

# Produção do conhecimento nos mestrados profissionais em comunicação: uma análise do delineamento da pesquisa aplicada no cenário brasileiro

KNOWLEDGE PRODUCTION IN PROFESSIONAL MASTERS IN COMMUNICATION: AN ANALYSIS OF THE RESEARCH DESIGN APPLIED IN THE BRAZILIAN SCENARIO

 *Rebeca Nunes Guedes de Oliveira*

Professora Permanente do Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul

E-mail: rebeca.oliveira@uscs.edu.br

*Elisa Maria Curci Grec*

Mestranda do Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul- Mestrado Profissional em Comunicação

E-mail: elisagrec@gmail.com

Recebido em 30/07/2018. Aprovado em 09/10/2018.

## Resumo

O presente trabalho tem como objetivo analisar a produção do conhecimento nos mestrados profissionais em comunicação, no Brasil. Trata-se de um estudo do tipo exploratório, que utilizou revisão narrativa de literatura e pesquisa documental como estratégias de apreensão do objeto investigado. O corpus de análise foi constituído pelas dissertações, concluídas entre 2017 e 2018, dos programas brasileiros de Mestrado Profissional em Comunicação e pelas informações disponibilizadas nos respectivos sites institucionais. Após a seleção da amostragem, foi feita a leitura do material para a análise dos limites e possibilidades do conhecimento produzido para intervenção nas realidades investigadas. Constatou-

se que a interdisciplinaridade e as linhas de pesquisa com importante interface com a inovação despontam nos programas, constituindo um panorama com potencialidades para a produção de conhecimentos voltados para a aplicabilidade prática. Contudo, o MP na área de comunicação constitui um campo ainda em processo de construção, cuja a linha que diferencia os programas de Mestrado acadêmico e Mestrado profissional ainda é tênue ou talvez não esteja suficientemente clara e implementada nos estudos concluídos, considerando o período analisado.

**Palavras-chave:** Pesquisa aplicada. Comunicação. Jornalismo. Mestrados Profissionais.

## Abstract

This paper intends to analyze the knowledge produced in professional masters programs in communication in Brazil. It is an exploratory study in which narrative literature review and documenting research has been used to understand the strategies to understand the object that has been analyzed. This sample is constituted by 12 dissertations concluded between 2017 and 2018 in two universities that have already published studies. After the choice of the sample the studies have been read and the goal was the understanding of the limits and possibilities about the available knowledge and its potential to change reality. It was found that interdisciplinarity

and lines of research with an important interface with innovation emerge in the programs, constituting a panorama with potentialities for the production of knowledge focused on practical applicability. However, the professional master's degree in the field of communication is a field still in the process of construction, whose line that differentiates between academic master's and master's programs is still tenuous or may not be sufficiently clear and implemented in the studies completed, considering the analyzed period.

**Keywords:** Applied research. Communication. Professional Masters.

## Introdução

Na década de 1990, os programas de Mestrado profissional (MP) foram instituídos no Brasil. Além da necessidade de flexibilização da pós-graduação *stricto sensu*, essa modalidade também abre perspectivas para uma formação universitária de profissionais com perfil diferenciado e inovador, que atenda a demandas sociais. De acordo com a Portaria da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) n. 47 e pela regulamentação da Portaria n. 80/1998, a CAPES define, como objetivo dessa modalidade de mestrado, contribuir no sentido de agregar competitividade e produtividade nas empresas e organizações, tanto públicas como nas privadas (BRASIL, 1998; 2009a; 2009b).

Neste sentido, a CAPES recomenda que o MP apresente uma estrutura curricular que enfatize a articulação entre o conhecimento atualizado, domínio da metodologia pertinente e aplicação orientada para o campo de atuação profissional. Em relação aos produtos oriundos dos estudos desenvolvidos no MP, a CAPES define que devem estar vinculados a problemas da realidade da área de atuação do profissional (mestrando) e de acordo com a área de concentração do curso, de modo que o produto pode ser apresentado em diversos formatos. (BRASIL, 2017).

Ribeiro (2010) discute o papel do MP no desenvolvimento econômico e social brasileiro com base em três aspectos: a necessidade de perfis profissionais cada vez mais

qualificados e condizentes com os avanços científicos e tecnológicos que devem aplicar-se ao mercado e à sociedade; o número crescente de mestres e doutores egressos da academia cuja trajetória prospectiva não é o ensino, revelando uma demanda do mercado por esses profissionais; e a preocupação da CAPES com a transferência do conhecimento para além do mercado, com alcance para o setor público, a sociedade e os movimentos sociais, revelando uma preocupação com o alcance da ciência para além dos muros da academia. Para o autor

A principal diferença entre o mestrado acadêmico (MA) e o mestrado profissional (MP) é o produto, isto é, o resultado almejado. No MA, pretende-se pela imersão na pesquisa formar, a longo prazo, um pesquisador. No MP, também deve ocorrer a imersão na pesquisa, mas o objetivo é formar alguém que, no mundo profissional externo à academia, saiba localizar, reconhecer, identificar e sobretudo utilizar a pesquisa de modo a agregar valor a suas atividades, sejam essas de interesse mais pessoal ou mais social. Com tais características, o MP aponta para uma clara diferença no perfil do candidato a esse mestrado e do candidato ao mestrado acadêmico (RIBEIRO, 2010, p. 164).

