

Comunicação e seu objeto de estudo¹

Valdineia Ferreira dos SANTOS²
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS

Resumo

A partir do século XX, surgiram entre as pesquisas da Comunicação, uma diversidade de teorias sobre o fenômeno, sendo definido vários objetos que se misturaram com outros campos do conhecimento para compreender melhor os fenômenos comunicacionais. Embora, institucionalmente, a área esteja consolidada através dos cursos de Comunicação, há pouco consenso na definição do objeto, métodos e teorias. Assim, o objetivo deste trabalho é apresentar algumas considerações teórico-metodológicas sobre a constituição do campo da Comunicação e seu objeto de estudo. Tal discussão se fez a partir das abordagens de Braga (2011), Martino (2003; 2014) entre outros. Observamos que o conceito de interdisciplinaridade da área surgiu a partir dos estudos pertencentes ao campo e que se utilizaram de teorias e conceitos de outras áreas do conhecimento.

Palavras-chave: comunicação; objeto; interdisciplinaridade; estudo.

Introdução

O avanço da sociedade moderna impulsiona a mudança de contexto e traz consigo uma imposição para a ciência: a necessidade de atualização de dados, conceitos e teorias. Nos estudos da Comunicação, a tradição acadêmica é relativamente nova se comparada com outras ciências como a História e a Matemática. Esse campo do conhecimento possui, como alguns de seus objetos de estudo, as realidades sociais e culturais em que ocorrem os fenômenos comunicacionais.

Considerando que os trabalhos comunicacionais permeiam outras ciências, ao longo das últimas duas décadas um número considerável de pesquisadores da área passaram a focar sua atenção sobre a constituição do campo da Comunicação e sobre a delimitação de seu objeto de estudo, gerando uma variedade de teorias que procuram apreender o fenômeno. Segundo Braga (2011, p. 17), desde 1990 as ciências humanas e

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Curso de Comunicação do PPGCOM-UFRGS, e-mail: valdineia@ufam.edu.br.

sociais diminuíram o foco nesse objetivo “talvez porque foi sendo constatada a complexidade do fenômeno, sua diversidade de aspectos, sua presença em todos os contextos e em toda a processualidade humana”. Desta forma, teorias foram surgindo e sendo acionadas, porém, concentradas em outros ângulos, levando a uma diversidade de perspectivas.

Conforme Silveira (2021), os eixos teóricos dão sustentação aos projetos de pesquisa, nenhuma pesquisa se desenvolve sem uma problematização teórica. O autor apresenta três níveis diferentes entre teoria e pesquisa:

no primeiro, importa a escolha de grandes perspectivas, de quadros gerais de inscrição, e dos conhecimentos já estabelecidos que devem ser importantes para basear a pesquisa; no segundo, a teoria já deve ser tensionada pelas questões “em elaboração” – pelo tratamento do objeto – fornecendo, ao mesmo tempo, bases para interrogá-lo (e não para explicá-lo); no terceiro, importam os redirecionamentos, os complementos e as revisões – aportados à teoria pelos resultados da pesquisa (no nível e segundo as possibilidades do objeto e das descobertas realizadas) (SILVEIRA, 2021, p. 03).

Nesse sentido, o pesquisador em Comunicação se depara com um problema - a definição ou caracterização do objeto de conhecimento de sua área, e isso o impede de se situar com uma identidade acadêmica.

Para Braga (2011, p. 65) a Comunicação surge como algo amplo e presente em todas as atividades humanas, deixando seu objeto inapreensível, concluindo que tudo é comunicação (política, literatura, educação, artes, linguagem, etc.), e se torna como objeto em todas as áreas, “estando em todas as pautas, não estando em nenhum lugar”. A sensação é que a Comunicação deve ser considerada apenas uma disciplina *sui-generis*, e mesmo ao ser considerada como uma disciplina científica, ainda continua a sensação de que deva ser considerada como ciência aplicada, no sentido em que sua cientificidade é derivada de outros saberes.

Conforme Martino (2003) uma epistemologia da Comunicação pode se fundar no mesmo solo de outras ciências sociais e trabalhar com uma perspectiva independente daquela que entende a Comunicação enquanto campo. Observa-se assim, uma pluralidade da área que permite estudar diversos temas, utilizando-se de ideias e métodos de outros campos do saber, deixando a Comunicação sempre aberta a novos assuntos, métodos, objetos e teorias no cruzamento de várias áreas.

