

## COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

# TÍTULO: PERSPECTIVAS SOBRE A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO NO BRASIL: MAPEAMENTO DOS PROGRAMAS DE PÓS- GRADUAÇÃO E SUAS LINHAS DE PESQUISA

Ana Paula Lopes da Silva Rodrigues; [analopesufv@gmail.com](mailto:analopesufv@gmail.com)

### RESUMO

Conhecer o passado nos guia na jornada de planejar o futuro, pois somente entendendo de onde viemos, podemos traçar com sabedoria o caminho que desejamos percorrer. Para mirar o futuro do campo da Comunicação no Brasil, é preciso conhecer a história dos programas de pós-graduação em Comunicação, que tanto contribuem para o ensino, pesquisa e formação de pesquisadores no Brasil. O objetivo deste estudo é analisar a evolução dos cursos de mestrado e doutorado em comunicação no Brasil, explorando essa transformação sob a perspectiva das linhas de pesquisas realizadas em programas de pós-graduação. Para tal, utilizou-se como procedimentos metodológicos a revisão da literatura acadêmica e a análise de dados quantitativos e qualitativos coletados na Plataforma Sucupira. Por fim, identificou-se que as perspectivas de futuro para os programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil incluem a expansão planejada e a descentralização para regiões menos especializadas, com foco na qualidade e na competitividade.

### PALAVRAS-CHAVE

Comunicação, Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Plataforma Sucupira, Avaliação da Pós-Graduação, perspectivas de futuro.

### 1. INTRODUÇÃO

A prática jornalística é um pilar fundamental para o funcionamento saudável de qualquer democracia, sendo o jornalismo não apenas uma ferramenta de informação, mas também de questionamento e escrutínio das estruturas sociais e políticas. No Brasil, essa atividade desempenha um papel crucial na construção da opinião pública e no fortalecimento das instituições democráticas. Porém, a qualidade do jornalismo produzido está intrinsecamente ligada à formação dos profissionais que o exercem.

A formação em jornalismo passou por transformações ao longo das últimas décadas, refletindo tanto as mudanças tecnológicas quanto às demandas da sociedade. Nesse contexto, os programas de pós-graduação em jornalismo desempenham um

papel crucial na pesquisa e no desenvolvimento da área, moldando não apenas o perfil dos jornalistas, mas também a própria concepção do que é o jornalismo em um mundo em constante mutação.

Este artigo tem como objetivo lançar luz sobre a evolução dos cursos de mestrado e doutorado em comunicação no Brasil, explorando essa transformação sob a perspectiva das linhas de pesquisas realizadas em programas de pós-graduação. Além disso, examinaremos as tendências emergentes no campo da pesquisa em jornalismo, identificando os principais temas, metodologias e desafios enfrentados pelos pesquisadores.

Para tanto, este estudo se baseia em uma revisão da literatura acadêmica e na análise de dados quantitativos e qualitativos. Acreditamos que essa abordagem nos permitirá oferecer uma visão panorâmica da trajetória dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) no Brasil e direcionar as promessas para futuras pesquisas e aprimoramento dos cursos de jornalismo no país.

Num momento em que a sociedade enfrenta desafios complexos e a informação desempenha um papel central na tomada de decisões, é fundamental compreender como o jornalismo e a comunicação social estão sendo moldados e aprimorados através da pesquisa acadêmica. Este estudo visa contribuir para a reflexão crítica sobre o presente e o futuro deste campo de estudos no Brasil, destacando a importância da pesquisa em programas de pós-graduação como motor propulsor desse processo.

## **2. REFLEXÕES PRELIMINARES: OLHARES DE OUTROS PESQUISADORES**

O campo acadêmico da comunicação é definido por Lopes (2001, p. 48) como “um conjunto de instituições de nível superior destinado ao estudo e ao ensino da comunicação e onde se produz a teoria, a pesquisa e a formação universitária das profissões de comunicação”. A autora, baseando-se nas teorias de Pierre Bourdieu, identifica ainda três subcampos na área da comunicação: o científico, centrado na produção de conhecimento acadêmico; o educativo, educacional para a difusão desse conhecimento por meio do ensino universitário; e o profissional, focado na aplicação prática desse conhecimento e em suas interações com o mercado de trabalho. Em

relação a essa última colocação, Otre (2015) aponta para a influência marcante do subcampo profissional sobre os subcampos científicos e educativos, diminuindo uma tendência significativa nos estudos em comunicação, onde a aplicação prática desempenha um papel substancial na direção da pesquisa e do ensino, o que interfere diretamente nas áreas de concentração e linhas de pesquisa criadas.

