

Temáticas predominantes na *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*

Roseméri Laurindo*

Ticiane Elisa Mafra**

Resumo

O texto apresenta a incidência temática dos artigos publicados na RBCC (*Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*) da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Trata-se de um estudo científico de todos os exemplares do período. O periódico nasceu em forma de boletim, em 1978, configurando-se como mais antigo periódico científico, em vigor, dedicado aos estudos comunicacionais. Faz-se correlação com resultados de outra pesquisa, sobre a *Revista Comunicação & Sociedade* e identifica-se ainda semelhança com a tabela de áreas do CNPq, indicando uma baliza para os pesquisadores brasileiros. Os números revelam grande abordagem de intrafaces, ou seja, estudos instauradores da área Comunicação, de modo a confirmar papel protagonista deste periódico.

Palavras chave: Ciências. Comunicação. Periódico. Intrafaces. RBCC.

Common themes in the Brazilian Journal of Science communication

Abstract

This paper intends to identify the thematic focus of the articles published in the RBCC (*Brazilian Journal of Communication Science*), printed by the Intercom (Brazilian Association for Interdisciplinary Studies in Communication). It is a scientometric study about all edition of the period. The journal was first edited in 1978 in the form of newsletter, configured as the oldest scientific journal in

* Professora doutora no curso de Jornalismo do Instituto Blumenauense de Ensino Superior e no curso de Publicidade, Centro de Ciências Humanas e da Comunicação, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau-SC, Brasil. Pós-Doutoranda em Comunicação na Universidade Metodista de São Paulo; bolsista do CNPq. E-mail: roselaurindo@gmail.com

** Ex- bolsista, Curso de Publicidade, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, SC, Brasil. E-mail: ticianemafra@hotmail.com

force, dedicated to communication studies. The article identifies some similarities with the results of a previous study on the journal titled *Comunicação & Sociedade* and identifies further resemblance to the table of areas of CNPq (National Council for Scientific and Technological Development), indicating parameters for Brazilian researchers. This paper indicates a great approach to intrafaces (or studies regarding the common field of communication), in order to confirm the leading role of this journal.

Keywords: Science. Communication. Journal. Intrafaces. RBCC.

Temas frequentes en la Revista Brasileña de Ciencias de la Comunicación

Resumen

El texto presenta el enfoque temático de los artículos publicados en la RBCC (*Revista Brasileña de Ciencias de la Comunicación*) de Intercom (Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación). Es un estudio cuantitativo de todas las ediciones. La revista comenzó como un boletín de noticias en 1978, constituyéndose como la más antigua revista científica vigente con estudios de comunicación. También hace una correlación con los resultados de otra investigación que tomo como objeto la Revista Comunicación & Sociedad y se ha identificado similitudes con la tabla de las áreas del CNPq, lo que indica parámetros a los investigadores brasileños. Las cifras ponen de manifiesto gran abstracción de intrafaces, o sea, estudios de la propia área de la Comunicación. Confirma el papel principal de la revista.

Palabras clave: Ciencia. Comunicación. Revista. Intrafaces. RBCC.

Introdução

As publicações científicas representam a consolidação e a proliferação das pesquisas realizadas em cada campo de estudos. Na área da Comunicação, a abrangência das investigações pode ser compreendida por meio de instrumentos como a própria RBCC (*Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*), indispensável objeto de difusão e sistematização da produção científica comunicacional, por ser um dos periódicos, da área, de maior relevância no Brasil.

De acordo com informações organizadas por Peruzzo (2012), até 2011 tinham sido catalogados 71 periódicos científicos de Comunicação no país. Se considerarmos o conceito de periódico

utilizado pela autora, que se baseia no IBICT (Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia), é importante incluir num estudo sobre periódicos as publicações seriadas em forma de revista, boletim e também jornais. Dos que estão em vigor desde a criação, a RBCC figura, por tal consideração, como mais antigo periódico, criado em 1978 como boletim que mais tarde é transformado em revista, seguindo-se da revista *Comunicação & Sociedade*, da Universidade Metodista de São Paulo, de 1979¹.