Como posto acima, embora a Comunicação seja estudada em vários campos do saber, concorda-se com Martino (2003), que uma área de estudo não se caracteriza por um objeto dado, ou seja, não é o objeto que define uma pesquisa como sendo da área da Comunicação, mas o modo como olhamos para um tema, a questão não é apenas teórica.

Alguns estudiosos caracterizaram o fenômeno da Comunicação como interdisciplinar e isso estimulou a crença de que a Comunicação é um objeto de estudo e que nenhuma ciência se dedicava a investigá-la. Nessa perspectiva, pretende-se neste trabalho fazer uma discussão sobre o objeto de estudo da Comunicação, ou seja, fazer uma reflexão sobre este objeto enquanto algo construído por meio de uma elaboração teórica, uma vez que o objeto comunicacional não pode preceder o saber que o institui, mas pode explicitar qual a compreensão que o saber comunicacional tem daquilo que investiga.

Cabe ressaltar que o tema será abordado a partir da produção brasileira, considerando alguns dos diferentes paradigmas.

A constituição do campo da Comunicação e seu objeto

Nos estudos epistemológicos da Comunicação existe uma discussão entre tomar como objeto de estudo os processos comunicacionais coletivos mediados tecnologicamente, ou seja, a mídia, ou ampliar o campo tomando o ato comunicativo em si mesmo, seja nos diálogos diretos entre as pessoas, grupos, nas conversações e interações sociais, e, também na comunicação midiática. Para Martino (2007), a área que se convencionou chamar de Comunicação, Comunicação Social, Ciência da Comunicação ou *Media Studies*, entre outros nomes, representa apenas uma das possibilidades de abordagem dos fenômenos de comunicação.

Ferrara (2003) faz uma discussão sobre a explosão de códigos e linguagens na metade do XX, o que levou a uma confusão entre a comunicação e as características dos meios e canais e, com isso, os temas estudados ficam restritos às descrições das potencialidades desses meios informacionais. A autora sugere a investigação não sobre códigos, tecnológicos ou não, mas sobre as relações comunicativas, nutridas inclusive pelas características processuais da mídia.

Marcondes Filho (2008) propõe uma Nova Teoria da Comunicação, a partir de uma abordagem expandida, o autor define o fenômeno da Comunicação como uma

“relação entre pessoas, um certo tipo de ocorrência em que se cria uma situação favorável à recepção do novo” (MARCONDES FILHO, 2008, p. 8). Podendo ocorrer no encontro entre duas pessoas, num grupo, entre a pessoa e um objeto cultural, na população que lê jornal ou vê telenovela.

Nesse sentido, para tomar a Comunicação como objeto de estudo, a pesquisa deveria considerar que a comunicação é relação, acontecimento irrepitível, do campo dos sentidos, do afeto, que se dá ‘no durante’ e não ‘posteriormente’, que só existe como ciência com o objeto, e cujo método é versátil e mutante, sem aspiração à objetividade, mais ao estilo da reportagem jornalística e da literatura, “o objeto de estudo da Comunicação estaria no campo intermediário entre ficção e ciência” (MARCONDES FILHO, 2008, p. 151).

Conforme Braga (2011) é irrelevante discutir o estatuto acadêmico do campo da Comunicação, se de ciência ou disciplina, pois é inegável que na situação histórico-social, a busca pelo espaço de estudos, reflexões e pesquisas tem sido extremamente relevante na construção da constituição do campo. Todavia, esse conjunto de estudos é composto por diversas preocupações, como o desenvolvimento de conhecimento sobre o homem e a sociedade, tais como a Literatura, História, Sociologia, Educação, Linguagem, Antropologia e outras áreas do conhecimento.

Com preocupações semelhantes, Martinho(2003) apresenta uma discussão sobre as epistemologias contemporâneas e o lugar da Comunicação. O autor fala da importância de se definir o saber comunicacional, seus fundamentos, seu estatuto, se ciência, arte, disciplina, etc., bem como, a relação desse saber com outros.

Braga (2011, p. 63), por duas razões, não concorda com a explicação do campo da Comunicação como um campo interdisciplinar, “a primeira corresponde à percepção de que um campo de estudos hoje se vê inevitavelmente atravessado por dados, conhecimentos, problemas e abordagens concebidos e desenvolvidos em outras disciplinas e/ou tecnologias”. Nessa perspectiva, todos os campos de conhecimento não têm existência isolada, ou seja, são “interdisciplinares”. A segunda razão está relacionada a um espaço de interface, em que um determinado conhecimento se faz na confluência de duas ou mais disciplinas já estabelecidas, como a Psicossociologia ou a Bioquímica. Desta forma, a interdisciplinariedade do campo é recusada, pois, através dessa perspectiva que era explicado e justificado sua dispersão, essa seria “a defesa de uma visão frouxa dos estudos” (BRAGA, 2011, p. 64).

