

2025

ADELICIO MACHADO DOS SANTOS

COMUNICOLOGIA

GRANDE ÁREA EPISTEMOLÓGICA E
OUTROS ESTUDOS

ADELICIO MACHADO DOS SANTOS

COMUNICOLOGIA –
GRANDE ÁREA EPISTEMOLÓGICA E OU-
TROS ESTUDOS

Editora Pascal

2025

Editor Chefe: Prof. Dr. Patrício Moreira de Araújo Filho

Edição e Diagramação: Eduardo Mendonça Pinheiro

Edição de Arte: Marcos Clyver dos Santos Oliveira

Bibliotecária: Rayssa Cristhália Viana da Silva – CRB-13/904

Revisão: Adelcio Machado Dos Santos

Conselho Editorial

Dr. Raimundo Luna Neres

Dr. Raimundo José Barbosa Brandão

Dr. Gabriel Nava Lima

Dr. José Ribamar Neres Costa

Dr^a Eliane Rosa da Silva Dilkin

Dr. Will Ribamar Mendes Almeida

Dr. Claudio Alves Benassi

Dr. Diogo de Almeida Viana dos Santos

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S237c

Santos, Adelcio Machado dos

Comunicologia – grande área epistemológica e outros estudos / Adelcio Machado dos Santos — São Luís: Editora Pascal, 2025.

56 f. : il.:

Formato: PDF

Modo de acesso: World Wide Web

ISBN: 978-65-6068-194-1

D.O.I.: 10.29327/5664306

1. Comunicação. 2. Epistemologia. 3. Interdisciplinariedade. 4. Linguagem. I. Santos, Adelcio Machado dos. II. Título.

CDU: 316.77:121:81*005.92

Qualquer parte deste livro poderá ser reproduzida ou transmitida, sejam quais forem os meios empregados: eletrônicos, mecânicos, fotográficos, gravação ou quaisquer outros, desde que seja citado o autor.

*Livro dedicado ao corpo docente do
Curso de Graduação em Jornalismo da Uniarp*

“A pesquisa em comunicação é indispensável para a compreensão crítica dos processos sociais mediados pela linguagem e pela tecnologia”.

Sodré (2009, p. 12)

SODRÉ, Muniz. Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2009.

PREÂMBULO

Prof. Dr. Adelcio Machado dos Santos

Vivemos em uma era em que a comunicação, mais do que uma ferramenta, constitui o tecido fundamental da vida social, cultural e política. Em um tempo de redes digitais, de sobrecarga informacional e de discursos fragmentados, torna-se essencial refletir criticamente sobre os processos comunicativos que estruturam nossas relações cotidianas.

Este livro, “COMUNICOLOGIA – GRANDE ÁREA EPISTEMOLÓGICA E OUTROS ESTUDOS”, surge da necessidade de reunir diferentes olhares, abordagens e perspectivas analíticas sobre um campo dinâmico e multifacetado, cuja importância é crescente nas ciências humanas e sociais aplicadas.

A obra resulta do esforço conjunto de pesquisadores, professores e estudantes que compartilham o interesse comum por compreender as dinâmicas comunicacionais em seus mais variados contextos: da mídia tradicional à internet, da linguagem publicitária à comunicação institucional, da cultura popular à política digital. Os textos aqui reunidos foram concebidos a partir de pesquisas empíricas, revisões teóricas e reflexões críticas desenvolvidas no âmbito acadêmico, mas dialogam diretamente com questões prementes da sociedade contemporânea.

A comunicação, neste livro, não é pensada apenas como técnica ou instrumento, mas como fenômeno cultural, simbólico e social, atravessado por disputas de sentido, por jogos de poder e por práticas de mediação.

O ponto de partida jaz no reconhecimento de que o campo da comunicação não pode ser reduzido a uma disciplina isolada ou a um conjunto de técnicas aplicadas.

Ao contrário, ele se configura como um espaço interdisciplinar, situado entre a sociologia, a antropologia, a filosofia, a linguística, as ciências cognitivas e os estudos culturais. Essa complexidade se reflete na diversidade dos capítulos aqui apresentados, que abordam temas como jornalismo, redes sociais digitais, comunicação organizacional, semiótica, mídia e identidade, entre outros.

Posto que distintos em seus objetos e métodos, os textos compartilham um compromisso comum: pensar criticamente os modos como a comunicação opera na produção de sentido e na constituição da vida social.

Esta coletânea foi organizada com o intuito de oferecer ao leitor uma visão ampla, embora não exaustiva, das principais questões e desafios que mobilizam o campo comunicacional na atualidade. Destarte, perquiram-se os fundamentos da

Comunicação, resgatando pensadores e construtos que contribuíram para a consolidação da área epistêmica.

Sabe-se de que o estudo da Comunicação exige constante atualização e abertura ao novo. Por isso, esta obra não se propõe a oferecer respostas definitivas, mas a fomentar o debate, a suscitar perguntas e a provocar deslocamentos.

Ao longo destas páginas, encontram-se caminhos possíveis para compreender um campo em permanente mutação, cujos objetos de estudo se reinventam na velocidade dos próprios meios de comunicação.

Destarte, o livro “sub examine” se configura em convite ao pensamento crítico, à escuta sensível e ao diálogo interdisciplinar. Mais do que uma reunião de textos, este livro pretende ser um espaço de encontro entre ideias, experiências e inquietações que atravessam todos aqueles que, de alguma forma, lidam com a palavra, a imagem, o som, o gesto e, sobretudo, com o outro.

Em epítome, em tempos de ruído, superficialidade e polarização, refletir sobre Comunicação implica ato ético e político.

BIOGRAFIA DO AUTOR



O Prof. Dr. Adelcio Machado dos Santos é pesquisador em Comunicação, com militância em Economia, Filosofia, História e Sociologia da Comunicação.

Doutor e Pós-Doutor em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e, Pós-Doutor em Gestão do Conhecimento pela UFSC. Bacharel em Filosofia, Licenciado em Letras, e

Tecnólogo em Comunicação Institucional e Produção Publicitária.

O núcleo temático de estudo envolve as linhas de pesquisa: Desenvolvimento e Sociedade, Estudos Culturais e Filosofia da Interdisciplinaridade.

Ex-Reitor, coordenador de curso, vogal da Comissão Própria de Avaliação (CPA), Núcleos Docentes Estruturante (NDE) e colegiado de curso. Integrou os Conselhos Estaduais de Educação, Cultura e Desportos em Santa Catarina.

Militou no “staff” da Assembleia Constituinte de Santa Catarina, Assembleia Legislativa de Santa Catarina, Tribunal de Contas de Santa Catarina, Secretaria de Estado da Educação e Secretaria de Estado da Fazenda.

É avaliador científico de projetos, eventos, editoras e periódicos. Consultor do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas (INEP), Banco de Avaliadores do Sistema Nacional de Avaliação da Educação (BASIs), Banco Nacional de Itens (BNI), Conselho Estadual de Educação de Santa Catarina (CEE/SC) e Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC).

É vogal das seguintes instituições: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Estudos de Lazer (ANPEL), Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR), Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração (ANPAD), Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito (CONPEDI), Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação (ANPEd), Associação Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ANCIB), Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música (ANPPOM) e Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Artes Cênicas. (ABRACE).

Deu a lume a 72 livros, 165 capítulos de livros e 426 artigos científicos.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6663595207403860>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3916-972X>

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	10
<i>FILOSOFIA DA COMUNICAÇÃO: reflexões teóricas e epistemológicas</i>	
CAPÍTULO 2	26
<i>A NECESSIDADE DE INSTITUCIONALIZAÇÃO DA GRANDE ÁREA DE COMUNICOLÓGIA: abordagem introdutória</i>	
CAPÍTULO 3	41
<i>ABORDAGENS DA COMUNICAÇÃO: análise comparativa entre a Antropologia, História e Sociologia</i>	

1



FILOSOFIA DA COMUNICAÇÃO: reflexões teóricas e epistemológicas

**PHILOSOPHY OF COMMUNICATION:
theoretical and epistemological reflections**

Resumo

Este artigo tem como objetivo investigar os fundamentos teóricos e epistemológicos da filosofia da comunicação, explorando suas matrizes conceituais, tensões críticas e implicações contemporâneas. A partir de uma revisão bibliográfica abrangente, são discutidas a gênese filosófica da reflexão comunicacional, as contribuições da teoria da informação e do pensamento sistêmico, bem como os aportes da filosofia da linguagem e da epistemologia crítica. A comunicação é aqui compreendida como fenômeno complexo, estruturante da experiência humana e atravessado por disputas simbólicas e relações de poder. Ao articular distintas tradições teóricas, o artigo propõe uma compreensão ampliada da comunicação como prática simbólica, intersubjetiva e historicamente situada. Conclui-se que a filosofia da comunicação constitui um campo fértil para o pensamento crítico, capaz de enfrentar os desafios éticos, políticos e epistemológicos da sociedade contemporânea.

Palavras-chave: filosofia da comunicação; epistemologia; linguagem; complexidade.

Abstract

This article aims to investigate the theoretical and epistemological foundations of the philosophy of communication, exploring its conceptual matrices, critical tensions, and contemporary implications. Based on an extensive bibliographical review, the study addresses the philosophical genesis of communicational reflection, contributions from information theory and systems thinking, as well as insights from the philosophy of language and critical epistemology. Communication is understood here as a complex phenomenon that structures human experience and is permeated by symbolic disputes and power relations. By articulating different theoretical traditions, the article proposes an expanded understanding of communication as a symbolic, intersubjective, and historically situated practice. It concludes that the philosophy of communication represents a fertile field for critical thought, capable of addressing the ethical, political, and epistemological challenges of contemporary society.

Keywords: philosophy of communication; epistemology; language; complexity.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação tem sido, desde os primórdios da filosofia, um elemento fundamental na constituição da experiência humana e no desenvolvimento das formas de sociabilidade. No entanto, sua compreensão como objeto filosófico específico é um fenômeno relativamente recente, que exige um esforço teórico rigoroso para desvencilhar-se de abordagens estritamente técnicas, informacionais ou funcionais.

A filosofia da comunicação, enquanto campo de reflexão, não se limita à descrição dos processos comunicacionais, mas busca interrogar suas bases ontológicas, epistemológicas, éticas e políticas. Trata-se, portanto, de um empreendimento intelectual que visa compreender a comunicação não apenas como instrumento de troca de informações, mas como espaço privilegiado de constituição do sujeito, do conhecimento, da linguagem e da cultura.

Ao longo da história do pensamento ocidental, os conceitos de linguagem, discurso e sentido estiveram no cerne das discussões filosóficas. Desde a retórica aristotélica até as investigações contemporâneas sobre a performatividade discursiva, a comunicação tem sido compreendida como prática fundante da vida social. Na Antiguidade Clássica, a arte da palavra era entendida como instrumento de persuasão, mas também como expressão da racionalidade.

No século XX, com o advento das teorias da linguagem e a ampliação do debate sobre os meios de comunicação de massa, surgem novas exigências teóricas, que desestabilizam as concepções tradicionais de verdade, significação e subjetividade.

É nesse contexto que emerge a necessidade de um campo teórico específico que articule os fundamentos filosóficos e epistemológicos da comunicação. A filosofia da comunicação, nesse sentido, ultrapassa a visão instrumental e informacional predominante em algumas abordagens das ciências da comunicação, propondo uma análise crítica das condições de possibilidade do comunicar, do dizer, do compreender e do interagir. Essa abordagem filosófica propõe uma reconfiguração dos paradigmas tradicionais de conhecimento, ao considerar a comunicação não como um mero meio, mas como um processo constituinte do próprio real, da convivência e da produção simbólica.

Destarte, compreender a comunicação filosoficamente é também compreender os modos pelos quais o ser humano se insere no mundo, produz sentido e estabelece relações com o outro. Isso implica em pensar a linguagem para além de sua função representacional, como algo que

constitui e é constituído por relações de poder, desejo, afeto e historicidade. A filosofia da comunicação coloca em evidência questões fundamentais: como o sentido é produzido e compartilhado? Qual é o papel da linguagem na construção do conhecimento? Como os discursos moldam a realidade social e política? Quais os limites da objetividade em uma sociedade midiaticizada? Essas indagações não apenas interpelam os estudiosos da comunicação, mas também ecoam em outros campos do saber, como a filosofia da linguagem, a hermenêutica, a fenomenologia, a teoria crítica e a epistemologia contemporânea.

Este artigo, precipuamente, colima refletir sobre os fundamentos teóricos e epistemológicos da filosofia da comunicação, promovendo um diálogo entre autores clássicos e contemporâneos que se debruçaram sobre a linguagem, o discurso, o conhecimento e o poder.

Destarte, busca-se mapear algumas das principais correntes filosóficas que influenciaram esse campo, evidenciando suas contribuições para o entendimento da comunicação como fenômeno complexo, dinâmico e situado historicamente e culturalmente.

Para isso, o texto está estruturado em seis seções. Após esta introdução, a segunda seção abordará os fundamentos filosóficos da comunicação, examinando desde a tradição clássica grega até a virada linguística do século XX. A terceira seção analisará a comunicação como problema epistemológico, destacando suas interfaces com a produção do conhecimento e os desafios da objetividade. Na quarta seção, serão exploradas reflexões teóricas contemporâneas que reposicionam a comunicação dentro dos sistemas sociais e da filosofia da linguagem. Em seguida, a quinta seção problematizará as tensões epistemológicas entre comunicação, linguagem e verdade, destacando os dilemas éticos e políticos que atravessam os discursos na atualidade.