Nas últimas décadas, os estudos da área de comunicação com finalidade de aplicação prática vêm ganhando espaço no cenário internacional. A pesquisa aplicada tem permitido novos olhares, linguagens e tecnologias. Os laboratórios de meios, também denominados *Media Labs*, assim como centros avançados de excelência em pesquisa, consolidam-se em diversos cenários por meio de parcerias entre academia e mercado, especialmente onde a participação do setor privado é marcante para o desenvolvimento científico (RENÓ, 2014).

O primeiro programa de mestrado em comunicação no Brasil foi criado em 1970. O crescimento no número de programas deu-se de forma considerável a partir de 1996. Segundo dados da CAPES, em 1996 eram 10 programas, chegando a 22 em 2006 e a 50 em 2016, todos na modalidade acadêmica. No entanto, o primeiro curso de MP em Comunicação foi criado apenas em 2013. Em 2018, dos 50 programas de mestrado em comunicação no Brasil, 7 são profissionais (BRASIL, 2016).

Tendo em vista que a maioria dos programas de MP em comunicação são recentes (apenas um entrou na avaliação quadrienal de 2017), ainda não foi traçado um perfil ou tecidas comparações a respeito da evolução dos MP dessa área. Todavia, essa modalidade de ensino é reconhecida pela CAPES como uma das tendências mais promissoras, cuja difusão, expansão e internacionalização são os principais desafios da área para o próximo quadriênio (BRASIL, 2017). Desse modo, o interesse em tecer uma reflexão, bem como

analisar o delineamento da pesquisa aplicada em comunicação no Brasil, poderá revelar prospecções, nós críticos e potencialidades a serem refletidas e articuladas entre os diferentes atores que compõem esse campo em construção.

Além disso, a inovação é um conceito que ganha cada vez mais ênfase no cenário da pesquisa, de modo que a tendência de construção do conhecimento em uma perspectiva disruptiva também desponta no atual cenário mundial. Assim, o atual desafio da pesquisa em comunicação perpassa as questões teóricas e filosóficas desse campo e avança para a aplicação prática dos conhecimentos produzidos, o que deve levar à efetividade da comunicação na sociedade contemporânea, de modo a impactar a realidade.

Assim, o presente artigo questiona: quais fenômenos sociais e objetos de investigação têm sido privilegiados nos estudos que resultam dos MP em comunicação? Como se configura o conhecimento em comunicação produzido pelos programas de MP brasileiros em seus primeiros anos de implementação?

Para responder aos questionamentos levantados, o presente estudo tem como objetivo analisar os limites e possibilidades do conhecimento produzido nos MP em comunicação, no cenário nacional, para a intervenção nas realidades investigadas.

## Método

Trata-se de um estudo do tipo exploratório, que utilizou a revisão narrativa de literatura e a pesquisa documental como estratégias de apreensão do objeto de investigação: o delineamento da pesquisa aplicada em comunicação nos MP. O corpus analisado resultou de análise documental dos sites dos programas de MP nacionais, assim como da análise das dissertações de mestrados concluídas no âmbito dos programas. As dissertações foram acessadas pelo portal de teses e dissertações da CAPES, assim como pelo contato direto com as bibliotecas institucionais e secretarias dos programas de MP para acesso aos arquivos das dissertações com data de defesa entre janeiro de 2017 e junho de 2018, mas que porventura ainda não estivessem disponíveis no site da CAPES.

Para o mapeamento dos programas de MP foi realizada uma análise dos sites para a apreensão das áreas de conhecimento, linhas de pesquisa, área de atuação dos docentes e disciplinas. Todas as dissertações disponibilizadas até junho de 2018 foram analisadas na íntegra, com o auxílio de formulário de análise elaborado para o presente estudo e os resultados foram discutidos de acordo com a literatura pertinente.

## Os programas de MP em comunicação no cenário brasileiro

Em sua mais recente avaliação quadrienal (2010-2016) a Capes avaliou 44 programas de Pós Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação, entre os quais quatro MP, 16 MA e 24 programas de Doutorado (BRASIL, 2017). Para a próxima avaliação quadrienal (2017-2020), estão credenciados no Brasil sete programas de MP em Comunicação. As Instituições, áreas de concentração e linhas de pesquisa estão descritas no quadro 1.

**Quadro 1** - Instituições, áreas de concentração e linhas de pesquisa (junho de 2018)

Nome do curso/ Instituição	Área de concentração	Linha(s) de pesquisa	Ano de início
MP em Jornalismo UFPB-PB	Produção Jornalística	“Culturas Midiáticas Audiovisuais” e “Mídia, Cotidiano e Imaginário”	2013
MP em Produção Jornalística e Mercado ESPM-SP	Produção Jornalística e Mercado	“Lógica e Modelos de Gestão em Jornalismo” e “Produção de Conteúdo”	2016
MP em Jornalismo FIAM-FAAM-SP	Práticas Jornalísticas	“Linguagens jornalísticas e Tecnologias” e “Jornalismo e Mercado de Trabalho”	2015
MP em Comunicação UNIPAMPA-RS	Comunicação e Indústria Criativa	“Comunicação como Indústria Criativa: arte, produção visual e convergência de mídias” e “Comunicação para Indústria Criativa: educação, memória, política e economia”	2017
MP em Comunicação UNICAP-PE	Indústria Criativa	“Tecnologias, Linguagens e Produtos” e “Gestão, Mercado e Sociedade”	2017
MP em Comunicação UFRJ-RJ	Criação e Produção de Conteúdos Digitais	“Mídias e Mediações Socioculturais” e “Tecnologias da Comunicação e Estéticas”	2016
MP em Comunicação de Interesse Público USCS-SP	Inovação na gestão e produção da comunicação de interesse público	“Gestão da comunicação de interesse público” e “Produção e Recepção da Informação Pública”	2017