Publicações anteriores a estas duas não circulam mais, embora tenham deixado rastros. Luiz Beltrão foi pioneiro, em 1965, com *Comunicações & Problemas* que deixou de ser editada, mas seu ex-aluno, José Marques de Melo, liderou a partir da década de 70 a produção e divulgação de artigos e documentos organizados pela diretoria da Intercom. No início, eram boletins mimeografados distribuídos entre os sócios. De boletim transformou-se em revista semestral. Faro (1992) aponta que a mudança ocorreu para que a revista pudesse representar o debate sobre as grandes questões no campo e divulgar resultados de pesquisas produzidas no país. Vinte anos depois a RBCC já figurava em uma lista de títulos científicos ibero-americanos como uma das melhores publicações da área. (JONES, 2005).

A importância da RBCC está estreitamente vinculada à consolidação da Intercom, que edita a publicação. A entidade foi fundada em São Paulo, em 2 de dezembro de 1977. Ao relacionar associações de pesquisadores, Romancini (2006) dá destaque para as de “maior importância e tradição”, citando primeiro a Intercom e, em segundo, a Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação), criada em 1991. O pesquisador ressalta que ambas as associações consolidaram-se ao longo do tempo, realizando encontros anuais e outras atividades, como publicações de revistas científicas, a parceria na edição de livros e apoiam outras formas de debate acadêmico.

¹ Em outra pesquisa (LAURINDO, 2010) invertemos a posição (C&S em primeiro e RBCC em segundo) por termos considerado naquele estudo apenas a classificação **revista**. Mas se considerarmos o conceito de periódico, como agora o fazemos, faz-se necessário o reposicionamento.

Diante do protagonismo da RBCC e em virtude da necessidade de obtermos dados para um conjunto de outros projetos que visam compreender o campo da Comunicação, realizou-se o levantamento cujos resultados são apresentados a seguir. Neste sentido, o objetivo da pesquisa foi identificar temáticas que compõem o campo da Comunicação, por meio da publicação editada pela Intercom. Anteriormente foi feito levantamento sob mesmo escopo das revistas *Comunicação & Sociedade*, da Universidade Metodista de São Paulo (LAURINDO, 2010) e *Comunicação e Sociedade*, de Portugal (BRUCK, 2011).

A diversidade de conteúdo das revistas científicas do campo comunicacional reflete a uma área sobre a qual, conforme Fadul (2003), torna complexo determinar uma ciência geral que englobe todas as diferentes áreas da Comunicação e da mídia, já que a constituição das diferentes áreas do conhecimento se dá pelas próprias características e especificidades de cada uma. Peruzzo (2012) discute o avanço das revistas acadêmicas de Comunicação e a classificação dos periódicos por critério de qualidade e observa em relação ao conteúdo, que

(...) há aquelas que privilegiam a publicação de artigos científicos baseados em resultados de pesquisas, cuja seleção passa por conselhos editoriais, enquanto a maioria parece priorizar textos de menor densidade, discussões temáticas e abordagens “especulativas” sobre assuntos do universo da Comunicação e de áreas afins (PERUZZO, 2012, p.106).

Romancini (2006) vê na própria polissemia que envolve o termo Comunicação a ocorrência de múltiplas abordagens. O autor parte dos estudos comunicacionais do exterior e faz recorte para explicar a realidade brasileira, observando os programas de pós-graduação em Comunicação, reconhecidos pela Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) e dos grupos de pesquisa do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) de 2004. A partir da classificação proposta pelo CNPq, da tabela de divisão de áreas, seleciona todos os grupos, exceto de Comunicação, que utilizam a palavra Comunicação como parte do nome, da linha de pesquisa ou palavra-chave. Assim, sem contar produção da própria área,

316 grupos de áreas diversas possuem em seus nomes a palavra Comunicação.

Conforme Braga (2004), nas interfaces cada componente da atividade comparece com seu acervo historicamente constituído de práticas e conhecimentos, de modo que o conceito de Comunicação passa a ser visto de maneira diferente, como também é distinta a própria zona de interface sobre o campo. Interfaces Comunicacionais é uma divisão temática da Intercom, com a seguinte definição:

Estudo dos processos e das práticas comunicacionais em sua interconexão com outras áreas de estudos e/ou de conhecimento, em suas dimensões teóricas e metodológicas. As chamadas interfaces comunicacionais englobam tanto reflexões da chamada “Comunicação especializada”, como os processos mais constitutivos da Comunicação em sua relação com a ciência, com a educação, com a política, com a religião, entre diversas outras possibilidades de interconexão (INTERCOM, 2012).