Por final, serão apresentadas as considerações finais, que sintetizam os principais argumentos discutidos e apontam caminhos possíveis para a continuidade da pesquisa filosófica nesse campo.

A metodologia adotada consiste em caráter qualitativo, com ênfase na revisão bibliográfica e na análise crítica de referenciais teóricos que dialogam com a filosofia da linguagem, a epistemologia, a teoria crítica da comunicação e a hermenêutica. O objetivo não é oferecer respostas definitivas, mas estimular o pensamento filosófico em torno de uma temática que, embora amplamente explorada nas ciências sociais e comunicacionais, ainda carece de uma abordagem rigorosa e sistemática sob a ótica filosófica.

Em tempos marcados por profundas transformações tecnológicas, aceleradas formas de mediação e disputas discursivas, refletir filosoficamente sobre a comu-

nicação torna-se tarefa urgente. Ao reconstituir as matrizes filosóficas que fundamentam os modos de comunicar e significar o mundo, este artigo pretende contribuir para o fortalecimento de um campo crítico e interdisciplinar, comprometido com a complexidade e a densidade da experiência comunicacional humana.

2 A GÊNESE DA REFLEXÃO COMUNICACIONAL NA FILOSOFIA

A reflexão filosófica sobre a comunicação remonta à Grécia Antiga, período em que os primeiros pensadores sistematizaram investigações sobre a linguagem, o logos, a retórica e a dialética como instrumentos do pensamento e da convivência política. Na tradição filosófica clássica, a comunicação aparece intrinsecamente ligada à racionalidade e à constituição do sujeito, desempenhando papel fundamental na estruturação do saber, na construção do *ethos* e na organização da pólis.

Platão (c. 427–347 a.C.), ao rejeitar a retórica sofística como arte de mera persuasão sem compromisso com a verdade, inaugura uma crítica ética e epistemológica à comunicação baseada apenas em aparência e manipulação.

Em *Górgias*, ele contrapõe a retórica à filosofia, argumentando que “a retórica é uma espécie de adulação”, enquanto a filosofia busca, por meio do diálogo e da maiêutica, alcançar a verdade (Platão, 2012). Para Platão, a linguagem deve ser orientada por um ideal de verdade e justiça, sendo, portanto, o discurso (logos) um meio de acesso ao mundo inteligível.

Aristóteles (384–322 a.C.), por sua vez, sistematiza a retórica como um instrumento legítimo da vida pública e política. Em sua obra *Retórica*, define-a como “a faculdade de observar, em cada caso, os meios de persuasão que existem” (Aristóteles, 2005, p. 17). Para ele, a comunicação não é apenas técnica, mas envolve três elementos fundamentais: *ethos* (credibilidade do orador), *pathos* (emoção do público) e logos (lógica do argumento).

Outrossim, Aristóteles fundamenta a lógica como estrutura do pensamento discursivo, inaugurando uma tradição que associa linguagem, razão e comunicação enquanto estruturas formais do conhecimento.

Esse embrião filosófico da reflexão comunicacional implica que o ato de comunicar, desde seus primórdios, é visto como parte constitutiva da atividade racional humana e da ética do convívio coletivo. A retórica e a dialética foram as primeiras formas sistematizadas de práticas comunicativas na tradição ocidental, e ambas estão profundamente enraizadas no *ethos* democrático da Grécia clássica.

A linguagem, nesse contexto, não é apenas um instrumento de descrição do mundo, mas um modo de ser-no-mundo, uma condição ontológica que estrutura

a intersubjetividade e a convivência.

No entanto, o pensamento clássico não esgota a questão. Com o advento do cristianismo e da filosofia medieval, observa-se uma mudança na compreensão do logos, que passa a ser interpretado como expressão da verdade divina. A teologia cristã, especialmente em Agostinho de Hipona, ressignifica a linguagem como mediadora entre Deus e os homens.

Em *De Magistro*, Agostinho (2006) argumenta que apenas Deus ensina verdadeiramente, sendo a linguagem humana um signo imperfeito e limitado. Aqui, a comunicação é vista como falível, sendo a iluminação interior o verdadeiro caminho para o saber.

Na modernidade, a comunicação passa a ser analisada sob a ótica da racionalidade científica e do sujeito cognoscente. Descartes, em sua busca por um método seguro para o conhecimento, recorre à linguagem como forma de ordenar o pensamento lógico, embora reconheça suas ambiguidades (Descartes, 1999). Já John Locke, em *Ensaio sobre o Entendimento Humano*, discute os limites da linguagem e os mal-entendidos comunicativos que surgem da imprecisão dos signos linguísticos (Locke, 2003).

A preocupação com a clareza e a objetividade do discurso reflete a confiança moderna na razão como fundamento do conhecimento.

Contudo, é com o idealismo alemão, especialmente em Hegel, que a linguagem volta a adquirir centralidade ontológica. Na *Fenomenologia do Espírito*, Hegel (2010) apresenta a linguagem como meio pelo qual o Espírito se objetiva no mundo, sendo, portanto, essencial à constituição da consciência e da história. Já no século XX, essa tradição encontra novo vigor na virada linguística da filosofia analítica e continental, cujos desdobramentos serão explorados em seções posteriores.

Os estudos contemporâneos sobre comunicação, como os de Habermas, Gadamer, Paul Ricoeur e outros, retomam essas matrizes clássicas para repensar o papel da linguagem na racionalidade comunicativa e na construção do consenso intersubjetivo. Habermas (2012), por exemplo, reivindica o legado aristotélico e platônico ao propor uma ética discursiva que fundamenta a legitimidade das normas na possibilidade de um entendimento racional entre os sujeitos.

Destarte, pode-se afirmar que a gênese da reflexão comunicacional na filosofia não está restrita à emergência das ciências da comunicação no século XX, mas possui raízes profundas que atravessam milênios de pensamento ocidental. A comunicação sempre foi um problema filosófico — seja como técnica, arte, instrumento de persuasão ou condição ontológica.

Resgatar essas matrizes clássicas permite compreender a comunicação não apenas como fenômeno contemporâneo, mas como uma das mais complexas ex-

pressões da humanidade em sua busca por sentido, verdade e convivência.

3 MODERNIDADE E CRÍTICA DA RAZÃO COMUNICATIVA

A modernidade filosófica foi marcada por uma profunda transformação na concepção de razão e sujeito, com desdobramentos significativos para a compreensão da comunicação. A partir do século XVII, a filosofia passa a conceber o conhecimento como produto da subjetividade autônoma, fundando-se na evidência, na clareza e na distinção dos enunciados, conforme proposto por Descartes (1999).

Essa guinada epistemológica, no entanto, relegou a linguagem e a comunicação a um papel secundário, pois o foco passou a recair sobre o sujeito cognoscente isolado, cuja tarefa era apreender verdades objetivas sobre o mundo.

A razão moderna, portanto, foi predominantemente instrumental — voltada à dominação da natureza e à sistematização técnica do conhecimento. Weber (1992) diagnosticou esse fenômeno como um processo de racionalização crescente da vida social, no qual os meios se sobrepõem aos fins e a comunicação tende a ser instrumentalizada.

A crítica à razão instrumental encontra ressonância em diversos autores do século XX, notadamente na tradição da Teoria Crítica, que buscará resgatar uma noção mais ampla de racionalidade, incorporando a dimensão comunicativa e intersubjetiva da vida humana.

Jürgen Habermas, principal expoente da segunda geração da Escola de Frankfurt, propõe em *Teoria do Agir Comunicativo* (2012) uma distinção fundamental entre dois tipos de racionalidade: a instrumental e a comunicativa. A razão instrumental refere-se à ação estratégica, em que os agentes perseguem objetivos com base na eficiência dos meios.

Já a razão comunicativa é orientada pelo entendimento mútuo, sendo inerente à linguagem como meio de coordenação social baseada na argumentação, no consenso e na reciprocidade.

Habermas (2012) argumenta que a modernidade fracassou em sua promessa de emancipação justamente por haver colonizado o “mundo da vida” com os sistemas do poder e do dinheiro, promovendo uma patologização da comunicação. A crítica à razão moderna, nesse sentido, não implica a sua rejeição, mas sim a necessidade de reorientá-la em direção a uma racionalidade comunicativa que valorize a argumentação pública e a deliberação democrática (Habermas, 2012).

Sua proposta é construir uma ética do discurso fundamentada em princípios de universalização e reciprocidade, capazes de legitimar normas sociais por meio do debate argumentativo.

Paralelamente, a hermenêutica filosófica contemporânea também oferece críticas contundentes à razão moderna, particularmente no que diz respeito à objetividade e neutralidade da linguagem. Gadamer (2000) rejeita a ideia de que a compreensão possa ser alcançada por métodos científicos ou por uma razão descontextualizada. Para o autor, toda compreensão é histórica, linguística e situada, e a comunicação ocorre no horizonte da fusão de perspectivas (*Horizontverschmelzung*), em que o intérprete participa ativamente da constituição do sentido.

Outro pensador fundamental é Paul Ricoeur, cuja filosofia da linguagem articula hermenêutica, fenomenologia e ética. Em obras como *A metáfora viva* (Ricoeur, 2005), o autor mostra como a linguagem não apenas representa o mundo, mas o configura simbolicamente. A comunicação, nesse contexto, é um processo criativo e interpretativo que envolve mediações simbólicas e narrativas. Ricoeur também destaca o papel da narrativa na construção da identidade, ampliando o escopo da racionalidade comunicativa para incluir a dimensão temporal e ética da experiência humana.

Ademais desses autores, é imprescindível considerar o impacto da virada linguística e da crítica pós-estruturalista na filosofia da comunicação. Foucault (1996) concebe o discurso como prática social que produz saber e poder. Em vez de uma razão comunicativa consensual, Foucault descreve a comunicação como campo de disputas e regimes de verdade. A crítica foucaultiana revela os mecanismos pelos quais determinados discursos se impõem como legítimos, excluindo outros por meio de dispositivos de poder-saber.

Por conseguinte, enquanto Habermas aposta na possibilidade de uma comunicação orientada pelo entendimento racional, autores como Foucault, Derrida e Lyotard colocam em xeque a própria ideia de consenso, mostrando que a comunicação está atravessada por assimetrias, conflitos e rupturas.

Lyotard (1993), em especial, critica os “grandes relatos” legitimadores da modernidade, propondo uma valorização das narrativas plurais e dos jogos de linguagem heterogêneos que resistem à unificação discursiva.

A crítica à razão moderna, portanto, revela múltiplos caminhos filosóficos que convergem na necessidade de repensar a comunicação para além da lógica instrumental. Seja por meio da ética discursiva de Habermas, da hermenêutica ontológica de Gadamer, da fenomenologia simbólica de Ricoeur ou da genealogia crítica de Foucault, emerge um consenso negativo: a comunicação, longe de ser um processo neutro e transparente, é mediada por estruturas históricas, linguísticas e políticas que demandam análise filosófica rigorosa.

4 EPISTEMOLOGIA DA COMUNICAÇÃO: LIMITES E POSSIBILIDADES

A epistemologia da comunicação constitui-se como um campo complexo e interdisciplinar, cujas fronteiras dialogam com a filosofia da linguagem, a teoria do conhecimento, a semiótica, a hermenêutica, a sociologia e as ciências da informação. Ao se debruçar sobre os modos de produção, transmissão e validação do saber comunicacional, essa vertente filosófica busca compreender não apenas o conteúdo da mensagem, mas os regimes de verdade que a estruturam, os sujeitos que a enunciam, os meios que a veiculam e as estruturas sociais que a sustentam (Barbero, 2003).

Desde os primórdios da filosofia, a linguagem já era reconhecida como meio de expressão do pensamento e, ao mesmo tempo, como obstáculo epistemológico. Platão, por exemplo, desconfiava da palavra como veículo confiável da verdade, uma vez que ela poderia ser manipulada pela retórica (Platão, 2012).

Na modernidade, a epistemologia ganha contornos mais objetivos, com o predomínio do modelo científico-empírico, que valoriza a observação, a racionalidade e a verificação lógica. Nesse contexto, a comunicação é frequentemente reduzida a um meio de transmissão de informações entre emissor e receptor, conforme o modelo linear elaborado por Shannon e Weaver (1949), cujo enfoque técnico, embora funcional para sistemas de engenharia, revelou-se insuficiente para os fenômenos comunicacionais humanos.

Do ponto de vista epistemológico, o modelo de Shannon e Weaver carece de uma dimensão crítica, pois ignora os aspectos culturais, simbólicos e ideológicos da linguagem. Como observa Barbero (2003), a comunicação não pode ser compreendida apenas como transferência de mensagens, mas como produção de sentidos em contextos históricos concretos.

Nesse sentido, a epistemologia da comunicação exige uma abordagem que vá além da lógica instrumental, incorporando a complexidade das interações humanas e as dinâmicas de poder que atravessam os discursos.

A emergência da teoria crítica da comunicação e da virada linguística na filosofia contribuiu decisivamente para o alargamento das possibilidades epistemológicas nesse campo. Habermas (2012), ao propor a teoria do agir comunicativo, oferece um modelo alternativo à racionalidade instrumental, enfatizando que a comunicação, em sua forma ideal, é orientada pelo entendimento mútuo entre sujeitos capazes de argumentar racionalmente. A validade dos enunciados, segundo Habermas, depende de sua aceitabilidade em situações discursivas ideais, baseadas na simetria, na reciprocidade e na ausência de coerção.