A maioria dos programas concentra-se na região Sudeste, característica marcante da pós-graduação *stricto sensu* brasileira em relação à sua distribuição geográfica. Essa característica reflete um importante indicador da discrepância das questões sociais e econômicas que se delineiam no Brasil, também no campo da ciência. Quatro das instituições são privadas (FIAM, ESPM, Unipampa e Unicap) e três, públicas, sendo uma Federal (UFPB), uma Estadual (UERJ) e uma Municipal (USCS). À despeito do programa mais antigo ser sediado em uma Universidade Federal (UFPB), o advento dessa categoria de Mestrado nas instituições privadas pode estar relacionado à resistência inicial das insti-

tuições públicas, com tradicionais programas acadêmicos, em relação ao MP, visto que são elas que concentram a maioria do investimento e dos Programas de Pós-Graduação no Brasil.

Os MP foram criados em um cenário nacional de expansão da educação superior por meio do mercado, especialmente no setor privado. A crítica sobre a condução desse processo de expansão da ciência brasileira, de forma agressiva, pelo Ministério da Educação, suscitou certo receio da Academia frente à criação dos programas de Mestrado Profissional. “A transformação de um bem público, a educação, em mercadoria se deu no Brasil de maneira rápida e gerou uma série de problemas ainda hoje sem solução, mas gerou também uma série de novas relações importantes para o ensino superior brasileiro” (RIBEIRO, 2010; p.436).

De acordo com Piquet (2008) os MP foram criados devido à demanda do mercado, que exigia a qualificação de profissionais frente à realidade advinda com a globalização na década de 1990. O mesmo autor destaca que, naquele cenário, esses cursos não contaram com uma boa recepção, havendo sofrido certa rejeição por parte da comunidade acadêmica, ocasionada, principalmente pelo receio desse tipo de formação suprimir o espaço de desenvolvimento e investimento governamental na formação acadêmica. Tratados como “cursos de segunda linha”, os MP, supostamente, teriam o potencial para desqualificar a “nobreza inerente aos títulos emitidos pelo MA (PIQUET, 2008, p.7).

A expansão da Área de Comunicação e Informação nas últimas décadas é resultado de dois fatores: primeiro, a área de Ciências Sociais Aplicadas I (Comunicação, Informação e Museologia) constitui um campo ainda recente na consolidação da pesquisa, entretanto com uma sólida e ampla base na graduação no que diz respeito à Comunicação e suas habilitações (Jornalismo, Publicidade e Audiovisual); segundo, a relevância social da compreensão fenômenos relativos à mídia, à gestão do conhecimento e à difusão de informações para o bem estar e desenvolvimento social. Nas últimas décadas, essa expansão se reflete também na multiplicação e consolidação dos grupos de pesquisa em Comunicação. No que concerne aos programas, a Comunicação expandiu seu número de programas em 127% desde 2006, a Ciência da Informação cresceu 200% e a Museologia 400% (CAPES, 2017).

No que concerne às áreas de concentração, observa-se a prática jornalística em três programas, o que reflete um direcionamento do programa para a produção de conhecimento aplicado à realidade das práticas profissionais. Os quatro cursos de MP em Comunicação têm a indústria criativa, a produção de conteúdos digitais e a inovação na co-

municação de interesse público como área de concentração. Essa característica reflete as transformações sociais que impactam o campo da comunicação, na contemporaneidade.

Segundo Peruzzo (2018) a pesquisa em comunicação é marcada por uma diversidade temática e metodológica que contempla desde os meios de informação (rádio, jornal, televisão, internet e redes sociais etc.) até a “comunicação organizacional e as relações públicas, a publicidade, a comunicação pública, a comunicação interpessoal e grupal, a comunicação popular, comunitária e alternativa, entre outros meios e formas comunicativas”. Para a autora, nos últimos anos os estudos de Jornalismo e acerca da cibercultura tem predominado na área.

No tocante às linhas de pesquisa, observa-se que os quatro programas, que se intitulam MP em comunicação têm uma das linhas de pesquisa direcionada à produção de conteúdo, característica que revela a aplicabilidade da comunicação como cerne que estrutura a configuração da maioria dos programas de MP, marcando a especificidade dessa modalidade de formação.

