

## **A produção científica em comunicação no Brasil: fragilidades na relação entre universidade e empresas**

Monica Franchi Carniello<sup>1</sup>

Professora da Universidade de Taubaté/ Faculdade Maria Augusta

monicafc@bol.com.br

### **Resumo**

A auto-avaliação e a discussão epistemológica fazem parte do conhecimento científico. Este artigo visa levantar alguns pontos relativos aos métodos e finalidades da pesquisa em comunicação desenvolvida do Brasil, verificando os tipos de trabalhos gerados pelos pesquisadores e identificando os focos metodológicos da produção científica brasileira, referentes à temática tecnologia digital. Para isso, foi contextualizado o panorama da produção científica, considerando os aspectos sócio-históricos que fizeram parte da fase de formação e consolidação da comunidade científica brasileira na área de comunicação. Uma vez compreendido o cenário, foram analisados resumos de teses de doutorado do ano de 2004 para se obter um diagnóstico da produção científica, observando a temática, a finalidade do conhecimento produzido e a natureza da pesquisa quanto ao método utilizado. Foi possível verificar que a maioria das pesquisas produzidas é de caráter descritivo, além de uma predominância de temas que discutem o contexto comunicacional das mensagens. Fica a discussão sobre os rumos da pesquisa, uma vez que a maturidade da pesquisa descritiva é evidente, mas que existe uma lacuna em pesquisas que visem inovação e aplicabilidade mercadológica.

**Palavras-chave:** produção científica; comunicação; pesquisa.

### **Abstract**

The self-evaluation and the epistemological discussion are part of the scientific knowledge. This paper aims to discuss some points relative to the methods and finalities of the communication research developed in Brazil, verifying the categories of researches developed by scientists, identifying the methods of the scientific Brazilian production focused in digital technology thematic. For that, we understood the scene of scientific production, considering the social and historical points that were relevant to the formation and

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Mestre em Comunicação e Letras pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, Especialista em Marketing pela Universidade da Califórnia, é professora da graduação e do Programa de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté e da graduação na Faculdade Maria Augusta.

consolidation phase of the Brazilian scientific communication community. Once understood the background, abstracts of doctorate thesis produced in 2004 were analysed to obtain a diagnosis about the scientific production, observing the thematic, the purpose of the produced knowledge and the nature of the method used in the research. It was possible to verify what the majority of the research production is descriptive, in addition to a predominance of themes about the communicational context of the messages. It is relevant to discussion about the orientations of research, since that the maturity of descriptive research is clear, but exists a gap of researches that pretend innovation and market applicability.

**Key-words:** scientific production; communication; research.

## Introdução

Pelo fato de a ciência ser uma resultante das forças culturais, ou seja, concebida pelo homem organizado em sociedade, ela possui um dinamismo epistemológico inerente, gerando necessidade de constante revisão dos procedimentos metodológicos, o que influi no estágio de desenvolvimento dos campos de conhecimento. Sujeita à historicidade, a ciência tem como função buscar, por meio da racionalidade, da correspondência entre afirmação e fatos e da compatibilidade com o conhecimento anterior, produzir conhecimento, melhorando a compreensão dos fenômenos já conhecidos e realizando novas descobertas.

Para avaliar o nível de maturidade de um campo do conhecimento científico, inicialmente é preciso considerar três pontos fundamentais: os meios de divulgação existentes na área em questão, ou seja, a existência de literatura científica; a existência de grupos de pesquisa e associações representativas e a existência de cursos regulares de pós-graduação *stricto sensu*, que se encarregam da formação dos pesquisadores.

Na área de comunicação, a partir dos critérios acima, é possível afirmar que, hoje, no Brasil, a pesquisa está consolidada, pois possui os três pilares necessários que configuram a existência de uma comunidade científica.

O número de revistas científicas na área tem se multiplicado, até pelas facilidades de produção e distribuição proporcionadas pela Internet, o que é um aspecto positivo, mas que gera uma preocupação em garantir a qualidade e o rigor científico das publicações. É uma realidade não apenas da área de comunicação, mas de toda a produção científica brasileira, que tem crescido a cada ano.

“Em 2005, a produção brasileira cresceu 19% em relação a 2004, e representa 1,8% da produção mundial. Publicamos, em 2005, 14.681

trabalhos; o México, 7.184; a Argentina 5.311 e o Chile 3.135.