Contudo, essa proposta também enfrenta críticas. Foucault (1996) questiona a

própria noção de consenso racional, argumentando que os discursos estão enredados em relações de poder e que a produção de saber está intrinsecamente ligada a dispositivos de dominação. Para Foucault, a comunicação não é um espaço neutro de troca simbólica, mas um campo de luta no qual certas vozes são silenciadas e outras legitimadas. Tal perspectiva introduz uma abordagem genealógica à epistemologia da comunicação, destacando seus limites políticos e éticos.

Outro autor relevante é Lévy (1999), que propõe uma epistemologia da comunicação voltada à cibercultura. Para ele, a revolução digital modifica os modos de produção e compartilhamento do conhecimento, instaurando uma inteligência coletiva em rede. Essa descentralização da informação traz novas possibilidades epistêmicas, ao mesmo tempo que desafia os modelos clássicos de autoridade, autoria e veracidade.

Em ambientes digitais, como redes sociais, fóruns e wikis, o saber torna-se colaborativo, mutável e muitas vezes efêmero, o que demanda novas formas de validação e crítica epistemológica.

Nesse cenário, destaca-se também a epistemologia da complexidade, proposta por Morin (2011), segundo a qual o conhecimento comunicacional não pode ser fragmentado ou compartimentalizado. Morin defende que o saber é sempre multidimensional, interligado e contextualizado, e que a comunicação deve ser analisada a partir dessa perspectiva complexa. O comunicador, nesse sentido, é também um epistemólogo, pois precisa interpretar, selecionar, sintetizar e reconfigurar informações em função de contextos culturais e sociais específicos.

Destarte, a epistemologia da comunicação encontra seus limites quando reduz o conhecimento ao transmissível, à lógica da codificação e decodificação, ou à mera repetição de dados desprovidos de contexto. Limita-se também quando não considera a historicidade, a corporeidade e a performatividade dos sujeitos comunicantes (Barbero, 2003). Mas encontra suas possibilidades quando incorpora a diversidade das linguagens, a multiplicidade dos saberes e a pluralidade dos mundos de vida.

Consequentemente, compreende-se que o campo epistemológico da comunicação exige, portanto, uma postura reflexiva, crítica e transdisciplinar. Deve dialogar com as diferentes tradições filosóficas, reconhecer os atravessamentos do poder, da cultura e da técnica, e promover uma abertura ao novo — àquilo que escapa às categorias formais do pensamento tradicional.

A comunicação, enquanto fenômeno epistêmico, não é um simples canal de transmissão, mas um espaço criador de mundos, de identidades e de formas de conhecer.

5 PENSAMENTO SISTÊMICO E TEORIA DA COMUNICAÇÃO

Luhmann (2006) reflete que a compreensão da comunicação no contexto contemporâneo exige o diálogo com paradigmas teóricos que transcendam os modelos clássicos de transmissão linear da informação.

Entre os principais aportes conceituais nesse sentido, destacam-se o pensamento sistêmico e a teoria matemática da informação, duas abordagens que, embora oriundas de matrizes distintas, convergem na tentativa de compreender a comunicação como processo dinâmico, complexo e interdependente.

A teoria da informação, formulada por Claude Shannon e Warren Weaver no final da década de 1940, surgiu no contexto da engenharia elétrica, com o objetivo de resolver problemas técnicos relacionados à eficiência da transmissão de sinais em canais de comunicação. Os autores estabelecem um modelo linear composto por cinco elementos fundamentais: emissor, transmissor, canal, receptor e destinatário (Shannon; Weaver, 1949).

Esse modelo matemático introduziu conceitos-chave como “entropia”, “redundância” e “ruído”, oferecendo ferramentas para quantificar e otimizar o fluxo de informações.

Conquanto o seu caráter tecnicista, a teoria da informação exerceu grande influência sobre os estudos comunicacionais ao longo do século XX, sobretudo por fornecer uma base formal para a análise dos processos de codificação e decodificação de mensagens.

No entanto, a crítica epistemológica aponta que o modelo de Shannon e Weaver desconsidera aspectos semânticos, pragmáticos e contextuais da linguagem humana. Como afirma Eco (1980), a teoria da informação trata apenas da eficiência da transmissão, e não do sentido das mensagens — quanto mais informativa é uma mensagem, menos sentido ela possui no plano semântico.

É justamente nesse ponto que o pensamento sistêmico oferece uma ampliação conceitual da comunicação. Influenciado pela teoria geral dos sistemas (Bertalanffy, 1975), o pensamento sistêmico considera os fenômenos sociais e comunicacionais como sistemas abertos, autopoieticos e dinâmicos, compostos por múltiplos elementos em interação. A ênfase desloca-se da linearidade para a complexidade, da causalidade direta para a retroalimentação, e do emissor para a rede de relações.

Dentro dessa perspectiva, a contribuição de Luhmann (2006) é fundamental. Em *A realidade da mídia* (2006), Luhmann propõe uma teoria dos sistemas sociais baseada na autopoiese, conceito originalmente desenvolvido por Humberto Maturana e Francisco Varela (1997) no âmbito da biologia. Segundo Luhmann, a comunicação não é uma simples transmissão de conteúdos, mas um processo autô-

nomo de construção de sentido (*Sinn*) realizado pelo sistema social.

A sociedade, nesse modelo, é composta por sistemas comunicativos autorreferenciais, como o direito, a política, a economia e a mídia, cada um operando com sua própria lógica de códigos binários.

Para Luhmann (2006), os sistemas sociais não se comunicam com indivíduos, mas com outros sistemas. Os sujeitos não participam da comunicação; eles são condição externa para sua ocorrência. Isso representa uma ruptura radical com as abordagens intersubjetivas, como a de Habermas, pois o foco não está no entendimento mútuo entre agentes racionais, mas na complexidade das operações sistêmicas. A função da comunicação, nesse contexto, é reduzir a complexidade ambiental, selecionando informações pertinentes a partir de contingências.

A articulação entre teoria da informação e pensamento sistêmico também se manifesta em áreas como a cibernética, a ecologia da informação e a semiótica sistêmica. Bateson (1979), por exemplo, desenvolveu uma abordagem ecológica da mente, na qual informação é entendida como “a diferença que faz diferença”. Tal concepção transcende a mera transferência de dados, posicionando a comunicação como relação entre sistemas cognitivos e ecossistemas culturais.

Outro pensador relevante nesse campo é Morin (2005), que propõe uma epistemologia da complexidade voltada à interconexão entre sistemas. Em *O Método* (Morin, 2005), ele argumenta que os processos comunicacionais são sempre multidimensionais, atravessados por elementos técnicos, simbólicos, afetivos e políticos.

Para Morin, compreender a comunicação requer uma abordagem que integre diferentes níveis de realidade e que reconheça a incerteza, a contradição e o paradoxo como componentes constitutivos do saber.

As possibilidades abertas pelo pensamento sistêmico e pela teoria da informação revelam que a comunicação não pode ser compreendida a partir de uma única lógica interpretativa. Trata-se de um fenômeno multiescalar, que envolve desde os circuitos tecnológicos até os sentidos simbólicos e as redes de poder. Maturana e Varela (1997) observam que esse modelo sistêmico permite descrever a comunicação como processo emergente e adaptativo, enquanto a teoria da informação fornece instrumentos formais para analisar sua eficiência estrutural.

Contudo, ambos os paradigmas também apresentam limites. O formalismo da teoria da informação tende a excluir os fatores culturais e ideológicos, enquanto o funcionalismo sistêmico pode obscurecer a agência humana e as disputas simbólicas. Assim, o desafio epistemológico consiste em articular essas abordagens com perspectivas críticas, hermenêuticas e pragmáticas que reintroduzam a dimensão ética e política da comunicação.

6 FILOSOFIA DA LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO: REFLEXÕES CONTEMPORÂNEAS

A filosofia da linguagem ocupa papel central na consolidação da filosofia da comunicação, sobretudo a partir do século XX, quando a linguagem passa a ser concebida não apenas como meio de expressão do pensamento, mas como condição ontológica do próprio existir. Com o advento da chamada “virada linguística”, a linguagem deixa de ser vista como um espelho do mundo e torna-se estruturante do conhecimento, da subjetividade e da realidade social.

Wittgenstein (2009) representa um marco incontornável nesse debate. O autor defende que a linguagem tem a função de representar estados de coisas no mundo, sustentando uma concepção referencial e lógica do discurso. No entanto, ao longo de sua trajetória intelectual, Wittgenstein rompe com essa visão positivista. Wittgenstein (2005), ele introduz o conceito de “jogos de linguagem”, afirmando que o significado das palavras depende do uso que delas se faz em contextos específicos. A linguagem, segundo essa perspectiva, é uma prática social, e compreender uma afirmação significa entender a forma de vida na qual ela se insere.

Essa mudança de paradigma tem implicações diretas para a filosofia da comunicação, pois desloca o foco do conteúdo da mensagem para os atos de fala e seus efeitos no contexto da interação. É neste sentido que Austin (1962) argumenta sobre a teoria dos atos de fala, distinguindo entre enunciados constativos (que descrevem) e performativos (que realizam ações). Austin mostra que, ao dizer algo, o falante não apenas transmite informações, mas também executa atos sociais — prometer, ordenar, nomear, etc.

John Searle, discípulo de Austin, amplia essa teoria ao sistematizar os diferentes tipos de atos de fala — locutivos, ilocutivos e perlocutivos — e ao destacar a intencionalidade como elemento estruturante da linguagem (Searle, 1980). Tais concepções mostram que a comunicação é um processo ativo, intersubjetivo e situado, no qual os sujeitos criam, modificam e negociam sentidos a partir de regras implícitas nos contextos socioculturais.

A vertente hermenêutica da filosofia da linguagem, representada por Gadamer (2000), também oferece importantes contribuições. O autor propõe que toda compreensão é, essencialmente, interpretação, sendo mediada pela linguagem como horizonte comum entre os interlocutores (Gadamer, 2000). Gadamer rejeita a objetividade científica como critério último do conhecimento e afirma que a comunicação é um evento de fusão de horizontes, ou seja, um encontro entre diferentes perspectivas históricas que se abrem ao diálogo.

Já no âmbito do pensamento dialógico, Bakhtin (2011) concebe a linguagem como um campo de forças ideológicas em disputa. Para ele, todo enunciado é um ato social, situado num espaço de relações assimétricas entre sujeitos. O conceito de “dialogismo” proposto por Bakhtin (2011) revela que a comunicação está sempre atravessada por múltiplas vozes, e que a significação é um processo relacional, tensionado por alteridades. A palavra nunca é neutra: ela carrega valores, intencionalidades e posicionamentos sociais.

Destarte, a filosofia da linguagem oferece à filosofia da comunicação um aporte teórico robusto para compreender os aspectos pragmáticos, éticos e políticos da interação verbal e não verbal. Como afirma Austin (1990), os sentidos não estão fixos na estrutura linguística, mas emergem da prática discursiva, dos contextos históricos e das condições materiais de produção.

Por conseguinte, ao articular as contribuições da filosofia da linguagem, a comunicação pode ser entendida como ato criativo e interpretativo, como prática situada e como espaço de negociação simbólica. Mais do que um canal neutro de transmissão, a linguagem é um mundo em si mesma — um lugar onde se travam lutas por significação, identidade e poder.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A filosofia da comunicação, enquanto campo de investigação crítico e interdisciplinar, revela-se fundamental para o entendimento profundo das dinâmicas simbólicas, epistemológicas e ontológicas que permeiam o fenômeno comunicacional.

Ao longo deste trabalho, foi possível demonstrar que a comunicação, longe de ser uma simples transmissão técnica de mensagens, constitui-se como processo complexo de produção de sentido, atravessado por práticas discursivas, estruturas de poder e mediações culturais. A articulação entre linguagem, verdade e subjetividade delineia uma epistemologia própria que exige atenção às condições históricas, sociais e filosóficas da enunciação.

As matrizes clássicas da filosofia, desde Platão e Aristóteles, já identificavam a relevância do logos na organização da vida política e na busca pela verdade. No entanto, é com o desenvolvimento da modernidade e suas respectivas críticas — especialmente a partir da virada linguística — que a linguagem e a comunicação ganham centralidade como temas filosóficos estruturantes.

A razão comunicativa de Habermas, as práticas discursivas de Foucault e os jogos de linguagem de Wittgenstein ilustram o deslocamento do foco da consciência isolada para as condições intersubjetivas e histórico-sociais do conhecimento.

A epistemologia da comunicação, como demonstrado, enfrenta o desafio de transitar entre paradigmas formais e hermenêuticos, entre a lógica da informação e a densidade simbólica da linguagem humana. A tensão entre objetividade e intersubjetividade, entre técnica e sentido, exige modelos analíticos abertos, sensíveis à complexidade dos contextos e das interações comunicativas. As contribuições do pensamento sistêmico, da filosofia da linguagem e das teorias dos atos de fala oferecem ferramentas fecundas para pensar a comunicação como fenômeno integrador e constitutivo do real.

Adicionalmente, o reconhecimento da comunicação como espaço de disputas simbólicas e de negociação de sentidos amplia seu alcance filosófico, superando abordagens tecnicistas. A linguagem torna-se, assim, um lugar privilegiado para a emergência do novo, da alteridade e da crítica social. A comunicação deixa de ser um mero canal e passa a ser concebida como estrutura epistemológica e existencial do ser-no-mundo, demandando abordagens que articulem ética, estética e política.