Na análise dos sites institucionais, chama a atenção a área de formação dos docentes. Em apenas um dos programas, todos os docentes credenciados têm formação em jornalismo. Os demais programas têm a interdisciplinaridade como característica marcante. Jornalismo, Comunicação Social, Publicidade, Relações Públicas, Jornalismo, História, Letras, Direito, Administração, Filosofia, Engenharia, Arquitetura, Ciências da Computação, Psicologia, Enfermagem, Desenho Industrial e Ciências Políticas constituem as áreas de formação dos docentes encontradas nos sete programas. Os programas intitulados como MP em *Comunicação* são os que apresentam maior interdisciplinaridade no que concerne à área de formação dos docentes, sendo a USCS, a UFRJ e a UNICAP as Instituições em que predomina essa característica.

O documento de área da CAPES destaca a interdisciplinaridade como uma das características da área de Ciências Sociais Aplicadas I, cujos dados referentes aos docentes credenciados na área apontam uma significativa diversidade, com predominância da área de Comunicação e da Ciência da Informação (CAPES, 2016).

Há mais de duas décadas se argumentava sobre o advento de uma nova forma de produzir conhecimento. Esse novo modelo estaria transformando o paradigma da ciência fragmentada em disciplinas distintas para um conhecimento cada vez mais transdisciplinar e com um forte componente de aplicabilidade. Assim, o avanço da ciência como premissa para as transformações sociais passa por essa mudança de paradigma, atualmente refletida na interação entre diferentes disciplinas que marca o cenário das melhores insti-

tuições de pesquisa no país (Negri, 2018). Além disso, a pesquisa em comunicação atua frente a fenômenos complexos, esse aspecto é reproduzido em seus objetos de investigação, assim como nas intervenções e produtos comunicacionais que vislumbram intervir frente a esses fenômenos.

A comunicação constitui em uma instância presente em todas as esferas da realidade, apresentando uma transversalidade que requer a articulação com outras disciplinas, visto que problemas complexos exigem aproximações multifacetadas e interdisciplinares. Sobre essa característica da área, alguns nós críticos caracterizam a pesquisa em comunicação e o seu processo de consolidação no campo da ciência. A pesquisa em comunicação deve ser cuidadosamente recortada, dada a complexidade em se estabelecer parâmetros de um campo que teoricamente se articula a outros e que “engendra uma perspectiva teórica que supõe uma prática interdisciplinar em sua essência por visibilizar a articulação dos fatos, decorrentes de várias esferas acadêmicas”, com a realidade social (Nascimento, 2016. pág. 348). Segundo Peruzzo (2018, p. 33)

[...] a interdisciplinaridade característica dos processos de Comunicacionais, dos próprios fundamentos teóricos e das estruturas nas quais a instituições midiáticas se enraizam, ao mesmo tempo que a fortalece, torna difícil a delimitação dos objetos e a demarcação de fronteiras em relação a outras áreas do conhecimento.

Assim, a diversidade e a mudança de enfoques que predominam em diferentes momentos históricos e sociais na pesquisa em comunicação constitui um aspecto característico de uma área cuja interdisciplinaridade e constante transformação são marcas de seus pilares.

Em relação às disciplinas dos Programas de MP observou-se que a disciplina que aborda metodologia de pesquisa, assume títulos que remetem à pesquisa aplicada voltada para a área de concentração do programa, a exemplo de *Metodologia de Pesquisa Aplicada ao Jornalismo*, *Metodologia de Pesquisa Aplicada e Pesquisa, Inovação e Desenvolvimento*. Essa característica revela um direcionamento para a pesquisa aplicada, desde as propostas curriculares dos programas. Inovação e mídias digitais são áreas temáticas que aparecem em disciplinas na maioria dos programas. A seguir, será apresentada a análise das dissertações oriundas de dois Programas, finalizadas a partir do ano de 2017, cujos aspectos revelados apresentam importante interface com os achados até aqui discutidos.

## O conhecimento produzido pelos MP em comunicação no cenário nacional

A análise das dissertações concluídas nos programas de MP em comunicação nas universidades brasileiras revelou características em comum. Os primeiros programas a serem instituídos são da área de Jornalismo, esse aspecto justifica esta ser a área que já dispõe de dissertações concluídas, no recorte temporal do presente estudo.

Conforme pode-se observar no quadro 2, a análise do conteúdo das dissertações revelou uma predominância de pesquisas de abordagem qualitativa. Dois estudos utilizaram de forma complementar as abordagens quantitativa e qualitativa, com utilização de questionário. O estudo de caso foi uma modalidade predominante, com triangulação de estratégias de apreensão do material empírico: entrevistas semiestruturadas, revisão bibliográfica e análise de produtos jornalísticos de diversos veículos de comunicação. A pesquisa-ação constituiu desenho metodológico em dois estudos. Para a análise de dados, a análise de conteúdo, *Grounded Theory*, e cartografia de controvérsias foram métodos utilizados pelos estudos.