Em contraste com o estudo das interfaces, as intrafaces, entretanto, é que são responsáveis por compreender o interior do campo da Comunicação. Os estudos das intrafaces preocupam-se em ajudar a área a não fugir de si mesma, ou seja, averiguar como ela está atendendo seus próprios objetivos. Nesse contexto, a metodologia empregada para a abordagem quantitativa a seguir demonstrada limita-se às intrafaces comunicacionais em destaque na RBCC, publicação científica de referência para a área.

Sem a pretensão de propósitos classificatórios, a pesquisa aqui exposta, de dimensão no âmbito da iniciação científica que se pretende como ferramenta introdutória ao campo, organiza um conjunto de dados que se entende no conjunto de esforço de que fala Gobbi (2010), ao dissertar sobre a emergência do campo da Comunicação no Brasil:

(...) o processo de legitimação e de identidade acadêmica deste campo está diretamente relacionado com a formação de profissionais competentes para a prática científica. Além, é claro, da efetiva participação desses atores sociais nos cenários acadêmicos, buscando equilíbrio entre a teoria e a prática profissional. Essa assimilação de conteúdos tem permitido o aprendizado das metodologias indispensáveis à produção e difusão científica (GOBBI, 2010, p.25).

São trazidos os dados e a análise a seguir das temáticas da RBCC como peças a contribuir com elementos empíricos necessários ao mapeamento da área, que se faz permanentemente necessário.

I. Procedimentos

Optou-se pela RBCC, da Intercom, por ser uma das mais importantes publicações periódicas do campo comunicacional do Brasil. Partiu-se de perspectiva cienciométrica, como método orientador quanto a importância de análise do conhecimento científico. “Ciencimetria é o estudo dos aspectos quantitativos da ciência enquanto uma disciplina ou atividade econômica. A ciencimetria é um segmento da sociologia da ciência, sendo aplicada no desenvolvimento de políticas científicas” (VANTI, 2002, p.154). É um método que contempla o desempenho dos pesquisadores, com estudos em determinada disciplina, focando áreas específicas de conhecimento científico. Verificaram-se, então, as interfaces e intrafaces de acordo com as temáticas mais abordadas na revista.

Para se chegar aos objetivos propostos, primeiramente foram levantados todos os dados referentes às publicações da RBCC. Trabalhou-se na biblioteca da Universidade Regional de Blumenau com os exemplares impressos da revista; montou-se tabela com dados tais como: ano da publicação, número, seções, título da revista e títulos dos diferentes textos publicados em cada edição.

O levantamento começou pelo *Boletim Intercom*, que circulou até o número 49/50, ano VII, 1984. Os respectivos números e títulos gerais do *Boletim* são os seguintes: n° 0 a 34 (março/78 a dezembro/81) edições esgotadas; n° 35 (1982) *A pequena Elis e sua grande obra*; n° 36 (1982) *CFE: Soluções equivocadas para o ensino de Comunicação*; n° 37 (1982) *Figueiredo na Globo*; n° 38 (1982) *Televisão, futebol e controle social*; n° 39 (1982) *O império do silêncio*; n° 40 (1982) *A derrota da farsa*; n° 41 (1983) *Rádio e revolução em El Salvador*; n° 42/43 (1983) *Meios de Comunicação e novos governadores: um início tenso*; n° 44 (1983) *Marx, Bolívar e a Comunicação*; n° 45 (1983) *Novas tecnologias de Comunicação*; n° 46 (1984) *Campanha pelas diretas: a conspiração do silêncio*; n° 47 (1984) *Censura*; n° 48 (1984) *Sociedade Digital*; n° 49/50 (1984)

Estado, sociedade civil e meios de Comunicação. Esses números e títulos foram registrados na RBCC nº 53.

