de Avaré, Universidade Paulista (Unip), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp) e Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUCCAMP). Dessas universidades, foram analisadas as grades curriculares de 19 cursos de graduação em Comunicação, como apresenta o quadro 1:

Quadro 1. Relação do cursos analisados em cada universidade

	Cursos de Graduação			
	Jornalismo	Publicidade e Propaganda	Relações Públicas	Rádio e Televisão
Universidades	*	Anhanguera	*	*
	*	Claretiano	*	*
	*	Esags	*	*
	Unifev	Unifev	*	*
	*	Fecap	Fecap	*
	Eduvale	Eduvale	*	*
	Unip	Unip	*	*
	PUC-SP	PUC-SP	*	*
	Unasp	Unasp	*	Unasp
	PUCCAMP	PUCCAMP	PUCCAMP	*
* Universidade não possui o curso				

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Dentre as matrizes curriculares analisadas, o curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Anhanguera de Jacareí, o curso de Jornalismo da Unifev e os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da PUC de São

Paulo não possuem disciplina com o nome de Teoria ou Teorias da Comunicação. No total de 19 cursos pesquisados, seis de quatro universidades disponibilizaram as informações completas sobre a disciplina, sendo eles: o curso de Publicidade e Propaganda da Esags, o curso de Jornalismo da Unasp, os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Eduvale e os cursos de Publicidade e Propaganda e Relações Públicas da Fecap. A partir dessas informações, foi possível avaliar quatro fatores sobre o perfil e conteúdo das disciplinas de Teorias da Comunicação oferecidas nessas universidades, sendo eles: nomenclatura; conteúdo; referências e correntes teóricas utilizadas como bibliografia básica.

Em relação à nomenclatura da disciplina, verifica-se que, dos 19 cursos analisados nas 10 universidades pesquisadas, apenas quatro não possuem a disciplina com nome de Teorias da Comunicação. Os nomes encontrados foram: Teorias da Comunicação para os cursos da Eduvale, Unasp e Esags; Teoria da Comunicação nos cursos da Fecap, Claretiano e PUC de Campinas (cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda), Teorias da Comunicação de Massa (curso de Publicidade e Propaganda da Unifev), Teorias e Técnicas de Comunicação (cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Unip) e Teorias da Comunicação e das Relações Públicas (curso de Relações Públicas da PUC de Campinas).

Os dados evidenciam a variação de nomenclatura da disciplina nos diversos cursos de graduação. É interessante observar que a alteração dos nomes, aparentemente, denota foco em conceitos importantes para cada uma das profissões, como, por exemplo, o conceito comunicação de massa para a Publicidade e Teorias das Relações Públicas para RP. Além disso, expõe o ensino de técnicas para os cursos da Unip, o que indica um aprendizado prático da comunicação.

Outro fator observado foi em relação ao conteúdo oferecido, sendo que, a partir dos dados levantados, é possível verificar o objetivo da disciplina nos cursos das diferentes universidades, os principais temas abordados, as referências e correntes teóricas mais estudadas. Para essa análise foi necessário conhecer a ementa das disciplinas, mas apenas quatro universidades a disponibilizaram: a Fecap, a Esags, a Eduvale e a Unasp. Além dessas universidades, as informações disponibilizadas pela PUC de Campinas em seu site institucional permitiram colocá-la na análise por apresentar os objetivos e explicações sobre a disciplina.

No geral, a disciplina dos cursos analisados objetiva compreender o fenômeno comunicacional a partir de uma análise epistemológica, histórica e teórica, como apontam as seguintes ementas:

- Fecap: para os cursos de Publicidade e Propaganda e Relações Públicas a disciplina tem como objetivo

desenvolver um estudo introdutório da trajetória histórica da comunicação, analisando e interpretando o meio ambiente social, a atividade comunicativa, questões políticas envolvidas, as diversas escolas e suas teorias da comunicação.