Quadro 2 – Breve caracterização das dissertações analisadas

TÍTULO	ABORDAGEM	DESENHO METODOLÓGICO	SÍNTESE DOS RESULTADOS	PRODUTO/ aplicação
Um estudo sobre a busca pelo personagem do telejornal JPB[...]	Qualitativa	Exploratório (bibliográfica, observação, entrevistas)	Personagem tratado como especialista quando constitui um depoente sobre sua experiência acerca do assunto.	N*
Assessoria de imprensa na era das mídias rotinas de produção e cultura profissional na	Qualitativa	Estudo de caso (bibliográfica, observação, entrevistas)	O uso de mídias alterou a rotina dos profissionais, que são muito influenciados pelos leitores.	N*
A Cobertura Jornalística das Olimpíadas 2016: Apropriações do Facebook Live pelo SporTV	Qualitativa	Exploratório e descritivo (Cartografia de controvérsias)	Reconfiguração na atuação do jornalista, com novas funções e maior participação do público e de atores não-humanos.	N*

Plano de comunicação em jornalismo científico para a assessoria de imprensa	Qualitativa	Pesquisa-ação	Processo de de criação participativa de um plano de comunicação.	Plano de comunicação, e site para divulgação dos resultados
Recursos linguísticos orais no telejornalismo: estratégias de audiência no texto do JPB 1ª edição	Qualitativa	Descritiva e analítica ( documental)	O trabalho compreende e mostra porque a escolha da linguagem passa fundamentalmente pelo eixo da audiência.	N*
Jornalismo e acesso à informação: a utilização da lei de acesso à informação por jornalistas paraibanos	Qualitativa e quantitativa	Descritiva. (Entrevista, questionário e documental)	Não houve alterações significativas nas rotinas produtivas dos jornalistas no cenário.	N*
House of Cards: a linguagem do entretenimento na reflexão ética de estudantes de Jornalismo	quantitativa e qualitativa	Exploratória (análise de série; questionário)	Os estudantes acreditam que as séries de TV podem melhorar seu entendimento sobre ética.	N*
O jornalista em cena: influências da dramatização nas rotinas dos apresentadores de telejornal	Qualitativa	Empírica (abordagem de newsmaking)	Constata-se uma tensão entre as práticas e o discurso entre o jornalista e as empresas.	N*
Jornalistas ou Publicitários? O trabalho de Jornalistas em Agências de Publicidade[...]	Qualitativa	Empírica (entrevistas)	Dentre as conclusões está a convergência pela qual passam os jornalistas em suas atividades de trabalho.	N*

O jornalista contra o tempo: relações entre credibilidade e velocidade na produção do	Qualitativa	Exploratório (entrevistas)	A corrida contra o tempo está enraizada nas culturas provocando tensões em seu desempenho.	N*
O que é ser um Jornalista Livre? Significados sobre o fazer jornalístico[...]	Qualitativa	Empírica, estudo de caso (entrevistas)	A relação entre jornalismo e militância surge como elemento central na constituição identitária do grupo.	N*
Conteúdo de marca e sua produção em empresas de jornalismo[...]	Quantitativa e qualitativa	Estudo de caso (entrevistas e análise documental)	Adotar formato jornalístico para o conteúdo de marca parece indicar algo novo no consumo de informação	N*
Jornalismo de moda na era digital: Um Estudo de Caso da Revista Glamour	Qualitativa	Estudo de caso (revisão bibliográfica, pesquisa documental e entrevistas)	A revista foi influenciada pelas redes sociais, constituindo como um veículo multiplataformas com interação em diferentes mídias digitais	N*

\*Não apresentado

Peruzzo (2018) mostra o caminho que a pesquisa em Comunicação tem sido feita no Brasil e afirma que grande parte da produção acadêmica é na área de Jornalismo. Outro aspecto observado por Peruzzo (2018) é a influência da cibercultura na produção científica, fator identificado em quatro das 13 dissertações analisadas. Em estudo sobre a pesquisa em Comunicação, a mesma autora evidencia que a maioria das metodologias empregadas nesse campo se apropriam de métodos e técnicas condizentes com outras áreas do conhecimento. Contudo, alguns enfoques metodológicos apresentam maior relação com o campo da comunicação, entre elas, a análise de conteúdo e as entrevistas, enfoques com os quais os achados do presente estudo se relacionam.

Entre as 13 dissertações analisadas, sete dedicaram um capítulo à metodologia empregada com descrição detalhada do percurso metodológico, de modo que quase metade dos estudos descreveram, superficialmente, alguns aspectos metodológicos ao final da introdução. Para Peruzzo (2018, p.13) o investimento em pesquisa em qualquer área

do conhecimento é justificado pela junção entre metodologia complexa e temática socialmente relevante. Apesar dos cursos de pós-graduação *stricto sensu* promoverem um panorama de pesquisas metodologicamente consistentes na comunicação, há também pesquisas elementares, do ponto de vista da descrição do desenho metodológico. Essa característica é apontada na análise de trabalhos apresentados em congressos e publicados em revistas científicas na área, apontando “uma tendência em minimização descritiva das metodologias empregadas”, de modo que a “superficialidade na descrição e/ou a omissão das metodologias usadas são prejudiciais ao desenvolvimento científico da área” provocada talvez pela pressão por produção científica que permeia o cenário (PERUZZO, 2018 p.33).

O presente estudo objetivou analisar os MP em comunicação no cenário brasileiro, para além do conhecimento produzido: a sua aplicabilidade na realidade. No decorrer das leituras e pesquisas das dissertações foi possível perceber que, dentre as 13 dissertações concluídas, provenientes de dois programas em jornalismo, três enunciam ao longo do texto da dissertação o fato de se tratar de um MP. Das 13 dissertações analisadas, 12 não apresenta ou menciona, na dissertação, um produto final de intervenção ou aplicação ou aponta para a aplicabilidade dos seus resultados.