Em 1984, sob a presidência de Anamaria Fadul, a Intercom transforma o *Boletim Intercom* em *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, cujo primeiro número corresponde ao 51, ano VIII, de novembro/dezembro de 1984. O nº 52, de 1985, traz o título *O povo entre a vida e a morte de Tancredo Neves*, com nova periodização e, por isso, considera-se como a edição mais representativa para início do material de análise da presente pesquisa. A numeração seguiu a do boletim, mas a revista passou por várias alterações relativas à estrutura e divisões.

As revistas de nº 53 até nº 61 são sempre dispostas nas sessões: artigo, entrevista, ensaio, resenha, comentário, documento, noticiário e fórum. Relata-se, como forma de valorizar e registrar a realização de trabalho desta natureza realizados em região fora dos centros organizadores da publicação, que as edições de número 55, 56, 57, 1/1991 e 2/1991 não se encontravam no acervo da biblioteca da Universidade Regional de Blumenau. Foi preciso localizá-las em São Paulo, pois estas não estavam disponíveis nem em formato *online*. As pesquisadoras contataram com a secretaria da Intercom para resgatá-las; a entidade fez doação dos exemplares faltantes à biblioteca da Furb, sendo o número 57 em cópia, já que a edição encontra-se esgotada.

A edição do primeiro semestre do ano de 1991 tem mudança editorial, com o objetivo de alcançar padrões internacionais de publicações científicas. São mudanças na diagramação, numeração da revista e outros elementos explicados em editorial. Quanto à numeração, a revista não segue mais a do boletim e passa a ter como característica da primeira e segunda edição de cada ano os números 1 e 2, respectivamente, ou seja, ao invés de ser 58/1991 e 59/1991, passa a ser 1/1991 e 2/1991 e assim sucessivamente com todos os anos seguintes.

Por fim, todas as edições a partir daí apresentam divisão por sessões na indexação do conteúdo; as de nº 1 e 2 do ano de 2007, nº 2 de 2008, nº 2 de 2009 e nº 1 de 2010, que não se encontravam no acervo, estão disponíveis em formato *online* na *Coleção de Revistas Eletrônicas em Comunicação* (PORTCOM, 2010). A

edição correspondente a 2010/1 apresenta na ficha catalográfica os temas: Comunicação Social. Jornalismo e Editoração. Relações Públicas. Publicidade e Propaganda. Rádio e Televisão. Ciber-Comunicação. Cinema.

Dispondo de todos os dados da revista, partiu-se então para a etapa de identificação das áreas que identificassem as intrafaces e/ou interfaces comunicacionais. Para tal, foram extraídos somente os artigos, por constituírem o tipo científico discursivo mais representativo. Segundo Barbalho (2004), o artigo é uma das principais formas de Comunicação científica escrita em periódicos. Assim, como a revista apresenta grande quantidade de conteúdos publicados, para poder identificar os principais assuntos alocados, o artigo de fato é a melhor forma de sistematização dos temas mais relevantes. De acordo com as normas técnicas de apresentação de artigos de periódicos, o artigo científico é a “parte de uma publicação com autoria declarada, que apresenta e discute idéias, métodos, técnicas, processos e resultados nas diversas áreas do conhecimento” (ABNT, 2003).

A primeira edição que compõe o *corpus* de análise, a de n° 52, não apresentava o conteúdo publicado por sessões, ou seja, no sumário o conteúdo aparecia indiscriminadamente, sem divisão por sessão; os artigos, resenhas e documentos apareciam sem identificação. Definiu-se então, para esta única edição, estudar todo o material publicado. Tal recurso foi necessário para viabilizar a pesquisa, pois identificar dentre este conteúdo não classificado quais textos seguiam as normas de artigo científico não seria viável, até porque o rigor do artigo científico nos anos 2000 tem distinções em relação às obrigações previstas pelas publicações na década de 80. Por fim, o *corpus* da pesquisa é composto por 51 edições, de n° 52 a n° 2/2010, dentre as quais foram analisados os títulos de 257 textos publicados, dos quais quatro são gêneros não especificados e 253 são denominados artigos, compreendendo um período de 25 anos.

O tratamento desse conteúdo para identificação da incidência dos temas mais estudados na revista foi por meio dos títulos e palavras chave. Segundo as Normas Técnicas de Apresentação de Artigos de Periódicos, o título é definido como “palavra, expressão

ou frase que designa o assunto ou o conteúdo de uma publicação” (ABNT, 2003); palavra-chave é a “palavra representativa do conteúdo do documento, escolhida em vocabulário controlado” (ABNT, 2003).