Muniz Sodré (2002), ao discutir o objeto do campo acadêmico da Comunicação, delineou três esferas de ações ou práticas que classificam o âmbito comunicacional. O primeiro espectro é a "veiculação", envolvendo práticas empresariais relacionadas à mídia e à interação entre sujeitos sociais por meio de tecnologias de informação, como imprensa, rádio, televisão e publicidade. O segundo é a "vinculação", compreendendo práticas de promoção e manutenção de vínculos sociais por meio de ações coletivas, diálogos e reciprocidade comunicacional entre indivíduos. A terceira esfera é a "cognição", relacionada a práticas teóricas que observam e sistematizam as práticas de veiculação e as estratégias de vinculação. Nesse contexto, a Comunicação não é meramente uma disciplina, mas uma forma de contextualizar o conhecimento convencional sobre a sociedade, assumindo um papel crítico na sociabilidade, eticidade e nas práticas de socialização através da cultura. Portanto, a "ciência" da comunicação representa uma abordagem multidisciplinar que promove uma "filosofia pública" voltada para a compreensão e a análise da interação social na sociedade contemporânea.

Quando se trata de meta-pesquisa sobre os programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil, citar os estudos de Richard Romancini (2006) que fez um amplo estudo sobre o campo da comunicação no Brasil entre 1972 e 2005, trazendo reflexões sobre o Perfil Institucional, padrões de associação, pesquisa e produção das Ciências da Comunicação, entre outros aspectos. Até 2005, existiam 21 programas de pós-graduação em funcionamento reconhecidos pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) – em 2023, já são 62 programas reconhecidos. Na cronologia apresentada por esse autor, o primeiro curso de mestrado foi criado pela Universidade Estadual de São Paulo (USP), em 1972. Romancini relata ainda que o início da pós-graduação em Comunicação é caracterizado pelo papel das instituições públicas federais e estaduais, mas num segundo momento, inicia-se um

movimento de criação de cursos por instituições privadas confessionais. Foi somente a partir de 2000 que o setor privado não-confessional começou a ofertar cursos, tendo sido o setor que mais cresceu desde então.

Em relação à produção científica desses programas, Kunsch (2002) fez um levantamento das teses de doutorado, dissertações de mestrado e teses de livre docência publicadas entre 1970 e 2000. Sobre esses estudos, a autora identificou que a grande maioria se tratavam de estudos descritivos ou ensaísticos. Em relação às metodologias aplicadas, Kunsch (2002) destaca que as dissertações e teses defendidas entre 1970 e o início dos anos 90 na maioria das vezes não descreviam a metodologia utilizada, mas em seu corpus de análise foram identificados os procedimentos de Estudo de Caso, Pesquisa Qualitativa, Pesquisa Quantitativa, Triangulação (quali-quantitativa), Análise de conteúdo, Análise documental e Biografia/História de vida.

Como conclusão, a autora afirma que o Brasil tem se destacado notavelmente em termos de produção acadêmica no campo da comunicação, comparando-se favoravelmente a países da América Latina e da Europa com produção semelhante. No entanto, para alcançar uma verdadeira consolidação e reconhecimento nacional e internacional como comunidade científica, são necessárias ações concretas, como conscientização das universidades, investimento público e privado em pesquisa, cooperação entre centros de pós-graduação, intercâmbio internacional, rigor no ensino e produção de bases de dados especializadas. Apesar dos desafios, as perspectivas são promissoras e apontam para o crescimento e maior produtividade nessa área de estudo (KUNSCH, 2002). Quase duas décadas após as pesquisas de Romancini (2006) e Kunsch (2002), nos propusemos a revisitar o campo da comunicação, a fim de analisar os programas de pós-graduação em funcionamento em 2023 e pensar caminhos para o futuro da pesquisa nesta área de conhecimento.

### **3. OS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO NO BRASIL**

A Plataforma Sucupira abrange um sistema de coleta de informações, análises e avaliações a serem utilizadas como base padronizadora do Sistema Nacional de Pós-Graduação (SNPG). No ano de 2023, conforme informações dessa plataforma, existem