Uma das dissertações apresenta um produto final de intervenção na realidade investigada e destaca no texto a aplicabilidade dos resultados na prática jornalística. Caracterizada como uma pesquisa-ação, o estudo parte da proposta de desenvolver um manual para um grupo de mídia que sofreu mudanças na administração demandava um referencial norteador para a gestão da comunicação (QUEIROZ, 2017).

Apesar de não apresentar um produto como resultado da dissertação, alguns estudos apontam caminhos e possibilidades de uso dos resultados da pesquisa, ressaltando as contribuições para a sociedade e a área de jornalismo. Esses estudos recortam problemas de pesquisa que, quando analisados segundo referencial teórico e pesquisa empírica, apontam caminhos ou sugestões que poderiam, segundo os pesquisadores, aprimorar a rotina, as práticas, ou o resultado final do produto jornalístico, o que caracteriza os estudos como de natureza empírica, com potencial de aplicação. Entretanto, a maioria (12) não apresenta, propõe ou traduz os resultados em produtos comunicacionais que remetam a uma aplicabilidade prática na realidade investigada. Pode-se perceber que, em relação ao desenho metodológico, os modelos de estudos ainda estão muito próximos do MA.

De um modo geral, os estudos apresentam análises teoricamente fundamentadas, com potencialidades pouco exploradas de avanço futuro para a produtos aplicáveis ou

que subsidiem soluções ou encaminhamentos para os problemas analisados. Essa característica pode ser justificada pela análise do Regimento Interno dos dois Programas, que orienta diferentes modalidades de trabalho de conclusão, cujo produto aplicável não é uma exigência.

No documento de área, a CAPES define como um dos critérios de avaliação dos programas de MP, a aplicabilidade do trabalho de Mestrado junto a setores não acadêmicos, enfatizando também a necessidade de difusão de resultados das pesquisas em termos de “serviços, produtos, processos, linguagens e metodologias em veículos de natureza técnica e para o público em geral”. As dimensões de impacto (social, educacional sanitário, tecnológico, ambiental, cultural, artístico, legal, etc) também são evidenciadas como indicadores de avaliação no documento (CAPES, 2016).

Em 2005, a CAPES realizou o Seminário “Para Além da Academia: a pós-graduação contribuindo para a sociedade”, que discutiu o delineamento dos MP. Há 15 anos já era discutida no âmbito da CAPES a importância da interface entre a pesquisa básica e aplicada para o MP, sendo consensual a recomendação de que as pesquisas oriundas dos cursos de MP utilizem o conhecimento sistematizado pela pesquisa básica para resolver problemas relacionados com aplicações concretas. Naquele contexto, os autores ressaltam que a maioria dos programas brasileiros de MP implementam essa premissa utilizando um gênero textual próprio do MA, a dissertação, acompanhada de um produto, que caracteriza os MP. Há uma forte crítica aos MP com aspecto fundamentalmente acadêmico, embora essa aproximação, ainda presente em muitos programas, reflitam a necessidade de afirmação do rigor científico dos MP, ainda em consolidação no cenário brasileiro (BARROS, VALENTIM, MELO, 2005).

Dada a complexidade dos fenômenos comunicacionais, cabe tecer uma segunda possibilidade de análise, conforme Ostermann e Rezende (2009) consideram, ao criticar a interpretação dicotômica que muitas vezes se sustenta relação entre academia e mercado de trabalho. Tal polarização remete ao risco de uma perspectiva avaliativa reducionista, na qual, em um polo, estariam os que pensam e, no outro, os que executam, de modo que enquanto o MA formaria pesquisadores e docentes, o MP qualifica profissionais para o mercado. Para além dessa relação, torna-se necessário pensar no produto final de um MP para além da utilização pragmática do conhecimento, e pensá-lo através da relação indissociável entre teoria e prática (CHISTÉ, 2016).

A importante relação entre teoria e prática e entre pesquisa e transformação social constitui importante aspecto apontado por autores de diferentes áreas, quando discutem

ciência e conhecimento. Minayo (2002) destaca o embate que permeia a discussão acerca da cientificidade das ciências sociais comparada às ciências da natureza. As opiniões se dividem entre aqueles que buscam uniformidade na produção do conhecimento pelos dois campos e aqueles que a total especificidade do campo humano. Esse debate reflete um processo de autorregulação da ciência.

A autora define pesquisa como “atividade básica da ciência na sua indagação e construção da realidade” que, embora seja “uma prática teórica, vincula pensamento e ação”, de modo que “nada pode ser intelectualmente um problema, se não tiver sido, em primeiro lugar, um problema da vida prática”. Assim, toda investigação inicia-se por um problema, uma pergunta ou uma dúvida relacionada a circunstâncias socialmente condicionadas (MINAYO, 2002, p.17).

Para Lopes (2004, p.191) a realidade social aparece interrelacionada ao desenvolvimento da ciência, sendo tanto condição de existência, quanto definição de modelos e lócus de aplicação dessa mesma ciência. Assim, a ciência é sempre aproximativa, uma vez que há uma tensão entre o discurso científico e experiência humana que esse discurso pretende conceituar. “Na presença mesma dessa tensão entre o discurso científico e o real que se assenta o ideal de compreensão da ciência”.