O último levantamento da produção técnica dos grupos de pesquisa, realizado pelo CNPq em 2004, referente ao ano 2003, registrou: 23.515 pesquisadores e 9.637 pesquisadores-estudantes, que produziram, respectivamente, 37.193 e 5.224 trabalhos técnicos diversos.” (MORHY, 2006)

Os meios de mensuração e de controle de qualidade também têm se aprimorado, o que reforça a busca de uma maturidade científica, evidente em todas as áreas do conhecimento. Um dos mecanismos criados, o projeto Scielo, “procura tornar mais visível e acessível a produção nacional via meio eletrônico e, ao mesmo tempo, cria-se uma base de dados através da qual seja possível obter indicadores, como índices de citação e de impacto”(MENEHINI, 1998).

Na área de comunicação, em 2004 o Brasil possuía 267 grupos de pesquisa cadastrados no CNPQ, considerando os já consolidados, em consolidação e em formação. Além disso, a comunidade científica brasileira conta com a INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, cuja história se confunde com a própria trajetória da pesquisa em comunicação no país. Fundada em 1978, surgiu “em um contexto de amadurecimento da comunidade científica brasileira” (BARROS, 2003, p.298). A INTERCOM, “em termos genéricos, visa promover estudos avançados em âmbito interdisciplinar, o que pressupõe estimular e facilitar acesso à ciência, tecnologia e cultura, além de contribuir para o desenvolvimento da produção técnico-científica e para a promoção da cultura nacional e regional, favorecendo a preservação e o conhecimento dos bens e valores culturais do país” (FERREIRA, 2003, p. 314).

A formação de pesquisadores em comunicação no Brasil é responsabilidade dos 27 programas existentes na área recomendados pela Capes – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior<sup>2</sup>.

A partir dos dados acima, é inegável a existência de uma forte comunidade científica na área de comunicação no Brasil. A partir desse pressuposto, torna-se possível avançar nas discussões sobre o cenário científico da comunicação. Uma vez existente a produção científica, passa a ser pertinente voltar o foco para a revisão dos métodos utilizados, bem como para as finalidades e aplicabilidades decorrentes desta produção.

‘A discussão das técnicas de pesquisa mais adequadas à pesquisa em comunicação tem atraído pouco a atenção dos pesquisadores da área, não

---

<sup>2</sup> Dados de 2007.

sendo objeto de discussão nos cursos de graduação e pós-graduação, nos núcleos de pesquisa ou nos seminários. Situação inversa é observada nas empresas de pesquisa de mídia e comunicação, que encontram na reflexão e discussão dos métodos e técnicas de pesquisa utilizados a própria legitimidade dos resultados obtidos”

(FADUL, 2003, p.268).

Este artigo visa levantar alguns pontos relativos aos métodos e finalidades da pesquisa em comunicação desenvolvida do Brasil, verificando os tipos de trabalhos gerados pelos pesquisadores e identificando os focos temáticos e metodológicos da produção científica brasileira.

### **Reflexão sobre o cenário da produção científica em comunicação no Brasil**

Há três aspectos principais que interferem na configuração do cenário da comunicação no Brasil, e que devem ser considerados para a compreensão do panorama atual da produção científica na área de comunicação: o regime ditatorial militar que vigorou no cenário político entre 1964 e 1985, determinando a adoção de determinadas posturas por parte dos pesquisadores de comunicação; a interdependência de grande parte do campo da comunicação das tecnologias das mídias eletrônicas e digitais, fenômeno de abrangência global; e o contexto sócio-econômico do país.

“A comunicação, quando pensada na América Latina, foi sempre uma questão de política” (BERGER, 2007, p.252). Assim, torna-se pertinente discutir o primeiro aspecto destacado acima, referente ao contexto político da ditadura militar, que vigorou no país no período em que as estruturas da formação de grupos de pesquisadores da área de comunicação se consolidava. A própria INTERCOM, instituição mais representativa da produção científica em comunicação no país, que beira os 30 anos de existência, foi formada em uma “conjuntura nacional e internacional específica.[...]” visto que “no Brasil a questão central ainda era a luta pela democracia política” (FADUL, 2003, p.263-264). O período também coincide com a ampliação da cobertura dos meios de comunicação de massa, em especial a televisão, que é introduzida no Brasil em 1950 por Assis Chateaubriand, tornando-se em poucas décadas uma mídia presente na grande maioria dos lares brasileiros.