Do total de 41 artigos que não apresentavam palavras chave, formaram-se as palavras chave a partir dos títulos. Os restantes, 212 artigos, dispunham de palavras chave, então, utilizou-se todas as feitas pelos próprios autores. Ressalta-se aqui a relevância da palavra chave formada pelo autor do artigo, que deve ter o maior domínio do conteúdo publicado. Para atribuir as palavras chave, quando não existiam, considerou-se os títulos dos artigos, e deles extraiu-se a área disciplinar, nomes próprios e substantivos, para formação das palavras chave, sendo:

- a) área disciplinar: diversos títulos trazem a área disciplinar, por exemplo, na revista nº 59, o título *O Jornalismo e o Golpe de 1964*;
- b) nomes próprios: que são capazes de distinguir lugar, pessoa de renome, entre outros indicativos de objeto de estudo, por exemplo, na revista nº 2 – 2004, em que se lê o título *O confessionário reality de Big Brother Brasil* no qual Big Brother Brasil é nome próprio de programa televisivo que indica o foco da temática;
- c) substantivos: expressam sem reforço de outra palavra a substância; classe de palavras com que se denominam os seres, animados ou inanimados, concretos ou abstratos, as coisas ou parte delas, os estados, as qualidades, as ações (objetos, porções, sentimentos, sensações, fenômenos, etc.) (DICIONÁRIO, 2001). Por exemplo, na revista nº 4, no título *O mundo dos jornalistas: aspectos teóricos e metodológicos*, o objeto de estudo é reconhecido por meio do substantivo jornalistas.

Resultados e considerações

Feito o levantamento explicitado, elaborou-se escala com todas as palavras chave retiradas dos títulos e as palavras chave já classificadas nos artigos pelos respectivos autores. Para quantificar

as áreas de maior incidência temática, optou-se pelas dez palavras que mais apareceram na contagem geral. Foi considerada a palavra quando ela aparecia sozinha, mas nos casos de complementos como Jornalismo Rural, Comunicação Popular, entre outras, fez-se a contagem para fins de desempate. Na somatória final chegou-se ao seguinte ranking: 1^a. Comunicação, 2^a. Jornalismo, 3^a. Brasil, 4^a. Televisão, 5^a. Mídia, 6^a. Cultura, 7^a. Publicidade, 8^a. Internet e Recepção empatadas, 9^a. Imprensa, 10^a. Consumo e Linguagem empatadas.

Percebe-se o foco nas intrafaces, ou seja, a revista cumpre a finalidade de firmar-se como publicação de referência para a própria área. Em relação aos complementos, nota-se que apontam tanto para o interior quanto para outras disciplinas, como por exemplo: Comunicação Visual Urbana, Jornalismo Médico, Mídia Rural, entre outras. Ressalta-se que nas palavras compostas, Comunicação é a que mais aparece. O mesmo aconteceu num levantamento realizado sobre a revista *Comunicação & Sociedade*. Igualmente, nos resultados de pesquisa publicada no livro *Tendências Atuais da Pesquisa em Comunicação no Brasil*, em que Barbalho (2008) estuda a produção científica alocada no Encontro Nacional de Documentação em Comunicação, Endocom, entre os anos de 2002 a 2006, registra-se maior incidência da palavra Comunicação entre as temáticas debatidas no congresso.

Se verificada lado a lado com a congênere *Comunicação & Sociedade* (LAURINDO, 2010) vê-se uma ordenação similar da RBCC. Comunicação destaca-se como primeira palavra, de maior incidência, nas duas revistas e a sequência segue assim: 2^a. Jornalismo (RBCC), Televisão (C&S), 3^a. Brasil (RBCC), Jornalismo (C&S), 4^a. Televisão (RBCC), Brasil (C&S), 5^a. Mídia (RBCC), Publicidade (C&S), 6^a. Cultura (RBCC), Rádio (C&S), 7^a. Publicidade (RBCC), ABC (C&S), 8^a. Internet e Recepção (RBCC), Educação (C&S), 9^a. Imprensa (RBCC), América Latina (C&S), 10^a. Consumo e Linguagem (RBCC), Mídia (C&S).