Em epítome, refletir filosoficamente sobre a comunicação é um exercício de desnaturalização, de retorno aos fundamentos e de abertura a novas formas de conhecer e significar o mundo. A filosofia da comunicação não apenas contribui para a consolidação de um campo teórico autônomo, mas também instiga o pensamento a se posicionar diante dos desafios contemporâneos: a fragmentação discursiva, a crise da verdade, a tecnificação dos vínculos humanos e a necessidade de um novo pacto comunicativo entre os sujeitos.

REFERÊNCIAS

- AGOSTINHO, Santo. *O mestre (De Magistro)*. São Paulo: Paulus, 2006.
- ARISTÓTELES. *Retórica*. Tradução: Manuel Alexandre Júnior. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005.
- AUSTIN, John Langshaw. *Quando dizer é fazer: palavras e ação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.
- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- BARBERO, Jesús Martín. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- BATESON, Gregory. *Mind and Nature: A Necessary Unity*. New York: Bantam Books, 1979.
- BERTALANFFY, Ludwig von. *Teoria geral dos sistemas*. Petrópolis: Vozes, 1975.
- DESCARTES, René. *Discurso do método*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- ECO, Umberto. *O signo*. São Paulo: Perspectiva, 1980.

- FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1996.
- GADAMER, Hans-Georg. *Verdade e método*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- HABERMAS, Jürgen. *Consciência moral e agir comunicativo*. 3. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2012.
- HEGEL, G. W. F. *Fenomenologia do espírito*. Petrópolis: Vozes, 2010.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LOCKE, John. *Ensaio acerca do entendimento humano*. São Paulo: Editora UNESP, 2003.
- LUHMANN, Niklas. *A realidade da mídia: uma teoria funcionalista dos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.
- LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre o saber*. São Paulo: José Olympio, 1993.
- MATURANA, Humberto; VARELA, Francisco. *A árvore do conhecimento: as bases biológicas da compreensão humana*. São Paulo: Palas Athena, 1997.
- MORIN, Edgar. *A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento*. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.
- MORIN, Edgar. *O método 1: A natureza da natureza*. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- PLATÃO. *Górgias*. Tradução: Carlos Alberto Nunes. Belém: EDUFPA, 2012.
- RICOEUR, Paul. *A metáfora viva*. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2005.
- SEARLE, John. *Speech acts: an essay in the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press, 1980.
- SHANNON, Claude; WEAVER, Warren. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1949.
- WEBER, Max. *Ensaio de sociologia*. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1992.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. *Investigações filosóficas*. São Paulo: Nova Cultural, 2005.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. *Tractatus Logico-Philosophicus*. São Paulo: Abril Cultural, 2009.

2



A NECESSIDADE DE INSTITUCIONALIZAÇÃO DA GRANDE ÁREA DE COMUNICOLOGIA: abordagem introdutória

THE NEED FOR INSTITUTIONALIZATION
OF THE BROAD AREA OF
COMMUNICOLOGY: introductory approach

Resumo

Este artigo propõe uma discussão teórica sobre a premência de institucionalização da Grande Área da Comunicologia na estrutura científica brasileira. Parte-se do pressuposto de que a comunicação, enquanto campo de conhecimento, possui fundamentos epistemológicos próprios e complexos, que ultrapassam as delimitações disciplinares impostas pelas classificações tradicionais. A análise concentra-se nas interfaces teóricas e epistemológicas entre subáreas como radialismo, relações públicas, publicidade e propaganda, jornalismo, cibercultura e comunicação institucional, argumentando que a fragmentação dessas áreas compromete a consolidação de um campo comunicacional robusto e integrado. Ao destacar a transversalidade das práticas e saberes comunicacionais, o artigo defende que a criação formal da Comunicologia como grande área do conhecimento permitiria o fortalecimento científico do campo, a ampliação das políticas de fomento e avaliação, além de uma maior inserção internacional das pesquisas em comunicação. A institucionalização da Comunicologia não busca a homogeneização das subáreas, mas sim a articulação de um espaço epistemológico comum, que reconheça a diversidade interna do campo e promova abordagens inter e transdisciplinares. Destarte, reafirma-se a importância da comunicação como área estratégica para a compreensão da sociedade contemporânea e para a construção de uma ciência crítica, democrática e socialmente comprometida.

Palavras-chave: comunicologia; institucionalização; epistemologia da comunicação; campo científico; transversalidade.

Abstract

This article presents a theoretical discussion on the urgency of institutionalizing *Comunicology* as a major knowledge area within the Brazilian scientific system. It is based on the assumption that communication, as a field of knowledge, possesses its own complex epistemological foundations that go beyond the disciplinary boundaries imposed by traditional classifications. The analysis focuses on the theoretical and epistemological interfaces among subfields such as radio broadcasting, public relations, advertising, journalism, cyberculture, and institutional communication, arguing that their fragmentation undermines the consolidation of a robust and integrated communication field. By highlighting the transversality of communicational practices and knowledge, the article argues that formally recognizing Comunicologia as a major area would strengthen the scientific development of the field, expand public policies for research funding and evaluation, and promote greater international integration of communication studies. The institutionalization of Comunicologia does not aim to homogenize the subfields, but rather to articulate a common epistemological space that acknowledges the internal diversity of the field and fosters interdisciplinary and transdisciplinary approaches. Thus, this article reaffirms the importance of communication

as a strategic area for understanding contemporary society and for building a critical, democratic, and socially engaged scientific practice.

Keywords: comunicology; institutionalization; epistemology of communication; scientific field; transversality.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o campo da Comunicação Social tem se consolidado como uma das áreas mais dinâmicas e complexas do conhecimento, especialmente diante das transformações tecnológicas, culturais e políticas que reconfiguram continuamente as formas de produção, circulação e recepção de mensagens. No entanto, apesar de sua evidente densidade epistemológica e sua importância social, a Comunicação ainda carece de um reconhecimento institucional mais coeso no âmbito da organização científica brasileira, sobretudo no que diz respeito à sua institucionalização como grande área de conhecimento.

Presentemente, as diversas subáreas que compõem esse campo — como o Jornalismo, a Publicidade e Propaganda, as Relações Públicas, o Radialismo, a Comunicação Institucional e os estudos sobre Cibercultura — são frequentemente tratadas de forma fragmentada, tanto pelas agências de fomento (como o CNPq e a CAPES) quanto pelos próprios currículos acadêmicos e políticas científicas nacionais.

Essa fragmentação, posto que reflita a diversidade interna do campo comunicacional, também tem limitado o desenvolvimento de uma agenda epistemológica comum e dificultado a consolidação de políticas integradas de pesquisa, ensino e extensão. A ausência de um reconhecimento oficial da Comunicologia como grande área compromete, por exemplo, o enquadramento adequado de projetos de pesquisa e de programas de pós-graduação, além de invisibilizar os potenciais epistemológicos oriundos do diálogo entre as subáreas.

Nesse cenário, torna-se necessário refletir criticamente sobre os fundamentos teóricos e epistemológicos que justificam a constituição da Comunicologia como um campo autônomo e transversal, que não apenas articula, mas também tensiona e renova as fronteiras entre os diversos saberes comunicacionais.

A Comunicologia, enquanto conceito unificador, emerge como uma tentativa de superar o isolamento das subáreas, propondo uma abordagem integradora que reconhece a comunicação como um fenômeno central na organização das sociedades contemporâneas. Diversos autores têm apontado para a urgência de se pensar a Comunicação como um campo transdisciplinar e autônomo, dotado de racionalidade própria, como argumenta Martín-Barbero (2003), ao defender a importân-

cia das mediações culturais na compreensão dos processos comunicacionais.

Outrossim, Sodré (2014) insiste na ideia de uma racionalidade comunicacional que vai além da simples instrumentalização das técnicas, propondo um olhar mais denso sobre os sentidos e as práticas sociais da comunicação.

A transversalidade que caracteriza a Comunicologia se manifesta de forma evidente na multiplicidade de suas interfaces. O Jornalismo, por exemplo, enquanto campo historicamente vinculado à informação pública e à construção da esfera pública, partilha diversos fundamentos teóricos com a Publicidade e Propaganda, que atua na construção de discursos mercadológicos e imagéticos. As Relações Públicas, por sua vez, mobilizam saberes do campo da administração, da psicologia social e da retórica, aproximando-se da Comunicação Institucional em seus objetivos estratégicos. O Radialismo, marcado pela oralidade e pela sonoridade, compartilha aspectos com a cibercultura, que opera sobre uma lógica de interatividade, reconfigurando os modos de produção e circulação dos discursos. Essas sobreposições evidenciam que as divisões internas da Comunicação são menos epistemológicas do que organizacionais e que a fragmentação institucional não corresponde à complexidade do campo em si.

Ademais, a carência de institucionalização da Comunicologia como grande área tem efeitos concretos sobre o reconhecimento acadêmico da produção científica em Comunicação. A inexistência de uma categorização oficial compromete o posicionamento da área no cenário nacional de ciência e tecnologia, dificultando a construção de políticas de incentivo e o fortalecimento da pesquisa interdisciplinar.

Em um contexto em que outras áreas do conhecimento, como a Engenharia e a Saúde, já operam com uma lógica de grande área e subáreas integradas, a Comunicação permanece submetida a uma lógica classificatória que desconsidera sua natureza transversal, simbólica e estratégica.

Em face de tal quadro, este artigo colima avaliar a necessidade de institucionalização da Comunicologia como grande área do conhecimento, com base em uma reflexão teórica, conceitual e epistemológica sobre sua constituição e suas interfaces. Pretende-se, ainda, demonstrar como a integração entre subáreas pode potencializar a densidade crítica do campo e contribuir para sua autonomia acadêmica e científica.

Para tanto, parte-se de uma abordagem interdisciplinar e analítica, que considera a comunicação como campo de mediação simbólica e prática social, buscando superar tanto a fragmentação quanto a instrumentalização técnica dos saberes comunicacionais.

Ao longo do texto, serão apresentadas as principais correntes teóricas da Comunicologia, analisadas suas articulações internas e discutidas as implicações ins-

titucionais e epistemológicas do reconhecimento da área como um todo orgânico. Espera-se, assim, contribuir para o debate sobre os rumos da pesquisa em Comunicação no Brasil, reafirmando a necessidade de um projeto científico capaz de articular multiplicidade, complexidade e transversalidade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E EPISTEMOLÓGICA DA COMUNICOLOGIA

A consolidação da Comunicologia enquanto campo científico demanda uma análise rigorosa de suas bases teóricas e epistemológicas. No Brasil, a comunicação tem se constituído de maneira historicamente fragmentada, refletindo não apenas as múltiplas formas de expressão social e tecnológica, mas também a diversidade de abordagens disciplinares que a compõem.

Nesse sentido, a construção de uma epistemologia da comunicação — ou da Comunicologia — envolve o esforço de articular teorias, métodos e objetos heterogêneos sob um mesmo horizonte interpretativo, capaz de dar conta da complexidade dos fenômenos comunicacionais no mundo contemporâneo.

A primeira dificuldade enfrentada na consolidação teórica da Comunicologia está relacionada à sua condição transdisciplinar. Como afirma Sodré (2014), a comunicação não é apenas um campo de aplicação técnica, mas uma racionalidade própria, que ultrapassa o instrumental e organiza formas de estar no mundo, de produzir e interpretar o sentido.

A afirmação de uma “racionalidade comunicacional” indica que a comunicação não deve ser tratada meramente como meio, mas como estrutura simbólica fundante das relações sociais. Essa perspectiva desloca o foco da técnica para a cultura e da informação para o sentido.

Martín-Barbero (2003) também contribui significativamente para essa compreensão ao propor uma virada epistemológica que desloca o estudo da comunicação dos meios para as mediações culturais e sociais.

Segundo o pensador, compreender a comunicação exige compreender os modos como os sujeitos se apropriam das tecnologias, linguagens e narrativas, construindo sentidos diversos a partir de experiências históricas e culturais. Assim, a comunicação deve ser pensada como um processo de mediação entre cultura e poder, entre técnica e prática, entre estrutura e ação.

Essa concepção é reforçada por autores como Marques de Melo (2006), que argumenta a favor da comunicação como um campo científico autônomo, ainda que necessariamente interligado a outros domínios das ciências humanas e sociais. Para o autor, a consolidação da comunicação como ciência requer o desenvolvi-

mento de um corpus teórico próprio, baseado na articulação entre suas subáreas e no reconhecimento de suas especificidades metodológicas (Melo, 2006). A Comunicologia, nesse contexto, emerge como a tentativa de superação da compartimentalização do conhecimento comunicacional, promovendo a construção de um campo integrado, porém plural.

A noção de campo, conforme proposta por Bourdieu (1983), é útil para entender o processo de constituição da Comunicologia. Segundo o sociólogo francês, os campos científicos se estruturam a partir de disputas simbólicas e materiais que envolvem instituições, agentes, saberes e capitais específicos.

No caso da Comunicação, essa disputa se manifesta tanto nas lutas internas por legitimidade entre subáreas quanto na dificuldade de inserção institucional como grande área nos sistemas de avaliação científica. A comunicologia, nesse sentido, deve ser vista não apenas como um campo epistêmico, mas também como campo de forças, cuja consolidação passa por articulações políticas e simbólicas no interior da academia.

Outro aspecto fundamental para a fundamentação da Comunicologia é a sua transversalidade. Como apontam autores como Lemos (2002) e Santaella (2008), os fenômenos comunicacionais contemporâneos, marcados pela ubiquidade das mídias digitais, pela convergência tecnológica e pela complexificação das interações sociais, exigem abordagens teóricas que articulem múltiplas disciplinas e que ultrapassem os limites dos paradigmas tradicionais.