“É neste contexto contraditório – de luta e sonho pelo socialismo e de intervenção militar e do qual o capital norte-americano – que a Comunicação de Massa, como investimento econômico e projeto de dominação, é introduzida e sedimentada no continente. Comunicação

identificada com a televisão (e esta com a modernização), e com financiamento norte-americano (e este com desenvolvimento), formando o pano de fundo e a motivação para a produção massiva que se instalava e ganhava adesões” (BERGER, 2007, p.248).

A censura imposta aos meios de comunicação foi uma das ações mais evidentes do governo militar, o que impulsionou a tomada de uma postura oposicionista e crítica dos profissionais e pesquisadores de comunicação, opção da qual era difícil escapar devido à intensidade da dicotomia estabelecida. Com isso, a produção científica não consegue se libertar facilmente do peso das imposições políticas do período, o que gera reflexo na comunidade acadêmica até hoje. É evidente, por exemplo, nos cursos de graduação, a ênfase e empatia maiores com as teorias da comunicação de massa que possuem uma base marxista, como é o caso da Teoria Crítica, proposta pelos intelectuais da Escola de Frankfurt. Esta evidencia o fato dos meios de comunicação atuarem como instrumentos ideológicos das classes dominantes, promovendo a industrialização da cultura e a alienação social. A identificação é perfeitamente compreensível devido às evidentes intersecções entre a teoria e o cenário político da época. Por outro lado, as teorias norte-americanas, incluindo as contemporâneas, que desde sua origem possuíam uma vinculação mais estreita com o mercado da comunicação americano, evidenciando o caráter funcionalista dos estudos, têm influência bem mais restrita entre os pesquisadores brasileiros.

Para evidenciar as possibilidades de relação da ciência aos fenômenos sócio-culturais e políticos, cita-se o exemplo de Portugal.

“As Ciências da Comunicação em Portugal têm um surgimento tardio. Em especial devido às condições políticas de um regime ditatorial, o regime salazarista-marcelista (1936-1974) nunca esteve interessado no desenvolvimento de estudos ou formação de cursos relacionados com a comunicação pública e midiática. Esse sentimento foi de algum modo perpassado às autoridades da Academia portuguesa e o estudo organizado nos diferentes domínios daquilo que hoje se encobre no amplo campo das Ciências da Comunicação, praticamente só vai surgir a partir de 1978”.

(OLIVEIRA, 2002)

O fato de ter um opositor bem evidente e identificado à atividade da comunicação no Brasil implicou o revestimento político da pesquisa brasileira na área. Obviamente que, com a mudança do cenário político e a natural maturidade decorrente da consolidação da comunidade científica brasileira, a aura política foi perdendo força, mas a postura

predominantemente crítica ainda pode ser identificada na produção acadêmica nacional. “O conhecimento da comunicação não está isento do revestimento ideológico e de condicionamentos de toda ordem” (FRANÇA, 2007, p.48).

Uma decorrência possível desse contexto é o distanciamento ainda existente entre iniciativa privada e produção acadêmica. Faz parte do escopo da academia a adoção de uma postura crítica, pois o contraponto às práticas sociais e mercadológicas é essencial. Porém, o papel da universidade abrange também a proposta de novas práticas, de viabilização de inovação para que se possa enfatizar a aplicabilidade do conhecimento para o desenvolvimento social e econômico de um país. Se, no Brasil, devido ao cenário apresentado, a produção centrou-se na pesquisa com enfoque crítico-descritivo, qual seria o interesse da iniciativa privada em investir na pesquisa acadêmica, mesmo porque ela é um constante objeto de estudo dos pesquisadores e, portanto, passível de questionamentos?

Assim, se no cenário mundial, especialmente na segunda metade do século XX, foi possível observar uma interdependência cada vez maior entre ciência e tecnologia, em função da concorrência entre as empresas que dependem do aprimoramento tecnológico de seus produtos para manter a competitividade, no Brasil, o período político da ditadura militar, que foi muito marcante para a área e comunicação, perdurou por mais de vinte anos. Isso faz com que experimentos metodológicos que visem inovação sejam realizados prioritariamente fora das universidades, desenvolvidos pelas próprias empresas da área de comunicação. É o caso, apenas para destacar um exemplo, da agência Lew Lara, que criou o Lew Lara Hub<sup>3</sup>, um instrumento para detecção de tendências de mercado e opinião de consumidores, que, para viabilizar a coleta de dados elaborou um site de caráter totalmente inovador, que explorava toda a potencialidade de linguagem da mídia Internet. Um experimento que, ao buscar informações para contribuir com a inteligência de marketing da agência, gerou uma nova metodologia de coleta de dados por meio de utilização de uma mídia relativamente recente que não havia sido explorada de tal forma ainda.