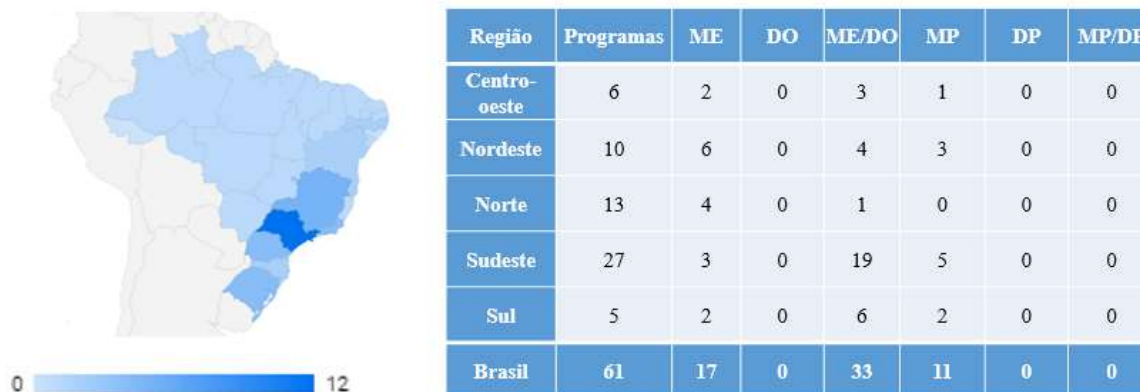
no Brasil 62 Programas de pós-graduação e 95 cursos de pós-graduação. Os dados foram coletados diretamente da Plataforma Sucupira, que divide os programas de pós-graduação em Mestrado Acadêmico (ME), Doutorado Acadêmico (DO), Mestrado Acadêmico e Doutorado Acadêmico (ME/DO), Mestrado Profissional (MP) e Doutorado Profissional (DP) e Mestrado Profissional e Doutorado Profissional (MP/DP), contabilizando também os cursos de pós-graduação oferecidos.

Para fazer a análise dos programas de Pós-graduação em comunicação, optou-se por observar três aspectos desses programas: (1) Distribuição geográfica e Avaliação da Capes; (2) Nomes dos programas e (3) Nomes e ementas das linhas de pesquisa. A partir destas informações coletadas em outubro de 2023 na Plataforma Sucupira e nos sites dos programas de pós-graduação, foi possível chegar aos resultados apresentados a seguir.

### 3.1 Análise da distribuição geográfica e Nota

Partindo da premissa de que realizar uma análise da distribuição geográfica dos programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil permite garantir a equidade, promover o desenvolvimento regional, diversificar a pesquisa, fortalecer o sistema educacional e tornar a academia de Comunicação mais representativa e enriquecedora para a sociedade brasileira, na figura 1, é possível observar a distribuição geográfica desses programas de acordo com o estado ou a região brasileira.

**Figura 1 - distribuição geográfica desses programas por estado ou região brasileira.**



Fonte: Elaboração própria, a partir de dados da Plataforma Sucupira.

Nesta pesquisa, optou-se por trazer as duas visualizações, pelo fato de que há uma discrepância do número de estados por região, o que pode ocasionar em interpretações duvidosas a respeito dessa distribuição geográfica. Repare que ao observar a tabela, a região Sudeste se destaca em número de Programas de Pós-graduação. O mesmo pode ser observado a partir do mapa. No entanto, em relação às regiões Nordeste e Sul, pode-se dizer que há mais programas na primeira (13) em relação à segunda (10), mas também é preciso lembrar que a região Nordeste do Brasil é formada por nove estados, enquanto a região Sul possui apenas três.

Assim, verifica-se que na realidade há maior concentração de programas na região Sul, uma vez que Rio Grande do Sul e Paraná possuem quatro programas cada e Santa Catarina, dois. Já em relação ao Nordeste, dois estados possuem dois programas cada (Bahia e Pernambuco) e outros seis possuem apenas um programa cada (Ceará, Maranhão, Paraíba, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe). O estado que mais concentra programas é São Paulo, possuindo 12 Programas de Pós-graduação em Comunicação. Somente dois estados não possuem Pós-graduação em Comunicação: Alagoas (Nordeste) e Acre (Norte). Com isso, conclui-se que apesar de haver programas em praticamente todo o território brasileiro, ainda assim há concentração nas regiões Sul e Sudeste, o que ocorre também na maioria das áreas de conhecimento.

Além da localização, outro fator que influi no acesso aos programas é o valor do investimento. Enquanto as Instituições de Ensino Públicas oferecem cursos de Mestrado e Doutorado Acadêmicos gratuitos, em alguns casos, até possibilitando o financiamento dos estudantes através de bolsas garantidas pelas agências de fomento; Em Instituições Privadas, o investimento para fazer esses mesmos cursos geralmente é alto e inacessível a maior parte dos brasileiros. Em se tratando de mestrados profissionais, tanto em instituições públicas, quanto privadas, o candidato deverá saber que irá fazer um investimento alto, pois raramente abrem-se cursos gratuitos nesta categoria.