No campo da pesquisa em comunicação, cujos objetos de investigação majoritariamente empíricos (LOPES, 2004), a teoria deve contribuir para sistematizar a atividade do pesquisador. Assim, nos MP, as teorias, abordadas nas disciplinas oferecidas pelos programas e que fundamentam os projetos de pesquisa, norteiam também a construção do objeto de pesquisa e possibilitam a produção de novos sentidos à prática, contribuindo com as pesquisas aplicadas que demandam intervenções ou produtos de intervenção (CHRISTÉ, 2016).

Estudo sobre os MP na área de matemática e a pesquisa-ação aponta que, embora a CAPES defina em suas normas as mudanças na prática profissional como primazia no MP, é impossível realizá-la sem estabelecer a relação teoria-prática. Nesse sentido, privilegiar um aspecto em detrimento do outro cercearia a apreensão da realidade e do objeto de estudo pela via da *práxis* enquanto “princípio que rege as mediações humanas” (CHRISTÉ, 2016).

A *práxis* consiste na prática fundamentada e iluminada pela teoria que, por sua vez, se origina dessa prática, sendo teoria e prática dimensões indissociáveis (VASQUEZ, 1968.) Um fenômeno relevante para entendimento deste fenômeno é o tipo de desenho dos trabalhos em comunicação, como apontado anteriormente, uma vez que os resultados

obtidos em pesquisas em comunicação não são sempre aplicáveis na prática de forma imediata. Para Peruzzo (2018, p. 31)

[...]as configurações do universo praxeológico da Comunicação têm sido alteradas rapidamente nas últimas décadas – dos canais, aos meios e mensagens –, dos processos comunicacionais – interpessoais aos organizacionais, massivos, comunitários, digitais e online –, dos ambientes comunicacionais presenciais e midiáticos aos virtuais – e assim por diante, o que obriga a uma contínua busca pela revisão de conceitos e teorias, suas reelaborações e a formulação de novos conceitos e teorias para se dar conta das transformações.

A diversidade dos MP não está delineada apenas pelas áreas de conhecimento dos cursos, mas pelo desafio, comum a todas as áreas, de aliar pesquisa e intervenção da realidade. Tal desafio representa o verdadeiro sentido da ciência, sendo premissa ética da pesquisa e debate importante também no contexto dos Mestrados e Doutorados acadêmicos. Assim, a ciência deve continuar buscando compreender e explicar a realidade e os seus fenômenos, mas avançar, também propondo estratégias científicas ou tecnológicas para transformação social (NEGRET; 2008,). O advento do MP como uma categoria de formação profissional, que assume esse pressuposto como cerne da sua formação, carrega em si potencialidades de avanço no desenvolvimento da ciência e tecnologia e constitui um solo fértil para a inovação. Conforme afirma Negret (2008, p.9)

Somente assim, mediante um processo cognoscitivo e de interpretação científica da realidade, se poderá atuar com coerência na busca de uma transformação da sociedade nacional. Trata-se então da construção de marcos conceituais analíticos em articulação com setores da sociedade para, dessa forma, criar os mecanismos da aplicabilidade dos resultados da pesquisa. É uma inserção dos mestrados na sociedade e, portanto, uma maior aproximação e articulação entre a universidade e a realidade social.

## Considerações finais

O presente estudo constatou que o MP na área de comunicação no Brasil constitui um campo ainda em processo de construção pela comunidade acadêmica. Ainda não se pode afirmar a existência de um perfil definido ou de um modelo ou padrão das pesquisas ou trabalhos de conclusão. A análise das dissertações revela que predominam as pesquisas empíricas, que recortam objetos da realidade da prática jornalísticas.

Sendo a interface entre teoria e prática uma premissa fundamental orientada pela CAPES para os MP, constata-se que essa característica vem sendo implementada pelos programas em uma perspectiva que se assemelha ao MA. Entretanto, ainda não são claros ou apresentados os produtos de pesquisa desenvolvidos ou implementados nas pesquisas. Esse aspecto revela que a linha que diferencia os programas de MA e MP ainda é tênue e que a definição e implementação dessa diferenciação talvez não esteja suficientemente clara ou implementada no período analisado.

É importante ressaltar as limitações do presente estudo, que avaliou um recorte limitado, referente ao primeiro ano do corrente quadriênio (2017-2020), com poucas dissertações concluídas. Além disso, a interdisciplinaridade e as linhas de pesquisa com importante interface com a inovação despontam nos programas, constituindo um panorama com potencialidades para a produção de conhecimentos voltados para a aplicabilidade prática. Assim, a aproximação aqui delineada certamente não configura o panorama futuro do final do quadriênio, que poderá ser apreendido mediante uma análise da produção de todos os programas, contexto que demandará novas aproximações.