À guisa de exemplo, a cibercultura, não pode ser compreendida apenas sob o ponto de vista técnico, sendo necessário mobilizar categorias como interatividade, rizoma, imersão, remix, entre outras, que apontam para novas formas de produção e circulação simbólica.

Adicionalmente, faz-se mister considerar o papel das escolas teóricas e epistemológicas que moldaram o pensamento comunicacional. A Escola de Frankfurt, com autores como Adorno e Horkheimer, introduziu uma crítica à indústria cultural e à massificação do consumo simbólico; a Escola de Birmingham desenvolveu os estudos culturais e as leituras polissêmicas dos produtos midiáticos; e a teoria latino-americana da comunicação — com nomes como Barbero, Mattelart e Martín Serrano — evidenciou a importância das dimensões históricas, políticas e culturais nos processos comunicacionais.

A partir de tais contributos, a Comunicologia se configura como um campo capaz de dialogar com diferentes matrizes epistêmicas sem renunciar à construção de um núcleo teórico próprio.

Não obstante, Marques de Melo (2006) pontua que a institucionalização da Comunicologia como grande área do conhecimento depende diretamente do for-

talecimento dessa base teórica e da superação de barreiras organizacionais. A constituição de um campo exige, como destaca Kuhn (2003), a formação de uma comunidade científica que compartilha paradigmas, repertórios conceituais e objetivos de pesquisa.

Jjustamente nisso reside o repto contemporâneo da área: articular suas subáreas de forma a produzir uma epistemologia comum que respeite as especificidades, mas que também permita a constituição de um projeto científico integrado e institucionalmente reconhecido.

3 A TRANSVERSALIDADE COMO FUNDAMENTO ESTRUTURAL DA COMUNICOLOGIA

A transversalidade é um dos principais elementos que estruturam a Comunicologia como campo científico. Em vez de ser uma característica periférica ou circunstancial, ela se constitui como um princípio epistemológico que permite compreender a Comunicação como um fenômeno complexo, multifacetado e presente em todas as esferas da vida social (Ferrara; França, 2004).

Comunicologia, ao adotar a transversalidade como núcleo organizador, propõe um paradigma alternativo à fragmentação disciplinar, articulando saberes distintos — como jornalismo, publicidade, relações públicas, comunicação institucional, cibercultura e radialismo — em uma abordagem unificada, mas não homogênea.

O conceito de transversalidade remete à ideia de atravessamento de fronteiras disciplinares e de articulação entre campos diversos do saber. Para Santos (2006), a ciência moderna produziu uma divisão artificial entre áreas do conhecimento, o que gerou a “monocultura do saber científico”, desconsiderando outras formas de conhecimento e práticas sociais. Nesse contexto, a transversalidade surge como uma resposta crítica à compartimentalização, permitindo a construção de um saber mais situado, integrado e sensível às complexidades contemporâneas. A Comunicologia, ao assumir essa postura, legitima-se como campo que problematiza e ultrapassa os limites das disciplinas convencionais.

Essa concepção está presente nos contributos de McLuhan (1964), que já apontava para a necessidade de compreender os meios de comunicação não apenas como ferramentas, mas como extensões dos sentidos humanos, capazes de reorganizar a percepção e a estrutura social. Ao destacar que “o meio é a mensagem”, McLuhan (1964, p. 23) evidenciou a dimensão transversal dos meios, que atravessam linguagens, práticas e instituições. Esse pensamento é ampliado por autores como Lévy (1999), ao tratar da cibercultura como um novo ecossistema comunicacional que demanda abordagens interdisciplinares para ser compreendido em

sua totalidade.

A transversalidade da Comunicologia se manifesta de forma concreta na sobreposição e diálogo entre suas subáreas. O jornalismo, tradicionalmente vinculado à esfera pública e à mediação política, hoje interage com as lógicas da publicidade e da comunicação institucional nas redes sociais, plataformas digitais e ambientes híbridos. A publicidade, por sua vez, incorpora elementos narrativos e visuais oriundos do radialismo e da cultura participativa, ao mesmo tempo em que se relaciona com estratégias de relações públicas (Kunsch, 2003).

Como apontam Ferrara e França (2004), essa interação cria zonas de indiscernibilidade entre as práticas comunicacionais, exigindo novos referenciais teóricos e metodológicos.

O campo das Relações Públicas e da Comunicação Institucional também ilustra a transversalidade comunicacional, ao mobilizar saberes da administração, da sociologia e da psicologia social para compreender e atuar sobre a gestão de relacionamentos, reputações e identidades organizacionais. Para Kunsch (2003), a comunicação organizacional é um “fenômeno multidimensional”, que só pode ser plenamente compreendido a partir de uma perspectiva sistêmica e interdisciplinar. Essa complexidade também está presente na Cibercultura, que, como lembra Lemos (2002), rompe as dicotomias tradicionais entre emissor e receptor, centro e periferia, conteúdo e forma, exigindo uma nova sensibilidade epistemológica.

Nesse contexto, a Comunicologia não se reduz a uma justaposição de subáreas, mas constitui um projeto epistêmico que reconhece as especificidades de cada prática comunicacional e, ao mesmo tempo, propõe um horizonte comum de investigação. Ferrara e França (2004) compreendem que a transversalidade, nesse sentido, não significa ausência de rigor ou de delimitação teórica, mas sim a construção de um campo poroso, que valoriza a interconexão, a mobilidade conceitual e a fertilização cruzada entre saberes. Trata-se, portanto, de um esforço em direção a uma ciência da comunicação capaz de dar conta da complexidade dos fenômenos contemporâneos.

Ademais disso, a transversalidade da Comunicologia está fortemente conectada às transformações sociotécnicas do século XXI. A emergência de plataformas digitais, a inteligência artificial, os algoritmos e a cultura dos dados modificam profundamente as formas de comunicar e de produzir sentido. Como afirma Castells (2009), vivemos em uma “sociedade em rede”, em que os fluxos de informação substituem estruturas rígidas e institucionais.

Nesse cenário, a Comunicação adquire centralidade, e seu estudo exige abordagens integradas que considerem os efeitos sociais, políticos, econômicos e culturais dessas transformações.

Nesse sentido, baseado no que propõe Kunsch (2003), é importante destacar que a transversalidade não se limita ao aspecto epistemológico, mas possui também uma dimensão político-institucional. Ao propor a institucionalização da Comunicologia como grande área, busca-se não apenas o reconhecimento da pluralidade do campo, mas a criação de mecanismos de avaliação, financiamento e formação que respeitem sua natureza integradora. Isso implica repensar currículos, fomentar pesquisas intersubáreas e desenvolver políticas científicas que rompam com os compartimentos estanques que hoje limitam a expansão do campo comunicacional.

4 INTERFACES TEÓRICAS DAS SUBÁREAS DA COMUNICAÇÃO

A Comunicologia, enquanto proposta de grande área do conhecimento, se sustenta na articulação epistêmica entre múltiplas subáreas que, embora possuam características e trajetórias próprias, compartilham fundamentos teóricos comuns e estabelecem interfaces metodológicas que as aproximam (Duarte, 2009). A consolidação dessa grande área implica o reconhecimento da diversidade de práticas comunicacionais — como o radialismo, as relações públicas, a cibercultura, a publicidade e propaganda, o jornalismo e a comunicação institucional — como expressões de um campo unificado por sua natureza simbólica, midiática e relacional. A seguir, serão discutidas as interfaces teóricas e epistemológicas dessas subáreas à luz de suas singularidades e conexões.

O radialismo, historicamente vinculado à radiodifusão sonora, constitui uma das formas mais antigas de comunicação de massa e foi responsável por modelar as primeiras noções de mediação técnica no século XX. Seu estudo, no entanto, transcende os aspectos tecnológicos e operacionais. Para Lopes (2004), o rádio é um fenômeno cultural e social que produz sentidos específicos, especialmente pela oralidade e pela forma como se insere nos cotidianos populares. A escuta radiofônica ativa memórias coletivas e individuais, cria comunidades imaginadas e constitui uma estética própria, marcada pela sinestesia e pela temporalidade. As contribuições de Martín-Barbero (2003) reforçam essa perspectiva ao destacar as “mediações culturais” que tornam o rádio um meio profundamente enraizado nas práticas sociais, principalmente na América Latina.

Atualmente, o radialismo encontra ressignificações em formatos digitais como podcasts e rádios web, o que demanda revisões epistemológicas que considerem as transformações do áudio em contextos de convergência.

As relações públicas, por sua vez, constituem uma subárea que transita entre os campos da comunicação, da administração e da sociologia. Segundo Grunig e

Hunt (1984), as relações públicas são processos estratégicos de construção de relacionamentos mutuamente benéficos entre organizações e seus públicos. Contudo, autores latino-americanos como Kunsch (2003) argumentam que a prática vai além da simples gestão da imagem institucional, envolvendo dimensões simbólicas, discursivas e políticas da comunicação organizacional.

Por conseguinte., as relações públicas incorporam racionalidade comunicacional complexa, que requer o domínio de narrativas, linguagens e códigos culturais (Lopes, 2004). Sua interface epistemológica com a comunicologia se dá especialmente pela mediação de sentidos no espaço público, pela produção de consenso e pelo uso estratégico de dispositivos simbólicos que moldam a percepção social.

No campo da cibercultura, as transformações introduzidas pelas tecnologias digitais inauguraram novas formas de produção e circulação de informação e ampliaram as possibilidades de interação comunicacional. Lévy (1999), um dos principais pensadores do tema, afirma que a cibercultura se caracteriza pela descentralização da emissão, pela interatividade e pela inteligência coletiva.

Nesse contexto, a comunicação deixa de ser unidirecional e passa a ocorrer em rede, desafiando os modelos tradicionais baseados na separação entre emissor e receptor. Lemos (2002) amplia esse entendimento ao propor uma epistemologia do digital que considere os fluxos rizomáticos, a reconfiguração da temporalidade e a hipertextualidade como dimensões fundamentais dos processos comunicacionais contemporâneos. A cibercultura, portanto, desloca os paradigmas clássicos da comunicação de massa e obriga o campo a dialogar com teorias da complexidade, com os estudos da técnica e com os debates sobre algoritmos, plataformas e capitalismo de dados, como defendem autores como Srnicek (2017) e Couldry e Mejias (2019).

A publicidade e propaganda representam uma subárea que, tradicionalmente, tem sido analisada pela via do consumo, da estética persuasiva e da retórica midiática. Autores como Lipovetsky (2007) compreendem a publicidade como um fenômeno cultural que, para além da simples promoção comercial, influencia valores, comportamentos e identidades. A publicidade se apoia em uma lógica narrativa que busca construir vínculos afetivos com os consumidores, mobilizando signos, estilos de vida e aspirações.

No Brasil, Barbosa (2009) destaca o papel da publicidade como formadora de imaginários sociais, atuando na constituição simbólica de classe, gênero e etnia. A perspectiva comunicacional dessa subárea se evidencia em sua capacidade de produzir significados amplamente compartilhados, operando na interseção entre linguagem, desejo e poder. Em um contexto digital, a publicidade ganha novas dinâmicas com o marketing de influência, o storytelling de marca e os algoritmos que personalizam conteúdos, exigindo abordagens mais críticas e transdisciplinares.

O jornalismo, uma das subáreas mais consolidadas da comunicação, possui uma trajetória teórica marcada por debates sobre objetividade, mediação, ética, linguagem e esfera pública. Traquina (2005) argumenta que as teorias do jornalismo são fundamentais para compreender “por que as notícias são como são”, ressaltando a influência de rotinas produtivas, enquadramentos e critérios de noticiabilidade.

De outro vértice, Charaudeau (2006) analisa o discurso jornalístico como uma construção de sentido que obedece a regras específicas de credibilidade, verossimilhança e contrato de leitura. A interface do jornalismo com a comunicologia é evidente na medida em que compartilha preocupações com os efeitos simbólicos da mediação, com a formação da opinião pública e com a responsabilidade social da comunicação.

Em tempos de desinformação, “fake news” e bolhas informacionais, o jornalismo se vê impelido a revisar seus fundamentos epistemológicos e a dialogar com a ética da alteridade, os direitos comunicacionais e os estudos críticos da mídia.

Destarte, a comunicação institucional representa um campo estratégico e altamente transversal, que engloba práticas de gestão da comunicação voltadas para a construção de identidade, reputação e legitimidade de organizações públicas, privadas e do terceiro setor. Segundo Duarte (2009), a comunicação institucional atua na interface entre a organização e a sociedade, utilizando-se de múltiplas linguagens e canais para estabelecer vínculos simbólicos duradouros.

Essa subárea envolve elementos das relações públicas, do marketing, da publicidade e do jornalismo institucional, configurando-se como um campo híbrido que exige competências múltiplas e visão sistêmica. Suas interfaces epistemológicas com a Comunicologia residem na compreensão dos processos simbólicos que estruturam o ethos organizacional, na análise da cultura institucional e no estudo das narrativas institucionais como formas de construção de autoridade e engajamento público.

Em um cenário contemporâneo marcado por crises de confiança, “accountability” e responsabilização social, a comunicação institucional se torna cada vez mais relevante como agente mediador entre as expectativas sociais e as práticas organizacionais.

Destarte, pode-se compreender que as subáreas da comunicação não somente compartilham objetos de estudo e práticas convergentes, mas também constroem, a partir de seus próprios referenciais, uma base teórica e epistemológica que aponta para a necessidade de sua articulação em um campo ampliado: a Comunicologia.