Para solucionar ou sanar parte deste problema, existem políticas públicas de ações afirmativas para programas de pós-graduação no Brasil. Segundo Venturini e Feres Júnior (2020), até janeiro de 2018, 26,4% dos programas de pós-graduação



acadêmicos apresentavam algum tipo de ação afirmativa, sejam políticas decorrentes de decisões dos próprios programas, sejam criadas por determinação de leis estaduais ou de resoluções do Conselho Universitário válidas para todos os cursos de pós-graduação de uma determinada universidade. Os autores destacam ainda que 63,9% desses programas aplicam exclusivamente o sistema de cotas, no qual um percentual das vagas disponíveis é reservado para determinados grupos (pretos e pardos, indígenas, pessoas com deficiência, estudantes de baixa condição socioeconômica, quilombolas, pessoas transexuais e travestis e portadores de visto humanitário, também chamados de refugiados), citando como exemplo o programa de pós-graduação em comunicação da UFF:

Das vagas

Estão abertas 18 (dezoito) vagas para o Mestrado em Comunicação. 6 (quatro) destas vagas estão reservadas para cota étnico-racial (negros, pardos e índios). Caso não sejam preenchidas, as vagas desta reserva serão destinadas aos demais candidatos. (UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE - UFF, 2017, apud VENTURINI; JUNIOR, 2020, p. 889).

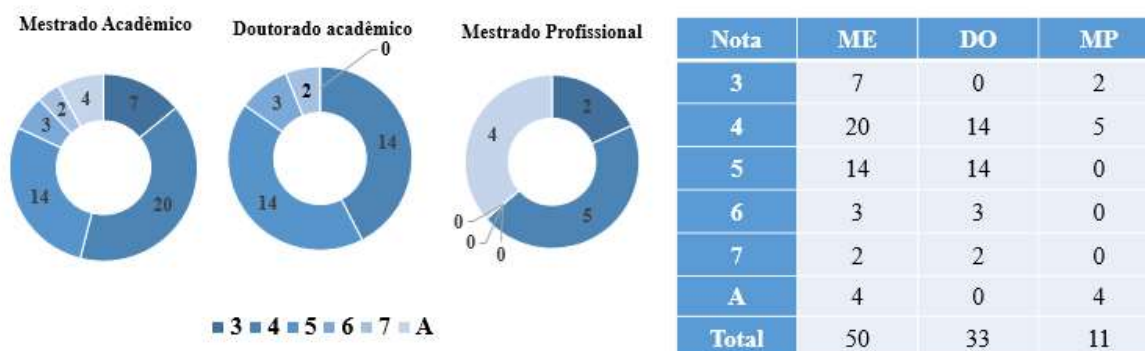
A Capes, além de uma agência de fomento que concede várias modalidades de bolsas e auxílios, se distingue das demais agências de fomento por também se tratar de um órgão de avaliação. Enquanto diretor de avaliação da Capes, Renato Janine Ribeiro (2007) declarou que a avaliação dos programas de pós-graduação tem múltiplas utilidades, pois ela assegura aos alunos de mestrado e doutorado acesso a cursos e orientações de alta qualidade, além de garantir a excelência dos programas, tendo o poder de encerrar cursos de baixa qualidade. Ribeiro (2007) afirma ainda que a avaliação é uma ferramenta econômica que permite o acompanhamento constante dos cursos, possibilitando o crescimento e aprimoramento contínuos. Além disso, auxilia no direcionamento de recursos de fomento para grupos de pesquisa mais eficazes, fornece análises relevantes às instituições avaliadas para aprimorar suas políticas internas e oferece orientação a graduados interessados em cursar mestrado ou doutorado. Assim,

Ela gera notas, que vão de 1 a 7. As notas (ou conceitos) 1 e 2 implicam o descredenciamento do curso. Seus diplomas deixam de ter validade nacional. Na prática, isso significa que o curso é fechado, embora a Capes não tenha papel de polícia. As notas 3 a 5 valem respectivamente “regular”, “bom” e “muito bom”. Além disso, há também os conceitos 6 e 7, que expressam

excelência constatada em nível internacional. Somente os programas que têm doutorado podem aspirar às notas 6 e 7. (RIBEIRO, 2007, p. 1).

As avaliações até 2013 eram realizadas a cada três anos. Porém, a partir desse ano, passaram a ter edições quadrienais, sendo que a partir da edição 2013-2016, o processo de análise passou a se basear em dados informados pelos programas por meio da Plataforma Sucupira. A edição mais recente até a publicação deste artigo foi a Avaliação Quadrienal 2017-2020, que teve seus resultados divulgados com atrasos em 19 de dezembro de 2022, devido às dificuldades impostas pela pandemia de Covid-19. Feitas essas considerações, a Figura 2 apresenta a Avaliação Capes dos programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil.

**Figura 2 - Avaliação Capes dos programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil**



Fonte: Elaboração própria, a partir de dados da Plataforma Sucupira.