Enfim, projetos que tenham uma aplicabilidade mercadológica e que desenvolvem novas metodologias ainda são minoria no universo acadêmico brasileiro. Se o contexto acabou por afastar a pesquisa em comunicação da aplicabilidade no mercado, há outros fatores que são também relevantes para compreendermos a trajetória da pesquisa em comunicação no Brasil.

O segundo aspecto diz respeito à própria natureza interdisciplinar da comunicação. A heterogeneidade dos aportes teóricos é uma das características da área, visto que a comunicação é meio, não fim. Além disso, as próprias idéias inerentes ao conceito da comunicação humana, que é compreendida como um processo e fenômeno social,

---

<sup>3</sup> Disponível em: < <http://www.lhub.com.br/home/home.html> > Acesso em 03 mar 2007.

estimulam a interdisciplinaridade com outros campos do conhecimento, como a sociologia, a psicologia, a semiótica, entre outras. Por isso, há uma dificuldade em delimitar o objeto de estudo da comunicação. Um dos principais focos abordados têm sido os meios de comunicação de massa e, mais recentemente, as mídias digitais. Assim, o período de maior desenvolvimento e popularização dos meios de comunicação de massa, o século XX, coincide com o período em que a comunicação se consolida como uma ciência autônoma, apesar de manter as inter-relações com outras áreas do conhecimento, como citado acima.

No século XX, com a explosão do desenvolvimento tecnológico em todos os campos do conhecimento, a relação entre meios de comunicação e outras áreas da ciência se estreitam. Os meios de comunicação eletrônicos e digitais são criados com o suporte das engenharias, da informática, da física, ficando para estas áreas o mérito da inovação e geração das novas mídias. A comunicação passa a tomar as mídias como objeto de estudo após sua criação, visando compreender os processos e mudanças por elas gerados. “No caso da comunicação, foi o desenvolvimento das práticas, a invenção dos novos meios de comunicação que motivaram os estudos e suscitaram a reflexão” (FRANÇA, 2007, p.48).

O resultado desta dependência da tecnologia desenvolvida em outras áreas resulta em uma pesquisa com forte caráter descritivo, que busca compreender processos e natureza dos fenômenos já existentes, deixando a pesquisa de inovação menos evidente na área de comunicação. A função de geração de pesquisas de inovação, que poderiam vir a gerar novos produtos, novas tecnologias, novos formatos ou produtos de comunicação, e que provavelmente fariam maior uso da pesquisa experimental, fica em segundo plano.

“[...] uma tecnologia constitui-se de uma descoberta, o uso de algum conhecimento recente ou não em uma nova aplicação, robustecida por centenas ou milhares de inovações utilizando criativamente conhecimentos existentes. Um mesmo produto tem, em geral, umas poucas descobertas amplamente conhecidas através de publicações e centenas ou milhares de inovações, protegidas do conhecimento e uso por terceiros através de patentes.” (NICOLSKY, 2001)

Esse cenário é um dos fatores que faz com que as pesquisas com finalidade de inovação para possível aplicabilidade mercadológica fiquem concentradas prioritariamente na iniciativa privada. Esta situação é reforçada também pelo terceiro aspecto destacado, que se refere à situação sócio-econômica precária do país. Duas conseqüências mais evidentes podem ser destacadas decorrentes deste cenário: baixos investimentos em pesquisas realizadas ou financiadas por empresas privadas; a priorização das universidades em formar mão-de-obra técnica, diminuindo a importância da produção científica.

Poucas são as empresas de capital nacional que conseguem disponibilizar verba para a pesquisa. Normalmente, elas são dependentes de tecnologias previamente desenvolvidas e muitas vezes mercadologicamente impostas por empresas maiores, que acabam por ditar as regras do jogo. Já no caso das multinacionais, dificilmente a concentração de pesquisadores ou grupos investidores em pesquisa se dá em países emergentes e/ou fora das matrizes. O avanço tecnológico, devido à própria configuração da economia global, geralmente ocorre nos países dominantes ou por eles é apropriada e comercializada, viabilizada.