Levando-se também em conta a tabela de áreas do CNPq (2010), observa-se equivalência de intrafaces comunicacionais na RBCC e C&S, como se vê por meio das palavras Comunicação, Jornalismo, Televisão, Mídia e Publicidade. O órgão federal divide

as subáreas (intrafaces) da Comunicação na seguinte ordenação: Comunicação, encabeçando como área; subáreas: Teoria da Comunicação, Jornalismo e Editoração (com as divisões Teoria e Ética do Jornalismo, Organização Editorial de Jornais, Organização Comercial de Jornais e Jornalismo Especializado - Comunitário, Rural, Empresarial, Científico), Rádio e Televisão (com divisões Radiodifusão e Videodifusão), Relações Públicas e Propaganda, Comunicação Visual (CNPq, 2010).

Vê-se então que há correlação entre as palavras encontradas nas duas mais antigas revistas da área e o órgão brasileiro de pesquisa, destacando-se a própria palavra Comunicação. Essa é no CNPq a área da grande área Ciências Sociais Aplicadas. Por sua vez, Jornalismo pertence à subárea Jornalismo e Editoração, Televisão pertence à subárea Rádio e Televisão, Mídia, apesar de não configurar nome de subárea, pela abrangência do termo pode pertencer a várias subáreas e Publicidade fica enquadrada na subárea Relações Públicas e Propaganda.

Se, por um lado, a constatação de alinhamento das palavras com a área de abrangência da publicação e do próprio campo científico parece uma obviedade, por outro, o dimensionamento de tais inserções permite uma visualização que pode contribuir com os esforços para o entendimento da produção do conhecimento científico em Comunicação no Brasil, muitas vezes submetido a interesses divergentes, como se vê, por exemplo, no processo para definição das Novas Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Jornalismo, entre outras dificuldades pertinentes à diversidade do campo. No sentido de aprofundar o entendimento da área, de modo a permitir um avanço na relação entre os estudos e as práticas comunicacionais seja no ensino, pesquisa e no mercado de trabalho, vale ressaltar a parceria entre o Ipea (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) e a Socicom (Federação Brasileira das Associações Acadêmicas e Científicas de Comunicação), com apoio da Presidência da República, que permite um panorama da Comunicação no Brasil (CASTRO; MELO; CASTRO, 2010).

Avaliar o Estado do Conhecimento no campo acadêmico e profissional da Comunicação Social no Brasil, na última década, passa por vários desafios. Embora em estágio avançado, se comparado com outras regiões, principal-

mente da América Latina, a área ainda busca a ampliação dos níveis de excelência na formação universitária e na inserção dos egressos no mercado profissional. Outras características da Comunicação Social altercadas são o amplo entendimento sobre o conceito do campo comunicacional, as definições de suas fronteiras, objetos, agentes (produtores e consumidores), cenários e produções) (GOBBI, 2010, p.16).

A identificação das temáticas da *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, revela, portanto, um posicionamento de intrafaces comunicacionais. As palavras que dimensionam as subáreas e divisões mostram tendências da área, já que a RBCC e a *Comunicação & Sociedade* são as mais antigas publicações brasileiras em Comunicação e das mais importantes no Brasil. Ambas estão sintonizadas com o CNPq, órgão máximo da pesquisa nacional. Na comparação, os principais temas são: Comunicação, Jornalismo, Televisão, Mídia e Publicidade. Ressalta-se ainda a palavra Brasil (nome próprio que indica maior incidência sobre o próprio território nacional de estudos dos pesquisadores) e também Cultura, Internet, Recepção, Imprensa, Consumo e Linguagem que apesar de não disporem de nome de subárea na tabela do CNPq para Comunicação, são termos que possuem identidade forte no campo da Comunicação.

Referências

ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NB-61: **Informação e documentação** - artigo em publicação periódica científica impressa: apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2003.

BARBALHO, Célia Regina Simonetti. **Portais eletrônicos: Estudo comparativo da oferta da Comunicação**. 2004. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/errata/barbalho.pdf> Acesso em: 17 fev. 2010.