A partir dos dados apresentados na figura 2, percebe-se que 82% dos cursos de Mestrado Acadêmico, 84,85% dos Doutorados e 63% dos Mestrados Profissionais em Comunicação no Brasil são avaliados na faixa de “regular”, “bom” ou “muito bom”, sendo que apenas 10% dos cursos de Mestrado Acadêmico e 15% dos Doutorados são avaliados como cursos de “Excelência Internacional”.

A avaliação da Capes leva em consideração uma série de critérios, que podem variar de acordo com as áreas de conhecimento, mas em geral englobam a qualidade do corpo docente, produção científica, dissertações e teses, permanência dos alunos, internacionalização, infraestrutura, inovação, inserção social, gestão e sustentabilidade, bem como a avaliação dos alunos e a inserção dos egressos no mercado de trabalho. Apesar da diversidade de critérios, não se pode deixar cruzar as



informações das Figuras 1 e 2, visto que os cursos avaliados com notas 6 e 7 estão em sua maioria concentrados na região Sudeste (dois no Rio de Janeiro, um em Minas Gerais e um em São Paulo), os demais se encontram um no Nordeste (na Bahia) e um no Sul (Rio Grande do Sul), a mesma faixa que ao observar no mapa, se concentram a maior quantidade de programas. Os dois programas avaliados com nota máxima (7) são o Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e o Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF).

Assim, embora não seja proposital, existe uma relação entre a localização geográfica e as notas atribuídas aos programas de pós-graduação no Brasil. Não se pode negar que Programas de pós-graduação localizados em regiões mais desenvolvidas do país, como o Sudeste e o Sul, historicamente tiveram uma tendência a obter notas mais elevadas devido à disponibilidade de recursos, infraestrutura, corpo docente e parcerias acadêmicas. No entanto, essa tendência tem sido desafiada nos últimos anos, à medida que universidades em outras regiões do Brasil têm investido em pesquisa, infraestrutura e internacionalização, como o caso do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, da Universidade Federal da Bahia (UFBA) que obteve nota 6 na última avaliação. Assim, pode-se concluir que Programas de pós-graduação em regiões menos desenvolvidas têm demonstrado um notável avanço em termos de qualidade e impacto acadêmico.

Outro fator que merece ser destacado é a avaliação A, que abrange aqueles programas de pós-graduação que estão “Em Projeto”. Nessa classificação, quatro Mestrados Acadêmicos (ME) e quatro Mestrados Profissionais (MP). Isso demonstra que a pesquisa em comunicação permanece em expansão no Brasil, o que implica em diversos benefícios, como por exemplo a ampliação do conhecimento, o desenvolvimento regional (em caso de criação de programas em regiões menos favorecidas contribui para o desenvolvimento econômico e social local, ao atrair talento, investimentos e gerar conhecimento relevante para a região); Diversidade de Pesquisa, possibilidade de mobilidade acadêmica; maior competitividade Global; Formação de Recursos Humanos; Descentralização do Conhecimento, entre outros. Certamente, é preciso levar em conta que a criação de novos programas também requer

investimentos em infraestrutura, corpo docente qualificado e recursos financeiros, bem como uma avaliação rigorosa para garantir a qualidade e a relevância das novas iniciativas. Portanto, é fundamental que a expansão seja realizada de forma planejada e estratégica, levando em consideração as necessidades da pesquisa e do desenvolvimento do país.

### **3.2 Análise dos nomes dos programas**

O nome do programa de pós-graduação em geral não oferece muitos detalhes sobre o que é pesquisado nos cursos de mestrado e doutorado que ele abarca, no entanto pode dar indícios, por exemplo, da área de concentração estudada. No caso dos programas de pós-graduação em comunicação, 23 programas (41%) se intitulam simplesmente “Comunicação”. “Comunicação Social” aparece em segundo lugar (com quatro programas, 7%) e “Jornalismo” em terceiro (com três programas, 5%). Um último nome que se repete é “Comunicação e Sociedade”, presente em dois programas (4%).

A associação entre Comunicação-Cultura, também é característica, já que aparece de diversas formas: “Comunicação e Cultura”, “Comunicação e Cultura Contemporâneas”, “Comunicação e Culturas Midiáticas” e “Comunicação, Cultura e Amazônia” (um programa cada). Neste caso é satisfatório perceber a distinção de demarcação regional entre os programas que trabalham cultura de forma generalizada e o programa da Universidade Federal do Pará (UFPA), que opta por evidenciar, já no nome do programa, a cultura amazônica como foco das pesquisas. O mesmo é observado na Universidade Federal de Roraima (UFRR), com o Programa de Pós-graduação em Comunicação, Territorialidades e Saberes Amazônicos.