- Esags: no curso de Publicidade e Propaganda o objetivo é estudar os conceitos de comunicação e o cenário histórico da área, analisando as principais teorias e pensadores.
- Eduvale: nos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda o objetivo é analisar a comunicação humana e comunicação de massa, estudar as diversas correntes e escolas teóricas e verificar as contribuições interdisciplinares para a teoria da comunicação.
- Unasp: no curso de Jornalismo o objetivo é estudar os fundamentos epistemológicos da comunicação e os paradigmas teóricos das diversas escolas e trabalhar com contribuições interdisciplinares para a comunicação.
- PUC Campinas: no curso de Jornalismo o objetivo é compreender a comunicação como um fenômeno social a partir da análise de seus conceitos e das principais correntes teóricas, buscando as implicações e aplicações no campo jornalístico. No curso de Publicidade e Propaganda o objetivo é estudar a comunicação social, contextualizando sua trajetória histórica e sua relação com a sociedade, e a sociedade de massa, da informação e midiática a partir das principais correntes teóricas e tendências. No curso de Relações Públicas o foco é estudar a comunicação como um fenômeno social, compreendendo sua função e relação com a sociedade.

A análise das ementas de Teorias da Comunicação aponta três interessantes pontos a se destacar. O primeiro deles é o objetivo da disciplina na Eduvale e na Unasp, que trabalham sobre como outras disciplinas contribuem para a teoria da comunicação, pois em nenhuma outra existe uma discussão aparente sobre interdisciplinaridade e a complementação de teorias e assuntos na área.

O segundo fator são os objetivos das disciplinas oferecidas nos cursos da PUC de Campinas que se adequam ao perfil da profissão, como, por exemplo, as implicações e aplicações no campo jornalístico no curso de Jornalismo; a informação como produto sendo contextualizada a partir da sociedade de massa, da informação e midiática no curso de Publicidade e Propaganda e a comunicação como um fenômeno social no curso de Relações Públicas. Vale ressaltar que os três temas são relevantes para os três cursos, mas o fato de estarem destacados como objetivo demonstra um foco importante e pode possuir ligação com a futura atuação profissional dos graduandos.

Finalmente, em relação aos cursos de Publicidade e Propaganda e Relações Públicas oferecidos pela PUC, as

informações deixam evidente que o estudo é sobre a comunicação social, o que inclui não apenas estudo sobre os meios de comunicação, mas também estudos sobre a comunicação organizacional. Sendo assim, a disciplina tem o foco de compreender a comunicação midiática e a comunicação nas organizações, estudando influências das teorias para a Publicidade e Propaganda, para as Relações Públicas e para o Marketing.

A partir desses apontamentos, ao realizar uma categorização dos conteúdos apontados nas ementas da disciplina das cinco universidades citadas acima, verifica-se que os principais temas abordados são os seguintes:

Quadro 2. Principais temas abordados nas ementas e palavras-chave mais citadas

Tema	Nº de vezes abordado
Epistemologia da Comunicação	10
Conceitos e processos de comunicação	6
Escola de Frankfurt	6
Escolas e Teorias da Comunicação	5
Teoria da Informação	5
Comunicação e cultura de massa	4
Escola Sociológica Europeia	3
Funcionalismo	3
Teoria Estruturalista	3
Comunicação e Sociedades Complexas	2
Interdisciplinaridade	2
Teoria Hipodérmica	2
Estudo crítico latino-americano	1
Estudos Culturais	1
Informação como produto	1
Sociedade da Informação	1
Sociedade Midiática	1
Teoria Social	1
Teorias da Comunicação e Jornalismo	1

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Diante dos dados apresentados, vale ressaltar que, em alguns casos, o tema foi abordado mais de uma vez na mesma ementa, ou seja, dois focos diferentes para o conteúdo nos estudos da disciplina. Um exemplo disso é o tema Comunicação e Sociedades Complexas, que é trabalhado em dois tópicos na disciplina do curso de Relações Públicas da PUC de Campinas.

Além dos temas apresentados nas ementas de Teorias da Comunicação, quatro das universidades (Esags,

Eduvale, Fecap, Unasp) disponibilizaram, por meio dos dados fornecidos pela secretaria e por docentes, a bibliografia indicada na disciplina aos discentes, o que permitiu verificar as principais referências utilizadas e, consequentemente, as principais correntes teóricas ensinadas, como demonstra o quadro 3:

Quadro 3: Principais correntes teóricas estudadas nos cursos

Corrente Teórica	Nº de livros
Jornalismo	
Compilação de Escolas Teóricas	6
Estudos de Semiótica	2
Estudos Culturais Britânicos	1
Comunicação Organizacional	1
Publicidade e Propaganda	
Compilação de Escolas Teóricas	7
Estudos de Semiótica	1
Estudos Culturais Britânicos	1
Relações Públicas	
Compilação de Escolas Teóricas	3

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Na maioria dos cursos analisados é visível o uso constante de coletâneas com compilações das diferentes teorias existentes no campo comunicacional. Nesse sentido, os dados demonstram que as principais referências utilizadas nos três cursos de graduação em Comunicação são livros que trazem uma apresentação e discussão sobre cada uma das correntes teóricas, e eles aparecem até mais de uma vez por curso.