Para Lopes (2004), a transversalidade e a interseção conceitual entre radialismo, relações públicas, cibercultura, publicidade e propaganda, jornalismo e co-

municação institucional demonstram que a fragmentação atual do campo é mais institucional que epistêmica. A consolidação da Comunicologia como grande área exige, portanto, não a diluição das especificidades, mas a valorização das interfaces que conferem organicidade e profundidade ao campo comunicacional como um todo.

5 A URGÊNCIA DA INSTITUCIONALIZAÇÃO DA COMO COMUNICOLOGIA COMO GRANDE ÁREA: REFLEXÕES SOBRE O TEMA

A consolidação da Comunicologia como grande área do conhecimento se configura em demanda urgente diante da crescente complexidade dos fenômenos comunicacionais e da necessidade de reconhecimento institucional e epistemológico do campo. Conquanto a Comunicação ser uma das áreas mais dinâmicas e transversais da contemporaneidade, sua estruturação no sistema de avaliação científica brasileiro ainda se dá de maneira fragmentada, dispersa em subáreas que, embora inter-relacionadas, permanecem submetidas a lógicas disciplinares estanques.

Essa situação compromete a construção de uma identidade científica unificada, limita o desenvolvimento de políticas públicas voltadas à pesquisa em comunicação e prejudica a valorização da produção intelectual na área.

Como aponta Verón (1980), a comunicação não é deve ser somente um campo de estudo, mas uma metadisciplina, na medida em que permite observar os processos simbólicos que estruturam a vida social. Sob essa perspectiva, a Comunicologia ultrapassa o escopo das subáreas convencionais ao propor um corpo teórico e epistemológico que abarca, conecta e transversaliza diversas práticas e saberes comunicacionais.

A ausência de uma institucionalização formal dessa grande área, no entanto, inviabiliza o fortalecimento da pesquisa inter e transdisciplinar, bem como dificulta o reconhecimento da comunicação como um campo autônomo e estratégico na produção de conhecimento.

A classificação atual da área da Comunicação na CAPES, no CNPq e em outras estruturas de fomento à ciência ainda reflete um modelo segmentado, fundado em critérios administrativos e históricos que não acompanham a evolução do campo.

Como enfatiza Kunsch (2009), a comunicação é um fenômeno que atravessa todos os setores da vida social e institucional, exigindo abordagens integradoras, mas sua fragmentação institucional impede o avanço de investigações mais complexas, sistêmicas e socialmente relevantes.

A proposta de institucionalização da Comunicologia como grande área não pretende homogeneizar ou suprimir a diversidade das subáreas da comunicação — como jornalismo, publicidade, relações públicas, cibercultura, radialismo e comunicação institucional —, mas sim garantir um espaço de articulação epistêmica, no qual as especificidades sejam preservadas e fortalecidas dentro de um projeto científico comum.

Como destaca Sodré (2006), é necessário compreender a comunicação não como mera técnica de transmissão, mas como espaço de disputa simbólica e de produção de sentidos, o que exige uma estrutura científica capaz de lidar com tal complexidade.

Ademais, a ausência de reconhecimento da Comunicologia como grande área tem consequências diretas sobre os processos de avaliação de programas de pós-graduação, financiamento de pesquisas, estruturação de currículos, editais específicos, inserção internacional e interlocução com outras ciências humanas e sociais. Enquanto áreas como Sociologia, Antropologia, Psicologia ou Ciência Política já se consolidaram institucionalmente, a Comunicação segue lutando por legitimidade e espaço nos circuitos acadêmicos formais, apesar de sua centralidade nas dinâmicas sociais, culturais e políticas do século XXI.

A institucionalização da Comunicologia também é um gesto político. Ela representa o reconhecimento da comunicação como campo estratégico de interpretação da realidade, de mediação social e de construção democrática. Num mundo atravessado por fluxos informacionais intensos, guerras narrativas, plataformas algorítmicas e disputas de sentido, o fortalecimento da pesquisa em comunicação é essencial para a preservação da esfera pública e da cidadania. Como afirma Matelart (2002), pensar a comunicação é, antes de tudo, pensar o poder.

Em última análise, a urgência da institucionalização da Comunicologia como grande área reside na necessidade de responder aos desafios científicos, sociais e políticos do nosso tempo. Trata-se de reconhecer, formalmente, a maturidade e a complexidade do campo comunicacional e de garantir condições estruturais para seu pleno desenvolvimento.

A criação dessa grande área não é apenas uma reivindicação da comunidade acadêmica, mas uma medida necessária para o avanço da ciência brasileira e para a consolidação de uma cultura científica plural, crítica e democrática.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão sobre a necessidade de institucionalização da grande área da Comunicologia revela não apenas uma demanda administrativa e acadêmica, mas

um imperativo epistemológico, político e científico.

Ao longo deste artigo, argumentou-se que a fragmentação das subáreas da comunicação — radialismo, relações públicas, publicidade e propaganda, jornalismo, cibercultura e comunicação institucional — compromete uma visão integrada dos fenômenos comunicacionais e enfraquece o desenvolvimento de um campo teórico robusto, crítico e interdisciplinar.

A partir da análise dos fundamentos epistemológicos da Comunicologia e das interfaces entre as subáreas, torna-se evidente que há um corpo comum de saberes, práticas e problemáticas que justificam a constituição da comunicação como uma grande área. Esse reconhecimento permitiria superar as barreiras institucionais impostas por classificações engessadas e abrir espaço para abordagens mais complexas e transversais, fundamentais para a compreensão das dinâmicas comunicacionais contemporâneas.

A par disso, a institucionalização da Comunicologia é estratégica para a valorização da produção científica, para o fortalecimento da formação acadêmica, e para o estabelecimento de políticas de fomento mais adequadas à realidade do campo. Em um cenário global marcado pela sobrecarga informacional, pela desinformação e pela crescente centralidade das mediações tecnológicas, pensar a Comunicação em sua totalidade é uma tarefa urgente e necessária.

Por conseguinte, urge consolidar a Comunicologia como uma grande área do conhecimento, não como negação da diversidade interna do campo, mas como reconhecimento de sua riqueza e potencial epistêmico.

Em epítome, tal movimento contribuirá para o avanço da ciência da comunicação no Brasil e para sua inserção mais sólida no cenário científico internacional, reafirmando seu papel crítico na construção de sociedades mais informadas, reflexivas e democráticas.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Livia. *O jeitinho brasileiro: a arte de ser mais igual que os outros*. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. *O campo científico*. In: ORTIZ, Renato (Org.). *Pierre Bourdieu: sociologia*. São Paulo: Ática, 1983. p. 122-155.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1).
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.
- COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. *The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford: Stanford University Press, 2019.



- DUARTE, Jorge. *Comunicação organizacional e assessoria de imprensa: teoria e técnica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- FERRARA, Lucrécia D'Aléssio; FRANÇA, Vera V. *Comunicação e produção do conhecimento*. São Paulo: Atlas, 2004.
- GRUNIG, James E.; HUNT, Todd. *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984.
- KUHN, Thomas S. *A estrutura das revoluções científicas*. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 5. ed. São Paulo: Summus, 2003.
- LEMOES, André. *Cibercultura*. São Paulo: Editora Sulina, 2002.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. 6. ed. São Paulo: Manole, 2007.
- MARQUES DE MELO, José. *Epistemologia da comunicação: uma visão latino-americana*. São Paulo: Paulus, 2006.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- MATTELART, Armand. *A comunicação-mundo: história das ideias e das estratégias*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- MCLUHAN, Marshall. *Understanding Media: the extensions of man*. New York: McGraw-Hill, 1964.
- PERUZZO, Célia Maria. *Relações públicas e cidadania: a comunicação como fator de humanização das organizações*. São Paulo: Summus, 2004.
- SANTAELLA, Lucia. *Estéticas tecnológicas: novas formas de sensibilidade na era da técnica*. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2008.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. *A crítica da razão indolente: contra o desperdício da experiência*. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2006.
- SERNICKE, Nick. *Capitalismo de plataforma*. São Paulo: Autonomia Literária, 2017.
- SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.
- TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: por que as notícias são como são?* Florianópolis: Insular, 2005.
- VERÓN, Eliseo. *A construção do discurso*. São Paulo: Ed. Loyola, 1980.

3



ABORDAGENS DA COMUNICAÇÃO: análise comparativa entre a Antropologia, História e Sociologia

APPROACHES TO COMMUNICATION:
comparative analysis between
Anthropology, History and Sociology

Resumo

Este artigo realiza uma análise comparativa entre três abordagens fundamentais para o estudo da comunicação: a antropológica, a histórica e a sociológica. Partindo de uma revisão bibliográfica rigorosa, o trabalho busca compreender como cada uma dessas disciplinas interpreta o fenômeno comunicacional, considerando suas especificidades teóricas, metodológicas e epistemológicas. A abordagem antropológica foca nos sistemas simbólicos, na diversidade cultural e na comunicação enquanto prática situada em contextos socioculturais específicos. A perspectiva histórica, por sua vez, privilegia os processos de transformação das práticas e dos meios comunicacionais ao longo do tempo, destacando a materialidade, as rupturas e as continuidades nas formas de expressão. Já a sociologia da comunicação se concentra nas relações de poder, nos conflitos simbólicos e nas estruturas sociais que moldam a produção e recepção das mensagens. A análise comparada demonstra que, embora distintas, essas abordagens se complementam e oferecem uma visão ampliada e crítica da comunicação como fenômeno multifacetado. Defende-se, ao final, a importância de uma perspectiva interdisciplinar, capaz de articular cultura, história e estrutura social, proporcionando uma compreensão mais profunda e complexa dos desafios comunicacionais contemporâneos.

Palavras-chave: comunicação; antropologia; história; sociologia; interdisciplinaridade.

Abstract

This article presents a comparative analysis of three fundamental approaches to the study of communication: the anthropological, the historical, and the sociological. Based on a rigorous bibliographic review, the paper aims to understand how each of these disciplines interprets the communicational phenomenon, considering their specific theoretical, methodological, and epistemological frameworks. The anthropological approach focuses on symbolic systems, cultural diversity, and communication as a practice situated in specific sociocultural contexts. The historical perspective emphasizes the processes of transformation of media and communicational practices over time, highlighting the materiality, ruptures, and continuities in forms of expression. The sociology of communication, in turn, concentrates on power relations, symbolic conflicts, and the social structures that shape the production and reception of messages. The comparative analysis shows that, although distinct, these approaches are complementary and offer a broader and more critical understanding of communication as a multifaceted phenomenon. The article concludes by defending the importance of an interdisciplinary perspective, capable of articulating culture, history, and social structure to provide a deeper and more complex understanding of contemporary communicational challenges.

Keywords: communication; anthropology; history; sociology; interdisciplinarity.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação é um fenômeno intrinsecamente humano, cuja complexidade extrapola a simples transmissão de mensagens entre emissores e receptores. Ela está profundamente enraizada nas dimensões culturais, históricas e sociais que constituem os modos de vida dos grupos humanos. Compreender a comunicação requer, portanto, um olhar interdisciplinar que considere os diversos contextos nos quais ela se manifesta e se transforma. Nesse sentido, a Antropologia, a História e a Sociologia oferecem contribuições valiosas para a análise das práticas comunicativas, cada uma a partir de seus referenciais teóricos e metodológicos próprios, mas com pontos de convergência importantes no entendimento da comunicação como prática cultural, social e histórica.

Nas últimas décadas, o campo dos estudos da comunicação tem buscado se firmar como uma área de conhecimento autônoma, sem, contudo, abrir mão das contribuições oriundas das ciências sociais e humanas. Essa interdisciplinaridade tem sido fundamental para ampliar a compreensão sobre os modos como os indivíduos e grupos produzem sentidos, compartilham símbolos e constroem realidades por meio da linguagem e das tecnologias comunicacionais. No entanto, a multiplicidade de enfoques pode gerar fragmentações teóricas que dificultam uma visão integrada do fenômeno comunicacional. Daí a importância de mapear e analisar as abordagens que se debruçam sobre a comunicação, especialmente aquelas que se destacam pelo seu potencial explicativo sobre a relação entre comunicação, cultura e sociedade.

A abordagem antropológica da comunicação contribui com a noção de que os processos comunicativos são, antes de tudo, expressões simbólicas ligadas à cultura, aos rituais e às formas de sociabilidade. Os antropólogos compreendem a comunicação não apenas como meio de transmissão de informações, mas como performance, gesto, oralidade, mito e ritual. Já a perspectiva histórica permite observar a comunicação como um processo que se transforma ao longo do tempo, revelando rupturas e continuidades na maneira como os seres humanos produzem, registram e disseminam conhecimento.

A análise histórica evidencia o papel dos meios de comunicação nas mudanças culturais, nas disputas políticas e na constituição das memórias coletivas. Por sua vez, a sociologia da comunicação destaca as relações de poder, as estruturas sociais e os mecanismos de dominação e resistência envolvidos na circulação das mensagens. Essa perspectiva enfatiza a comunicação como prática social atravessada por ideologias, instituições e conflitos de classe, gênero e raça.

Diante desse cenário, o presente artigo tem como objetivo principal discutir

as abordagens antropológica, histórica e sociológica no campo da comunicação, identificando suas contribuições teóricas, suas especificidades metodológicas e suas possíveis articulações. Busca-se, ainda, refletir sobre como essas três ciências interpretam os fenômenos comunicacionais e de que modo suas perspectivas podem se complementar na análise de contextos contemporâneos marcados pela globalização, pelas mídias digitais e pela reconfiguração das práticas culturais.