Outros títulos identificados também abrangem temas diversos: “Ciências da Comunicação”, “Cinema e Audiovisual”, “Comunicação e Indústria Criativa”, “Comunicação e Inovação Social”, “Comunicação e Linguagens”, “Comunicação e Poder”, “Comunicação e Práticas de Consumo”, “Comunicação e Semiótica”, “Comunicação e Territorialidades”, “Comunicação Intercultural nas Organizações”, “Estudos da Mídia”, “Imagem e Som”, “Inovação na Comunicação de Interesse Público”, “Meios e Processos Audiovisuais”, “Mídia e Cotidiano”, “Mídias Criativas”,

“Multimeios”, “Produção de Conteúdo Multiplataforma” e “Tecnologias, Comunicação E Educação”, cada um desses nomes aparece em um único programa, sem repetições.

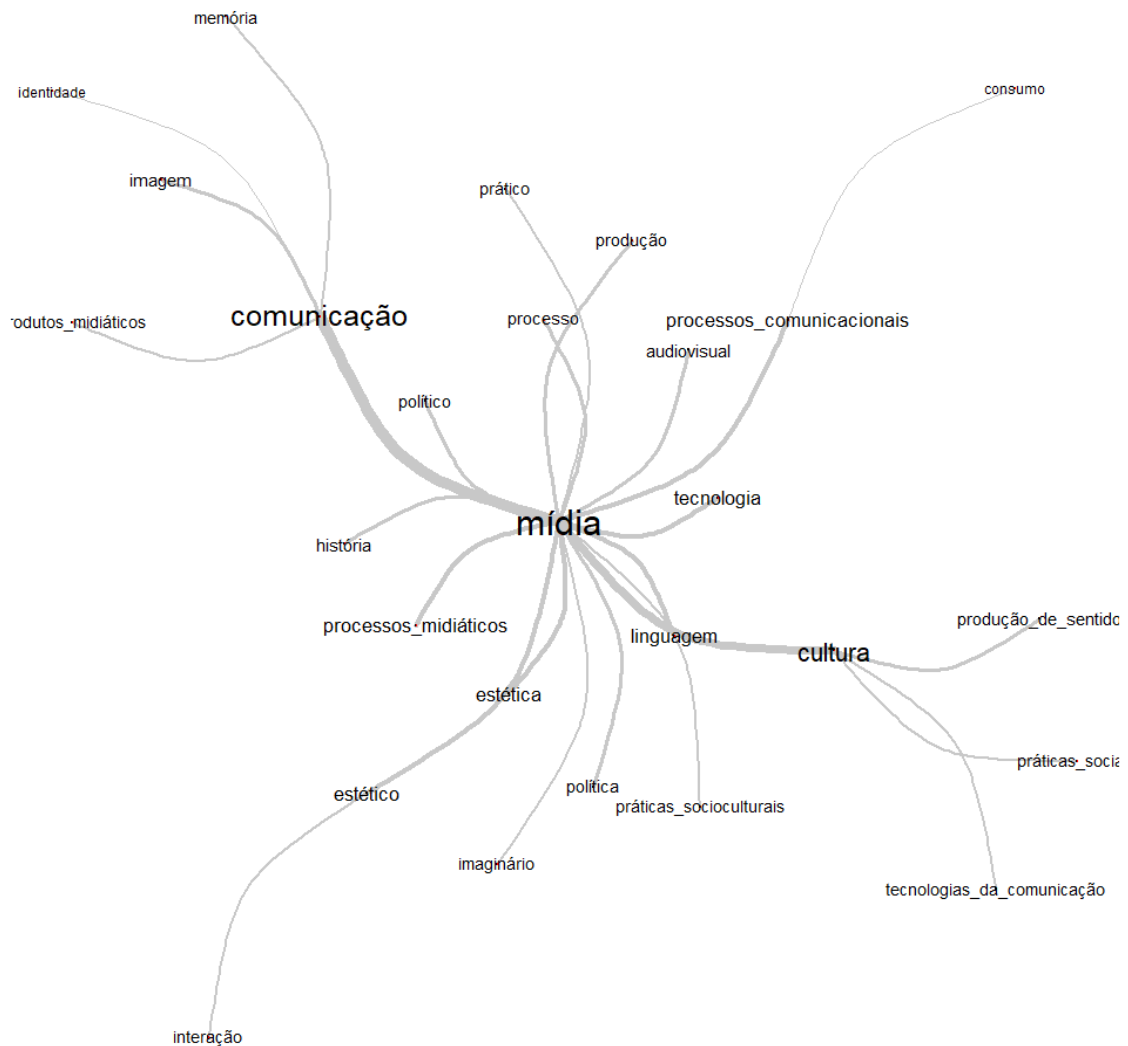
Em suma, o nome de um programa de pós-graduação pode fornecer pistas iniciais sobre sua área de concentração e nível de ensino, mas para uma compreensão completa e precisa das oportunidades e foco de pesquisa oferecidos, é essencial analisar detalhadamente as linhas de pesquisa, corpo docente, estrutura curricular e demais informações disponíveis. Assim, a próxima etapa envolverá uma análise aprofundada das linhas de pesquisa.