É como se todas as outras áreas humanas e sociais tivessem algo a dizer sobre a Comunicação, pois o tema aparece em todas, possibilitando assim um encontro para a troca de pontos de vistas específicos, “a Comunicação é uma encruzilhada pela qual muitos passam e poucos permanecem”. Porém, o encontro é o vácuo e não tem nada que explique o porquê do interesse tão generalizado pelo tema.

Nos aproximamos atualmente de uma “disciplina do conhecimento [...] não se trataria de uma disciplina ‘como as outras’ – que embora já não sejam caracterizadas por um critério positivista, têm uma história de criação em termos de objeto & método” (BRAGA, 2011, p. 64). O campo é caracterizado pelo autor como uma disciplina em processo de constituição, sem a exigência de um delineamento teórico ou positivista. Hoje, não se aceita mais que qualquer coisa seja alegada como um estudo de Comunicação.

Braga (2011) faz uma abordagem sobre o trabalho de interfaces, o qual trata com seriedade os enfoques comunicacionais, gerando grandes desafios na produção de conhecimento sobre os fenômenos comunicacionais, conhecimentos mais estabelecidos na área, fornecendo teorias e perspectivas necessárias, absorvendo a atenção do pesquisador por suas teorias e objetos mais delineados. Tem uma questão fundamental para a construção e avanço de conhecimento em comunicação e de contribuição comunicacional: o que há e comunicação nessa interface? A partir desse questionamento, os estudos de interfaces podem ser, ao invés de um espaço de dispersão, um espaço de trabalho construtivo do conhecimento comunicacional.

Deve-se escolher e selecionar objetos específicos que identifique a área, sem cair no reducionismo de enfatizá-la ou destacá-la com nossas preferências pessoais ou grupais, excluindo outras perspectivas externas ao campo, bem como, evitar sobreposições com outras áreas de estudos mais estabelecidas, se afastando de uma posição holista em direção a uma preferência especializada.

Existe uma forma que ajuda na constituição da área: é tomar o objeto da Comunicação como toda e qualquer conversação do espaço social, ou seja, “o que há de propriamente ‘conversacional’ e de troca (simbólica e de práticas interativas) nas diversas instâncias e situações da vida social (BRAGA, 2011, p. 65). Entretanto, embora tenha ênfase nos processos comunicacionais, esta é uma visão ampla, que realça apenas o que ocorre nos meios de comunicação social.

Em contraposição, essa perspectiva se revela menos holista e nem reducionista, mas uma tentativa de recorte, com graus diversos de abrangência, porém, com risco de segmentar o objeto.

No final dos anos 90, havia uma cobrança de objeto e método como critério disciplinar, enfatizando os temas, mais que os problemas comunicacionais, como se os temas fossem os caracterizadores. Conforme Braga (2011), não é o tema que garante a pertinência da pesquisa, mas a visão sociológica posta sobre este. Não se pode pensar num campo de estudo apenas temático, o objeto da Comunicação não pode ser apreendido enquanto ‘coisas’ nem ‘temas’, mas sim, como um certo tipo de processos epistemicamente caracterizados por uma perspectiva comunicacional.

Os processos sociais em geral, devem ser percebidos pela ótica que neles busca a distinção do fenômeno, numa tentativa de capturar tais processos e suas características nas mídias, na atualidade, nos signos, em episódios interacionais. O importante é a capacidade para desvelar e explicitar os processos que, de alguma forma, resultem em distinção clara e objetiva sobre o que se pretende caracterizar como fenômeno comunicacional relacionado aos temas e questões de nossa preferência.

O que geralmente acontece nas demais áreas de conhecimento, é que a Comunicação ou é observada sem ser problematizada, ou é problematizada com interesses específicos da área. Já no campo da Comunicação, qualquer fato humano é problematizado na vertente comunicacional, assim, mais do que perceber o engajamento nas atividades e processos “conversando” e se “comunicando”, procura-se perceber o que é de fato inerente aos processos mais amplos de trocas simbólicas e de interações, isto é, como tais ações específicas determinam os processos de comunicação envolvidos.