A relevância do tema reside na necessidade de compreender a comunicação em sua totalidade e complexidade, especialmente em tempos de transformações tecnológicas aceleradas e de intensas disputas simbólicas. Ao evidenciar os diferentes olhares sobre a comunicação, este estudo pretende fomentar uma abordagem mais crítica, plural e interdisciplinar, contribuindo para o fortalecimento do campo da comunicação como área de conhecimento comprometida com a análise profunda dos processos sociais.

Metodologicamente, o artigo se baseia em uma revisão bibliográfica de autores clássicos e contemporâneos das áreas mencionadas, buscando sistematizar os principais conceitos e categorias analíticas utilizados em cada abordagem. A estrutura do trabalho está organizada em sete seções: após esta introdução, serão apresentados os fundamentos teóricos da comunicação, seguidos pela exposição das abordagens antropológica, histórica e sociológica. Em seguida, realiza-se uma análise comparativa entre essas perspectivas e, por fim, são tecidas as considerações finais do estudo.

2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS DA COMUNICAÇÃO

A comunicação, enquanto fenômeno social e cultural, constitui uma das bases estruturantes da vida em sociedade. Ela está presente em todas as formas de interação humana, desde os gestos mais simples até os sistemas complexos de mídia que organizam e reconfiguram os fluxos de informação em escala global. Nesse sentido, os fundamentos teóricos da comunicação constituem um campo dinâmico, marcado pela interlocução com outras disciplinas das ciências humanas e sociais, como a Filosofia, a Linguística, a Sociologia, a Antropologia e a História.

Do ponto de vista conceitual, a comunicação pode ser compreendida, inicialmente, como um processo de construção de sentido entre sujeitos sociais. Para Hall (2003), comunicar não é apenas transmitir mensagens codificadas, mas sim produzir significados que são disputados e negociados no interior de estruturas culturais e ideológicas. Esse entendimento desloca o foco da comunicação da dimensão técnica — centrada no emissor, canal e receptor — para o campo simbólico, onde a linguagem é vista como um instrumento de mediação social.

Os estudos inaugurais da Escola de Chicago, nas primeiras décadas do século XX, já apontavam a comunicação como um elemento constitutivo da organização social. Dewey (1927) e Park (1922) destacaram o papel dos meios de comunicação na formação da opinião pública e na integração dos indivíduos na vida urbana.

Na mesma linha, Lazarsfeld e Merton (1948), vinculados à tradição funcionalista, enfatizaram os efeitos sociais dos meios de massa, sobretudo em sua função de reforço das normas sociais e de vigilância do status quo.

Com a consolidação da Escola de Frankfurt, a comunicação passa a ser analisada sob a ótica da crítica cultural e da indústria cultural. Horkheimer e Adorno (1985) alertaram para a padronização dos conteúdos midiáticos e a consequente alienação dos indivíduos, processo que transformaria a cultura em mercadoria e o público em consumidor passivo. Essa perspectiva influenciaria os estudos críticos da comunicação, que ganham força a partir da década de 1960.

Nos anos 1970, o paradigma estruturalista cede lugar a abordagens mais interpretativas e culturais. Williams (2003) propôs uma visão da cultura como “um todo vivido”, no qual a comunicação se dá por meio de práticas cotidianas carregadas de significados. Nesse contexto, os estudos culturais britânicos, a partir do Centre for Contemporary Cultural Studies, redimensionaram os conceitos de recepção e mediação, introduzindo a ideia de que o público não é meramente passivo, mas ativo na produção de sentidos (Hall, 2003).

Na América Latina, destacam-se as contribuições de Jesús Martín-Barbero, que propôs uma inflexão epistemológica ao sugerir a substituição da noção de meios pela de mediações. Segundo o autor, “a mediação é o lugar onde se cruzam as lógicas da produção e da recepção” (Martín-Barbero, 2004, p. 185). Essa concepção contribuiu significativamente para a compreensão das especificidades culturais dos processos comunicacionais em contextos marcados por desigualdades e hibridismos.

A emergência das tecnologias digitais e das redes sociais trouxe novos desafios teóricos ao campo da comunicação. Com o surgimento de plataformas digitais e algoritmos que regulam o acesso à informação, torna-se fundamental compreender como a comunicação é mediada por sistemas técnicos que influenciam o comportamento social, os discursos políticos e os vínculos afetivos. Lévy (1999) destacou o papel da inteligência coletiva nas novas formas de sociabilidade mediadas pela internet, enquanto autores contemporâneos como Castells (2015) analisam as redes como forma dominante de organização social na era da informação.

Por fim, destaca-se a necessidade de pensar a comunicação de forma complexa, como propõe Morin (2002), que critica os modelos reducionistas e defende uma abordagem transdisciplinar capaz de apreender os múltiplos aspectos do fenômeno.

no comunicacional. Para o autor, “a comunicação é, ao mesmo tempo, produção de sentido, relação social, e forma de organização do conhecimento”. Logo, a articulação entre perspectivas clássicas e contemporâneas é essencial para analisar criticamente as práticas comunicacionais, sobretudo em tempos de intensificação tecnológica, crises de representação e polarização simbólica.

3 A COMUNICAÇÃO NA PERSPECTIVA ANTROPOLÓGICA

A perspectiva antropológica sobre a comunicação possibilita um olhar atento aos modos como os seres humanos constroem sentidos, produzem cultura e estabelecem vínculos sociais por meio de práticas simbólicas.

Diferentemente das abordagens que priorizam os meios ou as estruturas técnicas da comunicação, a Antropologia preocupa-se fundamentalmente com o conteúdo simbólico das interações, os contextos culturais em que ocorrem e os significados compartilhados entre os membros de uma comunidade. Comunicar, para a Antropologia, é um ato social e cultural profundamente enraizado nos valores, mitos, rituais e tradições que constituem o universo simbólico dos grupos humanos (Goody, 1987).

Segundo Geertz (2008), a cultura deve ser entendida como um “sistema de significados herdado, expresso em formas simbólicas, por meio do qual os homens se comunicam, perpetuam e desenvolvem seu conhecimento e suas atitudes em relação à vida”. Essa definição indica que a comunicação, longe de ser um processo neutro de transmissão de informações, é mediada por estruturas simbólicas que dão sentido à realidade. A linguagem, os gestos, os rituais e até mesmo os silêncios comunicam elementos que estruturam as relações sociais e ajudam a definir as identidades coletivas.

Um dos grandes aportes da Antropologia à comunicação é a compreensão da oralidade como forma primordial de transmissão de saberes e experiências. A tradição oral, presente em diversas sociedades não ocidentais — mas também em contextos populares urbanos —, constitui um modo legítimo de construir e perpetuar conhecimento, memória e identidade. Como destaca Good (1987), a oralidade não se opõe à escrita, mas representa um sistema cognitivo próprio, com formas específicas de narrar, organizar o tempo e preservar a memória coletiva.

Ademais disso, os estudos de Turner (1974) sobre rituais e performances demonstram como a comunicação simbólica está presente em práticas sociais que organizam a vida coletiva e reafirmam laços comunitários.

Para Turner, o ritual é uma forma de comunicação performática em que os indivíduos vivenciam transições simbólicas, como passagens de idade, celebra-

ções religiosas e cerimônias de cura. Nessas situações, os símbolos atuam como operadores culturais que condensam múltiplos significados, permitindo que os participantes compartilhem experiências comuns.

A perspectiva antropológica também é crucial para compreender a comunicação não verbal, especialmente em culturas nas quais o corpo, o espaço e os objetos carregam significados que não podem ser traduzidos apenas pela linguagem falada. Como lembra Hall (1976), o uso do espaço (proxêmica), o tempo (cronêmica), o toque (háptica) e outros elementos não verbais variam amplamente entre culturas, e compreender esses códigos é essencial para evitar interpretações equivocadas em contextos interculturais.

No campo da Antropologia brasileira, Viveiros de Castro (2002) têm contribuído significativamente para a compreensão das cosmologias indígenas e suas formas particulares de comunicação com o mundo. Em sua proposta do “perspectivismo ameríndio”, Viveiros de Castro mostra que a comunicação entre humanos e não-humanos (espíritos, animais, ancestrais) é estruturada por lógicas próprias que desafiam os paradigmas ocidentais de racionalidade e objetividade. Isso amplia o escopo da comunicação para além do humano, propondo uma visão ampliada de agência e interação.

Outro aspecto relevante da abordagem antropológica é a atenção à alteridade — a escuta sensível e o respeito aos modos de vida distintos dos padrões hegemônicos (Turner, 1974). Essa postura crítica frente à homogeneização cultural induzida pelos meios de comunicação de massa permite uma análise mais profunda das resistências culturais, das formas de apropriação criativa dos conteúdos midiáticos e da construção de identidades híbridas nos contextos globalizados.

Nesse sentido, a partir do olhar de Geertz (2008) e da compreensão de Goody (1987), pontua-se que a Antropologia da comunicação mostra que a compreensão do ato comunicativo exige a imersão no cotidiano das práticas sociais.

O trabalho etnográfico, método clássico da disciplina, possibilita a observação direta dos processos comunicacionais em contextos naturais, valorizando a experiência vivida, o ponto de vista dos interlocutores e a dimensão sensível das interações sociais. Trata-se de uma abordagem que prioriza a escuta, o diálogo e a interpretação contextualizada dos significados.

4 A COMUNICAÇÃO NA PERSPECTIVA HISTÓRICA

A comunicação, quando abordada sob a ótica da História, revela-se como um processo dinâmico, transformador e essencial à compreensão das estruturas e dos acontecimentos sociais. A perspectiva histórica permite analisar a comunicação

não como um fenômeno isolado, mas como parte integrante das mudanças políticas, culturais e tecnológicas ao longo do tempo. Assim, compreender a comunicação historicamente é compreender como os sujeitos constroem sentidos, narrativas e poderes por meio da mediação simbólica em diferentes contextos e épocas.

A História da comunicação está intrinsecamente ligada à evolução dos meios e das tecnologias que ampliaram as formas de interação e disseminação da informação. Como ressalta Williams (2003), os meios de comunicação não apenas refletem a sociedade, mas a moldam de forma ativa. A imprensa, por exemplo, foi um dos principais agentes da modernidade, responsável por reconfigurar os modos de circulação do conhecimento, fortalecer o pensamento crítico e estimular a formação de públicos leitores.

Segundo Eisenstein (1993), a revolução da imprensa possibilitou a padronização e preservação do conhecimento, acelerando processos como a Reforma Protestante e o Iluminismo.

A invenção da imprensa por Gutenberg, em meados do século XV, marca o início de uma nova era da comunicação. O livro impresso tornou-se o instrumento mais poderoso para a consolidação da escrita e da racionalidade científica.

Conforme destaca Chartier (1990), a leitura deixou de ser uma prática coletiva e oralizada para se tornar silenciosa, introspectiva e individualizada, transformando profundamente as relações do sujeito com o saber e com o mundo. A leitura tornou-se também uma prática de poder, pois quem dominava os códigos da escrita e da leitura passava a ter acesso privilegiado à informação e à autoridade cultural.

A perspectiva histórica da comunicação, no entanto, vai além da análise dos suportes técnicos. Ela abarca também os discursos, as práticas sociais e as formas de controle e resistência que se manifestam por meio dos meios de comunicação. Foucault (1996) destaca que a comunicação está profundamente implicada na constituição das relações de saber e poder.

Os dispositivos comunicacionais produzem verdades, regulam condutas e participam ativamente na construção das subjetividades. Por meio da comunicação, a História se narra, se reorganiza e se disputa.

No século XIX, com o surgimento dos jornais modernos e a consolidação da imprensa industrial, a comunicação assume um papel central na organização da esfera pública. Habermas (2003) argumenta que a imprensa contribuiu decisivamente para o surgimento de uma opinião pública crítica, voltada para o debate racional e a fiscalização do poder político.

No entanto, com o advento da indústria cultural no século XX, esse modelo de esfera pública se vê ameaçado pela mercantilização da informação e pela homoge-

neização dos discursos midiáticos.

A partir da segunda metade do século XX, a televisão e, mais recentemente, a internet, reconfiguraram novamente o panorama comunicacional. A comunicação passou a ser instantânea, globalizada e descentralizada.

Para Thompson (1995), os meios de comunicação de massa alteraram as relações entre tempo, espaço e identidade, promovendo uma nova forma de interação social mediada. Essa nova condição histórica — marcada pela virtualidade e pela velocidade da informação — impõe desafios aos historiadores e analistas da comunicação, que precisam repensar suas categorias analíticas diante das rupturas tecnológicas contemporâneas.

A História da comunicação também se interessa pelas memórias coletivas, pelos usos sociais do passado e pelas disputas em torno da narrativa histórica. Como lembra Halbwachs (1990), a memória social é construída em grupos e contextos específicos, sendo constantemente reatualizada conforme as necessidades do presente. Os meios de comunicação desempenham, nesse processo, o papel de seletores, organizadores e transmissores de memórias, atuando na construção das identidades históricas e culturais dos povos.

A abordagem histórica permite, portanto, compreender a comunicação como uma prática situada, influenciada por processos mais amplos, como o desenvolvimento das instituições, as transformações econômicas e as lutas sociais. Ela contribui para desnaturalizar as formas atuais de comunicação, evidenciando que estas são produtos de escolhas, disputas e continuidades inscritas no tempo.