### **3.3 Análise das Linhas de pesquisa**

As linhas de pesquisa em um programa de pós-graduação em Comunicação desempenham um papel fundamental na estruturação e orientação da pesquisa acadêmica. Elas fornecem um foco claro, promovem a especialização, incentivam a interdisciplinaridade e facilitam a supervisão de pesquisas, contribuindo para a produção de conhecimento relevante na área. Além disso, atendem às necessidades da sociedade e da academia, enquanto são essenciais para a avaliação e o acompanhamento da qualidade da pesquisa no programa. Nesta análise, examinaremos mais detalhadamente o significado e a importância das linhas de pesquisa em programas de pós-graduação em Comunicação.

Cada programa de pós-graduação em comunicação possui duas ou três linhas de pesquisa. Para essa parte da análise, foi necessário acessar manualmente os sites de cada programa para coletar as linhas de pesquisa e suas respectivas descrições. A fim de identificar as principais tendências nessas linhas de pesquisa, optou-se pela análise de similaridade. Após a coleta dos títulos das linhas de pesquisa nos sites dos Programas de Pós-Graduação, com o auxílio do software Iramuteq, gerou-se um gráfico multidimensional, que posiciona termos semelhantes próximos uns dos outros, tornando mais evidentes relações e padrões ocultos. A figura gerada se apresenta a seguir:

**Figura 3. Análise de similaridade nas linhas de pesquisa dos programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil.**



Fonte: Gráfico gerado pelo Iramuteq, a partir de dados da pesquisa.

Com base no gráfico gerado pelo Iramuteq (Figura 3), o eixo central desses programas caminha entre comunicação, mídia e cultura, sendo o principal foco a mídia. A partir da Mídia, surgem estudos historiográficos, teóricos e práticos sobre diversos

subtemáticas: política, interações, imaginário, processos midiáticos e/ou comunicacionais, práticas socioculturais, de linguagem, consumo e de audiovisuais. Partindo da ligação mídia-cultura, ramificam-se estudos sobre produção de sentido, práticas culturais e tecnologias de comunicação e informação (TIC). Já pela ramificação mídia-comunicação fluem estudos de identidade, memória, imagem e produtos midiáticos. De todo modo, neste grupo é possível verificar temas já consolidados dentro dos Estudos em Comunicação, ressalta-se que apesar de o gráfico apontar para diferentes direções, ele também atrai todos os temas para um grande universo de pesquisa que aglutina as temáticas em um único campo de conhecimento.

O software Iramuteq usou como critério mínimo para aparecer nessa árvore de similaridade três repetições do termo dentro do corpus. Assim, algumas linhas de pesquisa com tendências mais específicas foram invisibilizadas na figura 3, mas não se pode deixar de comentar nesta análise. Um primeiro aspecto estudado são as já citadas regionalidades e territorialidades, ou seja, os estudos que demarcam a relação entre a comunicação e a cultura local/regional de determinado território. Outro aspecto identificado é a tendência para estudos que envolvem o digital (redes sociais digitais, cultura digital, comunicação digital). Em ambos os casos, verifica-se que há uma linguagem própria e a produção de sentidos depende da compreensão dessas culturas específicas.

Por meio de uma visão panorâmica do levantamento dessas linhas de pesquisa, percebe-se que as três esferas de ações ou práticas de classificação dos objetos do campo acadêmico da Comunicação (veiculação, vinculação e cognição) permanecem atuais, ou seja, ainda é possível classificar as pesquisas a partir delas, apesar de que, em algumas linhas, essas características se misturem, ainda é possível identificar qual das três esferas se destaca majoritariamente dentro de cada linha de pesquisa. Assim, para analisar a descrição e ementa das linhas de pesquisa, optou-se por subdividi-las nas três esferas propostas por Sodré (2002), criando, com o auxílio do software Iramuteq, três nuvens de palavras apresentadas a seguir.

**Figura 4 - Nuvens de palavras geradas a partir das descrições das linhas de pesquisa dos Programas de Pós-graduação em Comunicação.**



Fonte: Gráfico gerado pelo Iramuteq, a partir de dados da pesquisa.