Essa postura faz-se relevante na constituição da identidade da Comunicação enquanto campo ou área de estudo. Martinho (*apud* Braga, 2011) assinala que:

a natureza dos estudos em Ciências Humanas – que tem no homem um ser essencialmente comunicativo, seu objeto comum – faz com que a análise dos processos comunicativos seja um ponto de passagem quase obrigatório, o que dificulta a delimitação mais precisa do objeto da Comunicação, uma vez que ele se encontra misturado as análises de outras disciplinas (MARTINO, *apud* BRAGA, 2011, p. 70).

Trata-se de distinguir primeiro a presença do ângulo “interação comunicacional”

e em seguida, verificar se este ângulo é que comanda o olhar ou se está submisso aos objetivos prioritários de outras disciplinas. Logo, a busca por teorias e métodos que se concentrem na constituição do campo é de fato um grande desafio aos pesquisadores da área, gerando impasses nos estudos epistemológicos.

Percebe-se, nesse sentido, o grande desafio em discutir sobre as epistemologias contemporâneas, o lugar da Comunicação e a importância para a área sobre a fundamentação de um saber comunicacional, questões típicas que caracterizam o trabalho epistemológico e sua aplicação ao saber comunicacional. A epistemologia enquanto estudo do conhecimento científico se opõe à filosofia da ciência, pois se ocupa de problemas mais específicos e próprios do conhecimento científico, tais como, seu objeto, classificação, método e sua fundamentação. A pluralidade de saberes científicos dificulta a classificação, podendo até levar a uma hierarquia entre as disciplinas científicas (MARTINO, 2003).

Existe uma certa dificuldade na comunidade responsável pelo saber comunicacional, em aproximar a Comunicação da ciência. O estatuto desse saber oscila entre uma não-disciplina, “apenas um campo de aplicação para as disciplinas das mais variadas ciências[...]”, e uma superdisciplina, vista como uma síntese e acabamento das ciências humanas e da filosofia (MARTINO, 2003, p. 84). Nesse sentido, a Comunicação, ora é pouco consistente para ser reconhecida como ciência, ora é vista como fundamento e acabamento das ciências humanas. Para além e aquém da ciência, entre o tudo e o nada, entre o desprezo e a exaltação injustificados, oscilando entre uma sub e uma superciência, o saber comunicacional praticamente se vê impedido de ser trabalhado numa dimensão científica na qual ganha pertinência a questão epistemológica.

No Brasil, a epistemologia tal como é desenvolvida, apresenta 3 problemas: o subjetivismo, a imagem da ciência nos trabalhos de comunicação e o desaparecimento do objeto. Conforme Martino (2003), objeto é aquilo que se dá a ver ou conhecer para um sujeito, as coisas passam a ser objetos em função de um ato de reconhecimento e sua questão é fundamental e está diretamente relacionado a um saber.

É muito interessante uma afirmação que o autor faz, “é preciso ter-se em conta que discutir o objeto de estudo de uma ciência não é exatamente fazer uma lista dos objetos que ela pode ou não tratar” (MARTINO, 2003, p. 85). Ou seja, não é olhar o mundo e dizer o que pode ou não ser estudado pela Comunicação, uma vez que o objeto comunicacional não pode preceder o saber que o institui, mas deve explicitar qual a

compreensão que o saber comunicacional tem daquilo que investiga. Nessa perspectiva, falar de objeto de estudo na Comunicação é falar de um saber teórico que fornece uma representação do mundo, ou de um mundo que aparece através desse saber.

O autor faz uma distinção entre objeto de estudo (geral) e objeto de pesquisa (específico). Ele reforça que “[...] objetos de estudo, que só aparecem por meio de uma teoria, de uma apreensão não-naturalizada, mas produzido por um modelo teórico. O objeto de estudo é, portanto, uma construção teórica ou o objeto de uma teoria” (MARTINO, 2003, p. 85).

Como aponta o autor,

o objeto de um certo trabalho de investigação é, por assim dizer, a matéria intelectual que ele manipula e que só aparece nas elaborações teóricas pelas quais os fenômenos se apresentam à investigação científica (e se opõe, assim, ao objeto empírico). Por sua vez, o objeto de uma disciplina deve ser compreendido como o ponto de vista mais geral, responsável pelo recorte e pela abordagem por meio da qual o fenômeno se apresenta ao trabalho de teorização. Ele funciona simultaneamente como um pano de fundo de onde se destacam as teorias e como princípio de diferença e de unidade de campo. É a partir dele que se afirma a diversidade teórica de um domínio do conhecimento, de modo que todas as teorias são então posicionamentos gerais em relação ao objeto de estudo de uma dada disciplina, por isso marcam suas diferenças específicas em função deste referencial, ao mesmo tempo em que se reúnem ao redor de um problema fundamental que ele representa (objeto de pesquisa) (MARTINO, 2003, p. 86).