5 A COMUNICAÇÃO NA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA

Conforme observam Berger e Luckmann (2004), a perspectiva sociológica da comunicação analisa os processos comunicacionais a partir das estruturas sociais, dos conflitos, das instituições e das práticas culturais que constituem a vida em sociedade. Para a Sociologia, comunicar não é apenas transmitir informações, mas participar de uma rede complexa de relações sociais, onde se produzem sentidos, se disputam hegemonias e se organizam as dinâmicas de poder.

Destarte, a comunicação é compreendida como um fenômeno social que reflete e, ao mesmo tempo, transforma os sistemas sociais.

Desde os primórdios da disciplina sociológica, a comunicação é concebida como elemento estruturante da coesão social. Durkheim (1989) já apontava que os rituais coletivos — nos quais a comunicação simbólica se manifesta de forma intensa — têm um papel fundamental na manutenção da solidariedade e na reprodução dos valores sociais. Nesse sentido, a linguagem e os signos culturais

funcionam como instrumentos de integração social, assegurando a continuidade das normas e das crenças compartilhadas.

No entanto, ao contrário da abordagem funcionalista, que tende a enfatizar a estabilidade do sistema social, a tradição crítica da Sociologia destaca o papel da comunicação nas disputas ideológicas e na reprodução das desigualdades. A Escola de Frankfurt, a partir de Adorno e Horkheimer (1985), desenvolveu uma crítica contundente à chamada “indústria cultural”, afirmando que os meios de comunicação de massa passaram a operar como instrumentos de dominação ideológica, produzindo uma cultura padronizada, alienante e funcional ao capitalismo tardio. A comunicação, nesse contexto, deixou de ser uma ferramenta de emancipação para se tornar um mecanismo de manipulação e conformismo.

Bourdieu (1997), por sua vez, introduz uma análise sociológica refinada sobre os campos comunicacionais e a produção simbólica. Para o autor, a comunicação é um espaço de lutas simbólicas, onde os agentes sociais disputam legitimidade, prestígio e poder por meio de capitais simbólicos. Os meios de comunicação, nesse campo, operam como mediadores que reforçam ou desestabilizam hierarquias sociais, conforme seus interesses e estruturas. A noção de *habitus* — sistema de disposições duráveis e transferíveis — também é fundamental para compreender como os indivíduos interpretam e respondem aos discursos midiáticos com base em suas trajetórias sociais.

Na contemporaneidade, os estudos sociológicos sobre comunicação têm se concentrado nas transformações provocadas pelas novas tecnologias e pela cultura digital. Castells (2013) propõe o conceito de “sociedade em rede” para descrever a nova configuração social em que a comunicação digital conecta indivíduos, instituições e mercados globalmente. Para Castells, a comunicação é o núcleo da nova forma de organização social, na qual as redes de informação substituem as estruturas hierárquicas tradicionais e reconfiguram os fluxos de poder, criando tanto novas possibilidades de participação quanto novas formas de controle.

Além disso, a perspectiva sociológica contemporânea tem se debruçado sobre os fenômenos da comunicação popular, das mídias alternativas e das resistências comunicacionais nos territórios periféricos. Martín-Barbero (2001) propõem um deslocamento da análise do meio para a mediação, ou seja, para os processos culturais e sociais que dão sentido à recepção das mensagens. A comunicação, nesse enfoque, é atravessada pelas mediações da classe, do gênero, da etnia, da religião e das práticas cotidianas, configurando-se como um campo de negociação simbólica permanente.

A Sociologia da comunicação também contribui para entender a construção social da realidade a partir dos meios de comunicação. Berger e Luckmann (2004) afirmam que o conhecimento do mundo social não é dado, mas construído inter-

subjetivamente. A comunicação, nesse caso, é o processo pelo qual a realidade social é produzida, mantida e transformada. Os discursos, narrativas e representações veiculados pela mídia atuam na naturalização de visões de mundo, muitas vezes invisibilizando conflitos e contradições sociais.

Dessa forma, a perspectiva sociológica da comunicação não apenas revela os vínculos entre os processos comunicacionais e as estruturas sociais, mas também possibilita uma análise crítica dos modos como o poder se manifesta nos discursos e nas tecnologias comunicacionais. Trata-se de uma abordagem que articula teoria e crítica social, comprometida com a compreensão das condições de produção, circulação e recepção das mensagens em uma sociedade marcada por desigualdades estruturais.

6 UMA ANÁLISE COMPARADA ENTRE AS ABORDAGENS

A análise comparada entre as abordagens antropológica, histórica e sociológica da comunicação revela tanto a complementaridade quanto as especificidades teóricas e metodológicas de cada campo. Cada uma dessas áreas de conhecimento se aproxima do fenômeno comunicacional a partir de seus próprios pressupostos epistemológicos, mas todas reconhecem a centralidade da comunicação na constituição das práticas sociais e culturais.

A comparação dessas abordagens permite compreender a comunicação como um fenômeno multifacetado, que articula linguagem, poder, cultura e história.

A Antropologia compreende a comunicação como um processo cultural situado, enfatizando os contextos simbólicos e as práticas cotidianas dos grupos sociais. Geertz (2008) afirma que a cultura é um sistema de significados partilhados, e a comunicação, nesse contexto, é o meio pelo qual tais significados são negociados e transmitidos. A linguagem, os rituais, os gestos e os mitos são todas formas de comunicação que operam como dispositivos estruturantes das identidades e das relações sociais.

A abordagem antropológica é essencialmente qualitativa, centrada na observação participante e na imersão em contextos específicos, buscando compreender a comunicação “a partir de dentro” das culturas estudadas.

Por outro lado, a perspectiva histórica lança luz sobre os processos de transformação das formas comunicacionais ao longo do tempo, destacando as rupturas e continuidades nas tecnologias, práticas e discursos. Como lembra Chartier (1990), a comunicação deve ser analisada em sua materialidade histórica, isto é, considerando os suportes, os modos de produção, os públicos e as condições institucionais que possibilitam sua existência. A História da comunicação não apenas

descreve a evolução dos meios — da oralidade à digitalização —, mas investiga como esses meios condicionam e são condicionados pelos regimes de saber e poder de cada época.

Já a abordagem sociológica centra-se nas estruturas e instituições sociais que moldam os processos comunicacionais. A comunicação é concebida como prática social atravessada por disputas simbólicas e por relações de dominação e resistência. Bourdieu (1997) vê nos meios de comunicação um campo de forças, onde diferentes agentes — jornalistas, intelectuais, políticos, empresas — disputam legitimidade e influência. A Sociologia da comunicação busca identificar como os discursos midiáticos reproduzem ou desafiam as desigualdades sociais, como a classe, o gênero e a raça, analisando tanto os produtores quanto os receptores das mensagens.

Ao comparar essas abordagens, observa-se que todas reconhecem a comunicação como fenômeno socialmente constituído, mas cada uma privilegia dimensões distintas. A Antropologia enfatiza a cultura, os símbolos e os significados locais; a História foca nas temporalidades, nos processos e nas mediações tecnológicas; enquanto a Sociologia se concentra nas estruturas sociais, nas instituições e nas lutas pelo poder simbólico. Essas diferenças refletem os objetos tradicionais de cada disciplina, mas não impedem o diálogo entre elas.

Em verdade, o cruzamento dessas abordagens tem se mostrado cada vez mais produtivo nas ciências sociais contemporâneas. Estudos interdisciplinares têm demonstrado que uma análise robusta da comunicação exige considerar simultaneamente seus aspectos culturais, históricos e estruturais. Por exemplo, a comunicação digital pode ser analisada sob o ponto de vista histórico, investigando as transformações dos meios, antropológico — compreendendo os usos e apropriações locais das tecnologias — e sociológico — examinando os efeitos sociais e políticos das redes digitais.

Outro ponto importante da comparação é a questão da agência dos sujeitos comunicadores. Na Antropologia, os indivíduos são vistos como agentes culturais ativos, que produzem sentidos em interação com seus contextos. Na História, a agência aparece vinculada às condições de produção e às conjunturas históricas. Já na Sociologia, especialmente nas vertentes críticas, a ênfase recai sobre a capacidade dos sujeitos de resistirem ou reproduzirem estruturas de dominação por meio da comunicação. Assim, cada abordagem oferece uma lente distinta para entender como os indivíduos se inserem e atuam nos processos comunicacionais.

No tocante à metodologia, também se evidenciam diferenças importantes. A Antropologia valoriza os métodos qualitativos, como a etnografia e a análise simbólica. A História combina análise documental, crítica das fontes e contextualização temporal. A Sociologia, por sua vez, recorre tanto a métodos quantitativos

quanto qualitativos, empregando desde estatísticas sobre consumo midiático até análises de discurso e entrevistas em profundidade. Essa diversidade metodológica amplia o alcance e a complexidade das pesquisas em comunicação.

Portanto, compreende-se a partir da literatura que a análise comparada entre as abordagens antropológica, histórica e sociológica enriquece o entendimento da comunicação como um fenômeno profundamente enraizado nas dinâmicas sociais. Longe de serem excludentes, essas abordagens se complementam, oferecendo ferramentas analíticas distintas, mas convergentes na compreensão crítica dos processos comunicacionais. Essa convergência é especialmente relevante em um contexto global marcado por fluxos informacionais intensos, disputas discursivas e transformações tecnológicas aceleradas, que exigem olhares múltiplos e articulados.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação, abordada pelas lentes da Antropologia, da História e da Sociologia, apresenta-se como um fenômeno multifacetado e profundamente imbricado nas práticas sociais, culturais e estruturais da vida em sociedade. As análises realizadas ao longo deste artigo evidenciaram que, apesar de partirem de pressupostos teóricos e metodológicos distintos, essas três disciplinas convergem ao reconhecer a comunicação como elemento constitutivo das relações humanas e vetor de construção de significados, identidades e poder.

A abordagem antropológica contribui para a compreensão da comunicação como prática cultural, ancorada em contextos simbólicos específicos e em sistemas de significação próprios. A valorização da diversidade cultural, das formas locais de expressão e da agência dos sujeitos sociais permite uma leitura rica das manifestações comunicacionais, especialmente aquelas que ocorrem à margem dos meios de comunicação hegemônicos.

A perspectiva histórica, por sua vez, oferece uma visão dinâmica dos processos comunicacionais, considerando suas transformações ao longo do tempo, as rupturas tecnológicas e as continuidades institucionais. Essa abordagem permite compreender como os regimes de produção, circulação e recepção da informação foram moldados pelas conjunturas políticas, sociais e econômicas de diferentes períodos históricos.

Já a Sociologia aporta ferramentas analíticas essenciais para compreender a comunicação como espaço de disputas simbólicas e de reprodução ou subversão de estruturas de poder. O enfoque nos campos sociais, nas práticas discursivas e nas desigualdades estruturais proporciona uma análise crítica da mídia e dos efei-

tos sociais da comunicação na contemporaneidade.

A análise comparada entre essas abordagens mostra que elas se complementam ao oferecerem dimensões distintas, porém articuláveis, do fenômeno comunicacional. Em um mundo marcado por fluxos comunicacionais intensos, pela multiplicidade de vozes e pela disputa por sentidos, a articulação entre cultura, história e estrutura social é fundamental para uma compreensão mais abrangente e crítica da comunicação.

Em epítome, este artigo reforça a importância de uma perspectiva interdisciplinar para o estudo da comunicação, capaz de integrar olhares diversos sem perder a profundidade analítica. Ao reconhecer a comunicação como prática cultural, processo histórico e campo de poder, amplia-se a capacidade crítica das ciências humanas para interpretar os desafios comunicacionais do presente e do futuro.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 27. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 12. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2013.

CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

DEWEY, John. *The public and its problems*. New York: Holt, 1927.

DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Paulinas, 1989.

EISENSTEIN, Elizabeth L. *A revolução da imprensa: as origens da Europa moderna*. São Paulo: Ática, 1993.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GOODY, Jack. *The interface between the written and the oral*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a*

uma categoria da sociedade burguesa. 2. ed. São Paulo: Unesp, 2003.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

HALL, Edward T. *Beyond culture*. New York: Anchor Books, 1976.

HALL, Stuart. A cultura e a representação. In: HALL, Stuart (org.). *Representação: meios e mediações culturais*. 2. ed. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Apicuri, 2003. p. 15-72.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

LAZARFELD, Paul F.; MERTON, Robert K. Mass communication, popular taste and organized social action. In: BRYSON, L. (org.). *The communication of ideas*. New York: Harper & Row, 1948. p. 95-118.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 3. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

MORIN, Edgar. *O método 1: o conhecimento do conhecimento*. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.

PARK, Robert E. The natural history of the newspaper. *American Journal of Sociology*, Chicago, v. 29, n. 3, p. 273-289, 1923.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1995.

TURNER, Victor. *Dramas, fields and metaphors: symbolic action in human society*. Ithaca: Cornell University Press, 1974.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. *A inconstância da alma selvagem: e outros ensaios de antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2002.

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e literatura*. São Paulo: Zahar, 2003. Parte superior do formulário.

Comunicologia – Grande Área Epistemológica e Outros Estudos reúne reflexões críticas e interdisciplinares sobre os processos comunicativos que estruturam a vida social contemporânea. A obra apresenta pesquisas e análises que transitam entre jornalismo, redes digitais, comunicação organizacional, cultura e política, destacando a comunicação como fenômeno cultural, simbólico e social. Mais que técnica, ela é compreendida como espaço de disputas de sentido e práticas de mediação. Escrita por pesquisadores, professores e estudantes, a coletânea propõe ao leitor um convite ao debate e ao pensamento crítico, oferecendo caminhos para compreender os desafios e transformações constantes do campo comunicacional.

ISBN: 978-65-6068-194-1

CDL



9 786560 681941