Além disso, as instituições particulares de cursos superiores cresceram muito no país quantitativamente na última década, e acabaram por priorizar um ensino voltado para a formação de mão-de-obra com perfil prioritariamente técnico, visando a rápida colocação profissional dos egressos, ficando a produção de conhecimento científico para segundo plano. O gargalo para o início da formação de produtores de conhecimento passa a ser os cursos de mestrado.

O contexto apresentado nos dá pistas para compreender porque

“a pesquisa no Brasil concentrou-se em duas áreas temáticas: “1. estudo da estrutura de poder dos meios de comunicação – transnacional e nacional – e as estratégias de dominação dos países capitalistas; 2. estudo sobre as formações discursivas e as mensagens da cultura de massas desde suas estruturas de significação” (BERGER, 2007, p.258)

Com o objetivo de verificar as temáticas e métodos utilizados nas pesquisas em comunicação da atualidade para dar continuidade e sustentabilidade para a discussão apresentada, foi feita uma análise de uma amostra de resumos de teses, conforme apresentado abaixo.

### **Análise da produção científica brasileira em comunicação**

Foram considerados, como objeto de análise, resumos de teses defendidas em 2004, disponíveis no banco de teses da CAPES<sup>4</sup>. O nível de doutorado foi o escolhido por entender que, para obtenção do título de Doutor, o candidato deve apresentar uma tese que tenha um grau de ineditismo, o que possibilita a existência de pesquisas de inovação. Os dados mais recentes disponíveis para consulta são de 2004, por isso a seleção do período. Para proceder a busca de pesquisas que abordavam a temática tecnologia digital, foram selecionados todos os resumos que apresentavam o tema em questão a partir de buscas com as palavras-chave comunicação; mídias digitais; e Internet. Foram encontrados 1, 307

---

<sup>4</sup> CAPES – Banco de Teses. Disponível em : < <http://servicos.capes.gov.br/capesdw/>>. Acesso em 03 mar 2007.

e 84 resumos, respectivamente. Destes, foram selecionados aqueles que contemplavam efetivamente o tema e que foram produzidos por programas de doutorado da área de comunicação, totalizando 19 resumos.

Como critérios de análise, foram considerados os seguintes pontos: o tipo de trabalho produzido, considerando as fases do conhecimento; e o tipo de pesquisa quanto ao método aplicado.

Para analisar os tipos de trabalhos, a partir dos resumos, foi considerada a classificação abaixo.

*“Ebulição*: fase desencadeada por uma nova descoberta ou uma nova idéia, durante a qual esforços possibilitam a obtenção de resultados desconhecidos, de grande impacto e em grande quantidade.

*Evaporação*: fase em que a expansão do conhecimento se dá de maneira mais tranquila; resultados inéditos e de impacto exigem grande esforço e sua quantidade é relativamente bem menor.

*Condensação*: corresponde a recolher os resultados novos, quase sempre disponíveis de maneira caótica e desorganizada, e consolidá-los em um texto ou volume único.

*Reelaboração*: corresponde a trabalhar com um conhecimento já condensado, apresentando-o sob um novo enfoque ou abordando-o de modo alternativo.

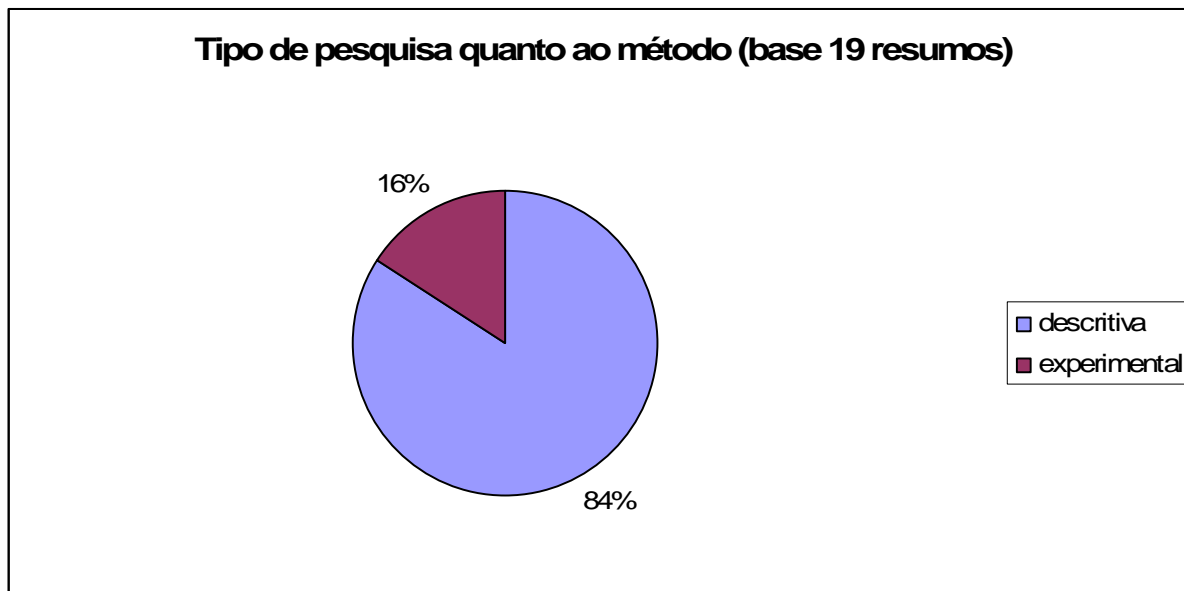
*Aplicação*: é o conhecimento na fase tecnológica, sendo empregado com o sentido de finalidade, de propósito, gerando ou induzindo um resultado desejado, definido *a priori*.