Essa informação ilustra a consagração das teorias mais tradicionais (hipodérmica, culturológica, funcionalista e crítica) e, ao mesmo tempo, demonstra que alguns pensamentos de consagração mais recente não são utilizados, como, por exemplo, o pensamento latino-americano. É interessante observar que todas essas universidades analisadas estão localizadas no contexto latino-americano e não estimulam a formação de um pensamento científico que acompanhe essa corrente.

Como já destacado, Martino (2012) aponta que algumas correntes são privilegiadas nas bibliografias, enquanto algumas teorias não são incluídas nas ementas. Esse fato fica evidente quando são verificadas as referências (autores e livros) da bibliografia básica indicada para os discentes dos cursos de Comunicação no cenário analisado, apresentadas no quadro 4:

Quadro 4: Relação de autores utilizados como bibliografia básica

Autor	Nome do Livro	Nº de vezes presente	Curso (Faculdade)
MOLES, Abraham A.; LIMA, Luiz Costa	Teoria da Cultura de Massa	3	Jornalismo (Unasp) Publicidade e Propaganda (Fecap) Relações Públicas (Fecap)
MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle	História das teorias da comunicação	3	Publicidade e Propaganda (Esags) Publicidade e Propaganda (Fecap) Relações Públicas (Fecap)
COELHO NETO, J. Teixeira	Semiótica, Informação e Comunicação	2	Publicidade e Propaganda (Esags) Jornalismo (Eduvale)
PEREIRA, José Haroldo	Curso Básico da Teoria da Comunicação	2	Jornalismo (Eduvale) Publicidade e Propaganda (Eduvale)
PIGNATARI, Décio	Informação, linguagem e comunicação	2	Jornalismo (Eduvale) Publicidade e Propaganda (Eduvale)
THOMPSON, John B.	A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia	2	Jornalismo (Eduvale) Publicidade e Propaganda (Eduvale)
WOLF, Mauro	Teorias da comunicação	2	Publicidade e Propaganda (Fecap) Relações Públicas (Fecap)
AITCHISON, J.; AUSTIN, M.	Tem Alguém aí? As Comunicações no Século XXI	1	Jornalismo (Eduvale)
CARVALHO, Castelar	Para compreender Saussure: Fundamentos e visão crítica	1	Jornalismo (Eduvale)
DE FLEUR, M. L.; BALL-ROKEACH, S. J.	Teorias da comunicação de massa	1	Jornalismo (Eduvale)
DIZARD JR., Wilson	A Nova Mídia – A comunicação em massa na era da informação	1	Jornalismo (Eduvale)
GONTIJO, Silvana	O livro de ouro da comunicação	1	Jornalismo (Eduvale)
HOHLFELDT, Antonio	Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências	1	Jornalismo (Unasp)
RÜDIGER, Francisco	Introdução à teoria da comunicação	1	Jornalismo (Unasp)
VILALBA, Rodrigo	Teoria da Comunicação	1	Publicidade e Propaganda (Esags)

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Com base nesse levantamento, observa-se que os autores brasileiros mais utilizados na disciplina são Luiz Costa Lima (em conjunto com Abraham Moles), citado na ementa de duas universidades e três cursos; José Teixeira Coelho Neto, usado também para dois cursos de universidades distintas; e, por fim, José Haroldo Pereira e Décio Pignatari em dois cursos de uma mesma universidade.