Nos estudos da epistemologia da Comunicação outros pesquisadores tem a mesma postura de Martino e apontam o objeto problematizado, com delimitação de um objeto de conhecimento. Tradicionalmente, a pesquisa em Comunicação tem sido definida por dois grupos de pesquisadores do seguinte modo:

1. O mais conhecido são os estudos sobre mídia e sociedade, cujo objetivo é compreender os meios de comunicação (analógicos, digitais ou em rede) a partir de suas características, pensando nos discursos produzidos por eles ou na sua relação com a sociedade. Nessa perspectiva, a pesquisa em Comunicação é definida como “estudo da mídia e suas características técnicas, produção, circulação e recepção de suas mensagens e interações mediadas” (MARTINO, 2003, p. 23). Desta forma, a mídia é tida como objeto de estudo da área, embora, não defina um campo de estudo. Porém, ao relacionar uma pesquisa à mídia, não é suficiente para afirmar que está realizando uma pesquisa no campo da Comunicação.

2. O segundo grupo aborda a Comunicação como interação entre indivíduos, grupos e comunidades. Nessa perspectiva, pesquisa em Comunicação é o estudo das interações simbólicas entre os sujeitos, independente dos meios de comunicação. Assim, a mídia pode ou não estar presente, mas não é o elemento responsável por intermediar a relação entre pessoas. Entretanto, nesse grupo o problema está em limitar qual tipo de pesquisa não pertence à Comunicação, uma vez que toda produção de sentido está relacionada à Comunicação.

As perspectivas acima explicam o campo da pesquisa em Comunicação, porém, ambas tem suas fragilidades, sobretudo ao questionar fronteiras disciplinares. Mais uma vez concordamos com Martino (2003) ao dizer que uma área não se caracteriza por um objeto dado, mas contruído. Ao definir uma pesquisa em Comunicação como estudos de mídias, deve-se considerar em cada pesquisa, o que está sendo chamado de mídia, discussão essa relevante para a construção de uma área do saber.

Para Martino (2003) existe um mal entendido que deve ser explicado: o objeto de estudo não deve ser oposto à diversidade teórica, pois ele é o elemento de emergência e de inteligibilidade da diversidade. Assim, não há que escolher entre objeto ou diversidade. O objeto de estudo é uma proposta, uma conjectura útil, ele não precisa ser um consenso: haverá tantos objetos de estudo quantas respostas cabíveis ao problema de se aproximar e pensar a unidade de um certo conjunto de teorias, ou seja, teremos tantos objetos de estudos quantas forem as abordagens, o objeto será construído a partir da singularidade da perspectiva que busca a explicação de um fenômeno social específico e que se manifesta de diversos modos. Trata-se de uma discussão sobre as orientações mais gerais do trabalho de recorte e problematização de um aspecto da realidade, típica do trabalho epistemológico.

Podemos concluir que o objeto de estudo serve de ponte entre os aspectos epistemológicos gerais e o trabalho de uma investigação particular, um trabalho de recorte e problematização de um aspecto da realidade, possibilitando ao mesmo tempo, uma reflexão e um distanciamento crítico, que serve também de referência para orientar a busca de interlocução teórica. Nesse sentido, um objeto não pode desaparecer,

Afastemos logo de saída toda noção destrutiva (implosão, desmaterialização, desintegração...) ou mágica (aparecer/desaparecer), já que não se trata de um objeto material (empírico), nem de tecermos considerações sobre práticas não-científicas. Em termos estritamente epistemológicos, o desaparecimento do objeto de uma disciplina

equivale ao desaparecimento da disciplina correspondente (MARTINO, 2003, p. 88)

A morte ou desaparecimento são expressões oriundas de recursos estéticos, modos de dizer que portam uma certa beleza, por meio dos abusos de linguagem que introduzem, mas que não refletem necessariamente um pensamento coerente ou isento de contradições insuperáveis, “a morte do objeto de um domínio de conhecimento não é igual a uma disciplina mais a ausência de um objeto, é simplesmente nada, coisa alguma” (MARTINO, 2003, 88). Todavia, a ausência de um objeto de estudo pode ser pensado se não tomarmos a Comunicação como designação de um certo saber, saber comunicacional, mas como uma instituição ou conjunto de instituições.