Embora os programas de MP ainda estejam produzindo estudos muito semelhantes aos provenientes de MA é importante tecer uma segunda possibilidade de olhar, que vai além da diferenciação entre MP e MA: a diferença entre a prática profissional empírica e a prática profissional metodologicamente fundamentada pela pesquisa científica. Uma dissertação que descreve todo um processo de investigação que levou a um respectivo produto, tecendo reflexões a respeito, com referência à literatura e ao quadro teórico pertinente, é o que diferencia uma aproximação metodologicamente sistematizada pelo rigor científico de uma intervenção profissional essencialmente mercadológica ou empírica.

Contudo, essa perspectiva de prática profissional cientificamente fundamentada ainda não aparece, ou ao menos é evidenciada, na maioria dos estudos. Além disso, as pesquisas que resultam dos MP em comunicação devem ter a inovação como cerne e operar sob a premissa do comprometimento com a transformação da realidade nas diversas esferas da sociedade. A pesquisa em comunicação nos MP deve superar o paradigma da análise retrospectiva para uma postura proativa, que alia pesquisa à intervenção social, abrindo horizontes para a prospecção do processo de construção do conhecimento e das intervenções em comunicação.

O presente estudo não pretende encerrar essa discussão, mas apontar uma possibilidade de abordagem da relação entre teoria e prática que não as opõe mecanicamente, mas busca compreendê-la em uma encruzilhada não generalizável de modos de interpretar e

intervir na realidade. Considerando a complexidade dos fenômenos que constituem o objeto de estudo da comunicação, pensar no avanço do conhecimento dessa área nos MP pressupõe pensar na pesquisa como instrumento para compreensão e transformação dos problemas sociais por meio do desenvolvimento de canais ou estratégias de comunicação inovadores e COM potencial de influenciar e qualificar a realidade nas diversas esferas da vida.

## Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1997.

BARROS, E. C.; VALENTIM, M. C.; MELO, M. A. A. O debate sobre o mestrado profissional na Capes: trajetória e definições. **RBPG: Revista Brasileira de Pós-Graduação**, Brasília, v. 2, n. 4, p. 124-138, 2005.

BRASIL. **Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Portaria nº 80, de 16 de dezembro de 1998**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 jan. 1999. Seção 1, p. 14. Disponível em: Acesso em: 20 maio 2017.

\_\_\_\_\_. **Ministério da Educação**. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Relatório Quadrienal: área Comunicação e Informação; 2017.

\_\_\_\_\_. **Ministério da Educação**. Portaria Normativa nº 17, de 28 de dezembro de 2009. Dispõe sobre o mestrado profissional no âmbito da Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Capes. Diário Oficial da União, Brasília, DF, Seção 1, n. 248, p. 20-21. 29 dez. 2009b.

\_\_\_\_\_. **Ministério da Educação**. Portaria Normativa nº 7, de 22 de junho de 2009. Dispõe sobre o mestrado profissional no âmbito da Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Capes. Diário Oficial da União, Brasília, DF, Seção 1, n. 117, p. 31. 23 jun. 2009a.

\_\_\_\_\_. **Ministério da Educação**. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Diretoria de Avaliação. Documento de Área. Ciências Sociais Aplicadas 1, 2016. 19 p.

LOPES, M.I.V. Pesquisa de comunicação: questões epistemológicas, teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. v. 27, n. 1, p.13-399, 2004.

MINAYO, M.C.S. (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

NASCIMENTO, R.N.A. Apontamentos sobre pesquisa em comunicação: trilhas epistemológicas - **C&S**, São Bernardo do Campo, v. 38, n. 3, p. 341-373, 2016.

NEGRET, F. A identidade e a importância dos mestrados profissionais no Brasil e algumas considerações para a sua avaliação. **Revista Brasileira de Pós Graduação**. Brasília, v. 5, n. 10, 2008.

NEGRI, F. (org.) **Novos caminhos para a inovação no Brasil**. Washington (DC): Wilson Center, 2018

PERUZZO, C.M.K. Apontamentos para a metodologia e métodos para a pesquisa em comunicação no Brasil. **Comunicação e Sociedade**. Braga, v.33, p. 25-40, 2018

PIQUET, R. Mestrado profissionalizante: relato de uma experiência. **Regiões e Cidades**. Campos dos Goytacazes, v. 1, n. 1, p. 2-9, 2008.

QUEIROZ, G.B.R. **Plano de comunicação em jornalismo científico para assessoria de imprensa/CODECOM da UEPB**. 2017. 181f. Dissertação (Mestrado Profissional em Jornalismo) – Centro de Comunicação, Turismo e Artes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2017.

OSTERMANN, F.; REZENDE, F. Projetos de desenvolvimento e de pesquisa na área de ensino de ciências e matemática: uma reflexão sobre os mestrados profissionais. **Caderno Brasileiro de Ensino de Física**. Florianópolis, v. 26, n. 1, p. 66-80, 2009. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/fisica/issue/view/1167>>. Acesso em: 3 set. 2018.

RENÓ, D.P. Pesquisa aplicada em comunicação: uma tendência necessária. **Comunicação & Sociedade**. São Paulo, v. 36, n. 1, p. 7-30, 2014.

RIBEIRO, C. R. R. A universidade como disputa da reprodução social: contribuição ao debate sobre os mestrados profissionais. **Revista Brasileira de Pós-Graduação**. Brasília, v. 7, n. 14, p. 433-450, 2010.

VÁZQUEZ, A. S. **Filosofia da praxis**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968.