É interessante entender a forma como os autores brasileiros tratam a comunicação em suas publicações para compreendermos quais conteúdos e perspectivas contêm esses estudos elencados na bibliografia das universidades. Para tanto, Hohlfeldt (2010) demonstra as correntes investigativas mais recorrentes na produção dos autores nacionais, bastante trabalhados nos cursos vistos, e, portanto, elucida qual o caráter teórico que está sendo repassado aos futuros profissionais da área nesse recorte estipulado. Para o autor, existe a divisão entre autores brasileiros que se posicionam favoravelmente a teorias norte-americanas e autores que desenvolvem suas teorias com forte sensibilidade à linha crítica e aos estudos frankfurtianos. Dois autores citados por ele são Luiz Costa Lima, utilizado em três cursos, e Francisco Rüdiger, utilizado em um curso. Além disso, os dados apresentados pelo autor dialogam com os temas mais trabalhados nas ementas (quadro 2), já que entre as cinco abordagens mais citadas estão Escola de Frankfurt e Teoria da Informação.

No geral, os autores brasileiros são usados 14 vezes nas 24 referências mais indicadas nas bibliografias analisadas, sendo três vezes mencionados pela Unasp, duas pela Fecap, duas pela Esags e sete pela Eduvale – a universidade que mais utiliza, em sua listagem, autores nacionais. Esses autores estão divididos em dois cursos oferecidos pela Eduvale: Jornalismo e Publicidade e Propaganda, que utilizam, respectivamente, cinco e dois autores brasileiros em suas referências-base. É interessante notar que os autores brasileiros totalizam mais da metade da bibliografia básica apresentada pela Universidade Eduvale, mas que se destinam, principalmente, à formação de futuros jornalistas, enquanto a porcentagem de referências nacionais cai para menos da metade quando se trata dos demais futuros profissionais da comunicação.

Nas demais universidades analisadas, o número de livros da literatura nacional se equipara ao da francesa, inglesa e americana, atestando que diferentes referências são utilizadas nas instituições. Isso se deve a diversos fatores, inclusive ao fato da Comunicação ser um campo multidisciplinar, além de estar suscetível às interpretações e preferências de determinadas correntes por parte das instituições e dos docentes responsáveis pela disciplina. Um possível motivo que colabora para o não alinhamento nas bibliografias encontradas pode ser a dificuldade em definir o pensamento brasileiro da comunicação, o que torna multifacetado o ensino da disciplina.

Outro ponto interessante é a inconstância entre a quantidade de vezes que autores brasileiros foram tratados nas ementas e a pequena inserção de um pensamento latino-americano acerca da comunicação na bibliografia levantada. É certo que, como afirma Berger (2001), a fundamentação de uma escola latino-americana na área é recente, mas o fato de os autores nacionais tratados não trabalharem sob essa perspectiva demonstra um caráter bastante tradicionalista dos cursos analisados.

Diante disso, Hohlfeldt (2010) sinaliza três momentos dos estudos em Comunicação no Brasil que podem explicar a consolidação de determinadas correntes teóricas como base para a disciplina de Teorias da Comunicação nos cursos. O primeiro momento é a força dos estudos de referência norte-americana nas décadas de 50 e 60 retomados na década de 90 devido “[...] às tendências das hipóteses de agenda setting e os estudos em torno de newsmaking” (Hohlfeldt, 2010, p. 36). Essa proposição do autor dialoga com os dados coletados ao se observar os autores brasileiros voltados, principalmente, para ementas do curso de Jornalismo nas universidades investigadas.

O segundo momento, destacado como reflexo do contexto social e histórico vivido no país, verifica-se nas décadas de 1970 e 1980, diante de autores com posicionamentos relacionados à teoria crítica da Escola de Frankfurt, teoria bastante encontrada nas bibliografias dos cursos analisados neste artigo.

Por fim, no terceiro momento, o autor mostra que a partir da década de 1990 “[...] há uma forte abertura e a ampliação dos estudos comunicacionais” devido ao fim do período militar e, “principalmente, graças à implantação crescente de Programas de Pós-Graduação, primeiro em nível de Mestrado e, logo depois, de Doutorado” (Hohlfeldt, 2010, p. 36). Porém, diante dos pensamentos já consolidados, observa-se, nos dados coletados, que as ementas do recorte analisado não acompanharam, em sua maioria, essa ampliação dos estudos das teorias, mantendo como referências autores com forte tradição norte-americana ou britânica, não incluindo, por exemplo, o conhecimento de uma escola latino-americana e ampliando significativamente as referências que acompanham novas tendências da área.