Desta forma, é possível pensar por um momento, a questão do objeto que pode se obscurecer a ponto de podermos tomar certas liberdades poéticas para expressar este estado de fatos. Podemos falar em morte ou desaparecimento do objeto, fora de um plano epistemológico, e sim, de história ou de sociologia das ciências. Não trataria mais da questão do conhecimento, mas de suas instituições sociais (MARTINO, 2003).

Finalizando, se em termos epistemológicos o desaparecimento do objeto não pode ter nenhuma significação, ao ser proposto enquanto uma reflexão epistemológica, essa ponderação pode até não fazer avançar o problema da área, entretanto, pode informar sobre o estado de compreensão que a área tem dos problemas epistemológicos.

É importante lembrar que a Comunicação, como área do saber, deve ser mais do que um resultado de intersecções de outras ciências aplicadas ao processo comunicacional. Conforme Martino (2014, p. 31), as relações humanas têm os meios de comunicação como suporte, porém, os objetos em que um pesquisador desta área deve se debruçar não é todo e qualquer fenômeno comunicativo, “mas apenas aqueles restritos à dimensão humana e mediatizados por dispositivos técnicos”.

Considerações finais

As ciências modernas não descobriram a Comunicação, mas problematizou seu desenvolvimento, levando ao nascimento de várias formas e modos na sua realização. Assim, falar sobre seu objeto, não significa falar sobre objetos disponíveis no mundo, mas àqueles construídos pela comunicação.

Considerando o homem como um ser essencialmente comunicativo, a proposta neste trabalho foi discutir o objeto da Comunicação e sua identidade na área, bem como, a delimitação desse objeto, uma vez que ele se mistura com as análises de outras áreas.

Existem outras linhas de raciocínios que buscam em outras áreas elencar o objeto da Comunicação, como, por exemplo, a Escola de Frankfurt, voltada para uma abordagem político-econômica dos processos de comunicação de massa. Tal pensamento é criticada por Martino (2014). Observa-se a necessidade de distinguir primeiro a presença do ângulo interação comunicacional e em seguida investigar se este ângulo é o que direciona os objetivos prioritários da área, contribuindo para a construção do campo.

Temos vários estudos que são consensualmente aceitos como pertencentes ao campo da Comunicação, embora se utilizam de teorias e conceitos desenvolvidos em outras áreas do conhecimento, talvez isso impulse o conceito de interdisciplinaridade da área, porém, em nada reduz a identidade do campo, que requer, acolhe e consome contribuições de outras áreas. Que a diversidade da área seja uma propulsora da produção teórica. O grande desafio é transformar essa diversidade de perspectivas e suas diferenças em posições teóricas, evitando, por um lado, os cortes absolutos, e por outro, a soma infinita e o ecletismo desenfreado.

Diante de todo exposto, observamos que o objeto da Comunicação se reinventa a cada atividade empírica que se debruça sobre ele. Nessa perspectiva, o que define uma área científica não é a delimitação do seu objeto de estudo, mas ao contrário, se define pela possibilidade de redescobri-lo ao encontrá-lo refletido nas nuances de uma pergunta empírica que o desenha, mas não o define.

Referências

BRAGA, José Luiz. **Constituição do Campo da Comunicação**. Verso e Reverso, vol. XXV, n. 58, janeiro-abril 2011.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Epistemologia da Comunicação: além do sujeito e aquém do objeto. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

_____, Lucrécia D'Alessio. A comunicação: da epistemologia ao empírico. In: ANAIS DO 23º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2014, Belém. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2014. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2014/trabalhos/a-comunicacao-da-epistemologia-ao-empirico?lang=pt-br>>. Acesso em: 15 ago. 2023.

MARTINO, Luiz Claudio. As epistemologias contemporâneas e o lugar da Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org). **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

_____. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação. In: HOHLFELDT, Antônio & MARTINO, Luiz C. (orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2014.

_____; BERGER, Charles; CRAIG, Robert T. **Teorias da comunicação: muitas ou poucas?** Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação: contatos antecipados com a Nova Teoria**. São Paulo: Paulus, 2008.

SILVA, Gislene. Sobre a imaterialidade do objeto de estudo do jornalismo. **E-compós - Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Brasília, v.12, n.2, maio/ago. 2009.

SILVEIRA, Fabrício. Como os projetos de pesquisa se relacionam com as teorias? **XXX Encontro Anual da Compós**. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo/SP, 27 a 30 de Julho de 2021.