A partir das nuvens geradas, é possível identificar que, apesar de suas semelhanças, cada esfera é marcada por termos mais influentes. Na Veiculação, o foco está na produção, no jornalismo, na imagem, no produto, na linguagem. De fato, a comunicação estudada nessas linhas se desdobra sobre o processo de produção e circulação dos conteúdos midiáticos. Por outro lado, as linhas de Vinculação, trazem como foco a relação entre indivíduos, a cultura, a sociedade, a ação dos sujeitos. Entram aqui os estudos a comunicação associada a temas como poder, discursos, estudos hegemônicos e contra-hegemônicos e movimentos sociais, por exemplo. Por fim, a esfera da Cognição, abarca uma mescla entre a Veiculação e a Vinculação, dando destaque para a produção na mídia, mas também para o contexto de recepção e construção de sentidos. Neste grupo, estão incluídas pesquisas sobre representações sociais, memória, identidade, imagem, entre outros.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS E PERSPECTIVAS PARA O FUTURO**

Este artigo apresentou uma visão geral dos programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil, considerando diferentes aspectos: distribuição geográfica, avaliação da CAPES, nomes dos programas e linhas de pesquisa. A distribuição geográfica revela que a região Sudeste concentra a maioria dos programas, seguida



pelo Sul e Nordeste, enquanto algumas regiões, como o Norte, têm menos representação. A análise da CAPES mostra que a maioria dos programas é avaliada como "regular", "bom" ou "muito bom", com apenas uma pequena porcentagem alcançando a excelência internacional. A criação de novos programas, inclusive aqueles em fase de projeto, contribui para a expansão da pesquisa em Comunicação no Brasil, beneficiando o desenvolvimento regional, a diversidade de pesquisa e a formação de recursos humanos.

Os nomes dos programas variam, mas muitos deles incluem termos como "Comunicação", "Mídia" e "Cultura", proporcionando uma ideia geral do foco das pesquisas. No entanto, a análise mais detalhada das linhas de pesquisa, por meio da análise de similaridade, revelou que a mídia é o principal foco, com estudos relacionados à política, interações, imaginário, práticas socioculturais, consumo e audiovisuais. Além disso, existem tendências para pesquisas sobre cultura regional, digital, identidade e poder. No geral, essa análise oferece uma visão abrangente dos programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil, fornecendo informações valiosas para estudantes, pesquisadores e instituições interessadas no campo.

As perspectivas de futuro para os programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil incluem a expansão planejada e a descentralização para regiões menos desenvolvidas, com foco na qualidade e na competitividade. A especialização e diversificação das linhas de pesquisa são essenciais, enquanto a integração com a sociedade e a internacionalização da pesquisa devem ser aprimoradas. Investimentos contínuos em infraestrutura e recursos são necessários para garantir a excelência dos programas, com ênfase na formação de recursos humanos de alta qualidade. Em resumo, os programas de pós-graduação em Comunicação devem buscar um equilíbrio entre expansão, qualidade e relevância para atender às demandas da pesquisa e da sociedade.

## **REFERÊNCIAS**

KUNSCH, M. M. K. A produção científica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas nos Cursos de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil (1970 a 2000). In: Intercom –

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2002, Salvador-BA. **Anais [...]**. Salvador: Intercom, 2002. p. 1-30. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/fbb0aa136c820c4a204269a1f6818983.pdf>. Acesso em: 26 out. 2023.

LOPES, M. I. V. *O campo da comunicação: reflexões sobre seu estatuto disciplinar*. Revista USP, v.1, n.48, p. 46-57, dezembro/fevereiro 2000-2001. São Paulo. Disponível em: <http://www.usp.br/revistausp/48/04-immacolata.pdf>

LOPES, M. I. V.; ROMANCINI, R.. A pós-graduação em comunicação no Brasil. In: KUNSCH, M. M. K.; MELO, J.M.de. (Org.). *Comunicação Ibero-Americana: sistemas midiáticos, diversidade cultural, pesquisa e pós-graduação*. 1 ed.São Paulo: Confibercom/ ECA-USP, 2012, v. 1, p. 189-209.

OTRE, M.A.C.. Quarenta Anos de Pesquisa Sobre Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária no Brasil: análise da produção discente na pós-graduação stricto sensu em comunicação. *Comunicação & Sociedade*, [S.L.], v. 37, n. 3, p. 5-41, 30 dez. 2015. Instituto Metodista de Ensino Superior. <http://dx.doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v37n3p5-41>.

ROMANCINI, R. *O campo da Comunicação no Brasil: institucionalização e capital científico*. 2006, 505 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade de São Paulo.

RIBEIRO, R. J. *Para que serve a avaliação da Capes*. 2007. Disponível em: [https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteudo/Artigo\\_18\\_07\\_07.pdf](https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteudo/Artigo_18_07_07.pdf). Acesso em: 26 out. 2023.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

VENTURINI, A. C.; FERES JÚNIOR, J. Política de ação afirmativa na pós-graduação: o caso das universidades públicas. *Cadernos de Pesquisa*, [S.L.], v. 50, n. 177, p. 882-909, set. 2020. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/198053147491>.