*Autopreservação*: são as ações em que os detentores do conhecimento buscam a sua preservação: ensino, divulgação científica”. (TRZESNIAK, 2005)

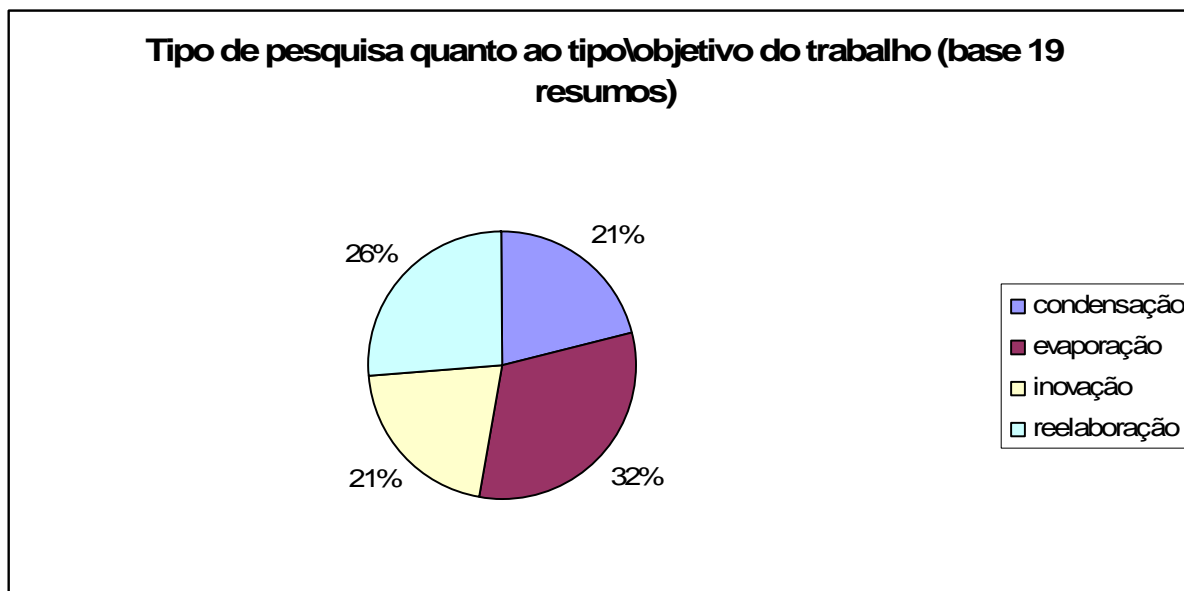
Ao analisar os tipos de pesquisa, quanto ao método, foi considerada como pesquisa descritiva aquela que possui como objetivo construir um modelo de comportamento de variáveis, através da descrição e compreensão de um fenômeno. Como pesquisa experimental foram consideradas aquelas que tem por objetivo buscar relações de causa e efeito entre variáveis. São investigações de pesquisa empírica que têm como principal finalidade testar hipóteses que dizem respeito a relações de causa e efeito

## Resultados

Dos 19 resumos avaliados, apenas 3 usavam métodos experimentais.