É muito importante que a área possua diversas referências, com diferentes abordagens para a formação do conhecimento. Tal fato torna o conhecimento mais rico de debates e contraposições, porém não possuir um referencial específico para conduzir o pensamento pode refletir na formação profissional e consolidação da área. Nesse sentido, os dados coletados permitem delinear alguns caminhos para a condução do pensamento científico em comunicação no Brasil. A seguir, sugerimos alguns levantamentos que podem ser considerados para cumprirmos o objetivo deste trabalho.

Apontamentos e considerações finais

Diante das análises realizadas neste estudo, é possível resgatar alguns questionamentos já existentes na área comunicacional, bem como sugerir algumas novas reflexões como forma de não encerrar a discussão devido às complexidades que envolvem o tema debatido. Deve-se ressaltar que as problemáticas aqui encontradas podem também estar relacionadas ao fato da comunicação, enquanto ciência, ser relativamente nova diante de tantas outras ciências com seus objetos de estudo definidos: “[...] esta ‘jovem’ ciência jamais conseguiu definir de maneira suficiente seu objeto de estudo, o qual permaneceu tão vasto e diversificado quanto as problemáticas que compõem a ciência do homem” (Martino, 2001, p. 27).

Tamanha complexidade pode ser considerada uma hipótese para a constatação da grande diversidade de conteúdos que integram, atualmente, os cursos de Comunicação no país. No decorrer da pesquisa, foi possível observar que os cursos de Comunicação analisados têm, em sua maioria, aproximadamente 15 (quinze) anos de criação, o que pode ser pouco tempo de funcionamento diante de tantas questões para serem debatidas. Os cursos, suas disciplinas e seus docentes estão em fase de amadurecimento e, devido às condições históricas que permeiam esta ciência, se deparam com o desafio de definir conteúdos que permitam ajustar a formação, a partir dos critérios de cada universidade, ao futuro comunicólogo.

Assim, a partir do objetivo inicial da pesquisa realizada, é possível apontar alguns fatores, levantados no estudo teórico e nas informações coletadas sobre a disciplina de Teorias da Comunicação, que podem contribuir com reflexões para subsidiar debates sobre a consolidação da ciência da comunicação no Brasil. Nesse sentido, os resultados apontam oportunidades para a consolidação da ciência, mas também alguns problemas e barreiras.

Diante disso, destacam-se, primeiramente, os problemas referentes à presença e nomenclatura da disciplina nas grades curriculares, pois alguns cursos não possuem uma disciplina nomeada como Teorias ou Teoria da Comunicação. Considerando que a disciplina é básica e obrigatória, entende-se que, possivelmente, alguns cursos adotam outras nomenclaturas ou ministram o conteúdo de teorias dentro de outra disciplina. Nesse sentido, a quantidade de nomenclaturas verificadas indica uma possível problemática para a organização da disciplina devido à falta de parâmetro de um assunto básico e fundamental para a área. Acredita-se que isso possa gerar implicações negativas, pois não evidencia o que e como os cursos de Comunicação estão debatendo e ensinando as principais teorias que apoiam a ciência.

Com isso, em relação aos conteúdos e referências abordados nas disciplinas, foi visível na maioria dos cursos o uso intensivo de coletâneas com compilações das

diferentes teorias existentes no campo comunicacional. Nesse sentido, Martino (2007) considera que há uma sistematização e agrupamento de teorias que foram reconhecidas como teorias da comunicação, levantando a reflexão sobre a falta de discussão sobre a autonomia da comunicação como área de conhecimento. Paralelamente, o autor defende e problematiza que os livros introduzem um *corpus* de diferentes teorias, familiarizando os leitores com a ideia da existência, de fato, de teorias de comunicação. Entretanto, considera que os textos disponíveis estão “[...] longe de poder apontar um núcleo de teorias que caracterize o saber comunicacional” (Martino, 2007, p. 20).

Diante disso, resgata-se que os principais temas e correntes que embasam as disciplinas são abordados e apresentados a partir de referências compiladas sobre as teorias. É importante compreender que, em nível de graduação, é fundamental que os discentes tenham conhecimento sobre todas as teorias e suas implicações na área, porém será que o fato de não termos um pensamento latino-americano consolidado é reflexo de o ensino ser pautado apenas em teorias clássicas da comunicação? Nesse sentido, é importante pensar novos conteúdos para a disciplina que abordem mais a realidade brasileira e latino-americana, principalmente pelas universidades e futuros profissionais estarem inseridos nesse contexto, e novos conteúdos teóricos que estejam alinhados com as transformações da comunicação na sociedade contemporânea, como, por exemplo, temáticas sobre a cibercultura, midiaticização e mediações.