BARBALHO, Célia Regina Simonetti. Produção científica no âmbito do ENDOCOM: uma análise bibliométrica dos trabalhos apresentados no período de 2002-2007. In: MORAIS, Osvando J. de (org.). **Tendências Atuais da Pesquisa em Comunicação no Brasil**. São Paulo: Intercom, 2008, p. 253-267.

BRAGA, José Luiz. **Os estudos de interface como espaço de construção do Campo da Comunicação**. 2004. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_658.pdf Acesso em: 14 mar. 2010.

BRUCK, Thalita; LAURINDO, Roseméri. Cienciometria das interfaces e intra-faces comunicacionais na revista portuguesa *Comunicação e Sociedade*. **Revista Comunicação e Sociedade**. Vol. 20. Braga: Universidade do Minho, 2011.

CASTRO, D.; MELO, José Marques de; CASTRO, Cosette.(orgs). **Panorama da Comunicação e das telecomunicações no Brasil**. V. 1 Memória das associações científicas e acadêmicas de Comunicação no Brasil. Brasília: Ipea, 2010.

CNPq -Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. **Tabela de Áreas**. Disponível em: <http://www.cnpq.br/areasconhecimento/index.htm> Acesso em: 22 fev. 2010.

DICIONÁRIO Houaiss da Língua Portuguesa. **Instituto Antônio Houaiss**. RJ: Objetiva, 2001.

ERBOLATO, Mário L; BARBOSA, Júlio César Tadeu. **Comunicação e Cotidiano**. São Paulo: Papirus, 1984.

FADUL, Ana Maria. Matrizes Comunicacionais: taxionomia de teses e dissertações – 1998-2002. **Revista Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, a. 25, n.40, 2º. sem. 2003, p. 95-108.

FARO, José Salvador. **A Universidade fora de si: a Intercom e a organização dos estudos de Comunicação no Brasil**. São Paulo: Intercom, 1992.

GOBBI, Maria Cristina. Panorama da produção de conhecimento em Comunicação no Brasil. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques (Orgs). **Panorama da Comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: Ipea, 2010, 3 v., p. 19-27

GOBBI, Maria Cristina. A emergência do campo da Comunicação no Brasil. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques (Orgs). **Panorama da Comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: Ipea, 2012, p. 19-27

GOMES, Neusa Demartini. Publicidade e Propaganda. In: MELO, José Marques de. **O campo da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

INTERCOM: **Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. 2012. Disponível no site: <http://www.intercom.org.br>. Acesso em: 23 abr. 2012.

JONES, Daniel E. Revistas Científicas de Comunicação e a Realidade Ibero-Americana. In: FERREIRA, Sueli M. S. P; TARGINO, Maria das Graças (Orgs). **Preparação de Revistas Científicas: Teoria e Prática**. São Paulo: Reichmann & Autores, 2005.

LAURINDO, Roseméri; MAFRA, Ticiane E. Cienciometria da revista Comunicação & Sociedade identifica interfaces da área. **Revista Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Umesp, Vo. 31. nº 53, 2010, p. 233-260.

MELO, José Marques de. **Comunicação Social: Teoria e Pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1975.

MELO, José Marques de. **O campo da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

PORTCOM – **Portal de Livre Acesso a Produção em Ciências da Comunicação**. 2010. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br>. Acesso em: 16 out. 2010.

PERUZZO, Cécilia M. Krohling. Avanços nas revistas acadêmicas. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques. **Panorama da Comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: Ipea, 2012, p. 105-117.

RBCC – **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Intercom. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/issue/current> Acesso em: 10. fev. 2010.

REIMÃO, Sandra. Televisão. In: MELO, José Marques de. **O campo da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

ROMANCINI, Richard. **O campo científico da Comunicação no Brasil: institucionalização e capital científico**. 2006, 505 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

SILVA, Elias Machado da. Jornalismo. In: MELO, José Marques de. **O campo da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

VANTI, Nádia A. P. **Da Bibliometria à Webometria: Uma Exploração Conceitual dos Mecanismos Utilizados para Medir o Registro da Informação e Difusão do Conhecimento**. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v31n2/12918.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2008.

Recebido: 02.05.2012

Aceito: 15.09.2012