Dos 19 resumos avaliados, apenas 4 propunham uma inovação no campo da comunicação sendo que 2 delas são pesquisas descritivas que propõe a construção de uma novo modelo teórico e 2 são pesquisas experimentais.



## Conclusão

Dos 19 resumos analisados que abordavam a temática tecnologia digital, foi possível observar os seguintes pontos:

- uma predominância de pesquisas descritivas, que visam, portanto, a compreensão de fenômenos existentes. A relevância deste tipo de pesquisa é inquestionável para o campo de conhecimento. Até pelo fato de a pesquisa brasileira em comunicação ter se concentrado neste tipo de método, a habilidade dos pesquisadores em lidar com ele tem produzido resultados extremamente relevantes e de rigor científico;
- a presente temática referente às mídias digitais reforça a idéia de que a pesquisa em comunicação se volta para compreender os fenômenos dos meios de comunicação uma vez que eles são implantados na sociedade, ou seja, a pesquisa é posterior ao desenvolvimento das práticas;

Com uma maturidade evidente na realização de pesquisas descritivas, o que é um mérito científico inquestionável para um campo do conhecimento, fica a tarefa em refletir quais serão os rumos da produção científica nacional daqui para frente. A aproximação entre academia e empresas privadas pode ser um novo norte, que deve se configurar ainda, mas que seria uma nova possibilidade a ser explorada pela área de comunicação, de forma a incentivar a inovação, a aplicabilidade, gerando assim novos produtos ou formatos de comunicação que possam contribuir para o desenvolvimento da área como um todo.

“O espaço acadêmico da comunicação apresenta-se permeado por diferentes tensões – na articulação das teorias; na relação entre teoria e prática; na diferenciação, pluralidade e movimento de seus objetos” (FRANÇA, 2007, p.50). Cabe aos pesquisadores da comunicação a constante reavaliação destas tensões para definir os possíveis rumos da produção científica brasileira, apontando para a aproximação entre universidade e mercado para desenvolvimento de novas possibilidades e usos para produtos de comunicação.

## Referências

- BARROS, Antonio Teixeira. A INTERCOM e o campo científico da comunicação: premiação e incentivo à pesquisa. In: PERUZZO, Cícilia M. Krohling; Silva, Robson Bastos da (orgs.) **Retrato do ensino da comunicação no Brasil**. São Paulo: Intecom, Taubaté: Unitau, 2003.
- BERGER, Christa. **A pesquisa em comunicação na América Latina**. In: HOLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.) Teorias da comunicação. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- FRANÇA, Vera Veiga. **O objeto da comunicação/A comunicação como objeto**. In: HOLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.) Teorias da comunicação. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

FERREIRA, Sueli Mara S. P. Contribuições da Portcom/INTERCOM à pesquisa e ao ensino na área de comunicação social. In: PERUZZO, Cicília M. Krohling; Silva, Robson Bastos da (orgs.) **Retrato do ensino da comunicação no Brasil**. São Paulo: Intecom, Taubaté: Unitau, 2003.

MENEZHINI, Rogério. Avaliação da produção científica e o Projeto SciELO. **Ciência da Informação**. vol.27, n.2, Brasília, 1998. Disponível em:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-19651998000200018&lng=pt&nrm=iso.htm&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19651998000200018&lng=pt&nrm=iso.htm&tlng=pt)>. Acesso em 26 fev 2007.

MORHY, Lauro. A produção científica no Brasil. **Agência CT**. 12 out 2006. Disponível em: <<http://agenciact.mct.gov.br/index.php/content/view/41758.html>>. Acesso em 26 fev 2007.

NICOLSKY, Roberto. Os desafios para transformar conhecimento em valor econômico. **Ciência & Tecnologia, Inovação & Desenvolvimento**. 10 set 2001. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/reportagens/cientec/cientec12.htm>> Acesso em 27 fev 2007.

OLIVEIRA, José Manuel Paquete de y MOREIRA, Sonia Virgínia. **Panorama dos estudos de Comunicação em Portugal**. *Intercom*, ene./jun. 2002, vol.25, no.1, p.111-119. ISSN 0102-6453.

PERUZZO, Cicília M. Krohling; Silva, Robson Bastos da (orgs.) **Retrato do ensino da comunicação no Brasil**. São Paulo: Intecom, Taubaté: Unitau, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa**. São Paulo: Hacker, 2001.

TRZESNIAK, Piotr. **O artigo científico**. Curso ministrado na Universidade da Taubaté. Dez 2005.