A partir dessas questões que se destacaram na análise, compreende-se que as barreiras e problemáticas apontadas possam interferir e impactar a formação do pensamento latino-americano em comunicação e, até mesmo, acarretar reflexos para a formação profissional dos estudantes. Isso porque, como também demonstrou Martino (2011), os conteúdos estão ancorados em torno das mesmas escolas teóricas, são antigos em relação ao contexto atual da sociedade e não estão unificados entre as disciplinas oferecidas em cada universidade para possibilitar reflexões e debates comuns sobre a área.

A partir disso, talvez seja interessante provocar alguns questionamentos, como, por exemplo: precisaria de fato haver uma linearidade e/ou padronização entre os conteúdos oferecidos pelas universidades nos cursos de graduação? Os caminhos escolhidos por cada curso são reflexos de um processo histórico que engloba os aspectos da comunicação enquanto ciência ou apenas são influenciados pelas tendências ideológicas preferidas por cada uma das universidades e/ou dos docentes? Assim como a ciência, essas são questões complexas que se fizeram presentes ao longo do estudo proposto neste trabalho.

A complexidade do fenômeno comunicacional, que permeia todas as atividades humanas e sociais, acarreta uma grande diversidade de temáticas e abordagens do

campo. Por isso, essa pesquisa não pretende esgotar as discussões da problemática implicada pelas disciplinas de Teorias da Comunicação nas universidades do país. Pelo contrário, a partir dos resultados alcançados, o seu principal objetivo é subsidiar debates e novos estudos que possam contribuir para a trajetória da construção e aperfeiçoamento da ciência da comunicação.

Referências

- BERGER, C. 2001. A pesquisa em comunicação na América Latina. In: A. HOHLFELDT; L.C. MARTINO; V.V. FRANÇA, *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. 2ª ed. Petrópolis, RJ, Vozes, p. 241-277.
- HOHLFELDT, A. 2010. Teorias da Comunicação: A recepção brasileira das correntes do pensamento hegemônico. In: G.M. FERREIRA; A. HOHLFELDT; L.C. MARTINO; O.J. MORAIS (org.), *Teorias da Comunicação: Trajetórias investigativas*. Porto Alegre, EDIPUCRS, p. 21-40.
- HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.C.; FRANÇA, V.V. 2001. *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. 2ª ed. Petrópolis, RJ, Vozes.
- MARQUES DE MELO, J. 2000. Escola Latino-Americana de Comunicação. *Revista Comunicação e Sociedade*, Braga, Portugal, Centro de Ciências Históricas e Sociais da Universidade do Minho, 14(1-2):13-24.
- MARTINO, L.C. 2001. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação. In: A. HOHLFELDT; L.C. MARTINO; V.V. FRANÇA (org.), *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ, Vozes, p. 27-38.
- MARTINO, L.C. 2007. Uma questão prévia: existem teorias de comunicação? In: L.C. MARTINO; C.R. BERGER; R.T. CRAIG (org.), *Teorias da comunicação: muitas ou poucas?*. Cotia, SP, Ateliê Editorial, p. 13-42.
- MARTINO, L.M.S. 2011. A disciplina interdisciplinar: uma análise de 31 programas universitários de ensino de Teoria da Comunicação. In: XVI Intercom Sudeste. *Anais*. São Paulo, INTERCOM. Disponível em: <www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0458-1.pdf>.
- MARTINO, L.M.S. 2012. A disciplinarização da epistemologia na(s) teoria(s) da comunicação. In: XXI Encontro da Compós. *Anais*. Brasília, Compós.
- RUSSI-DUARTE, P. 2010. Por que ensinar Teoria (da comunicação)? In: G.M. FERREIRA; A. HOHLFELDT; L.C. MARTINO; O.J. MORAIS (org.), *Teorias da Comunicação: Trajetórias investigativas*. Porto Alegre, EDIPUCRS.

Artigo submetido em 30-07-2016

Aceito em 19-12-2017