

Artigos

Novas tendências da pesquisa em comunicação no Brasil: preferências temáticas da geração emergente*

Ada de Freitas Maneti Dencker**

Resumo

A pesquisa em comunicação se concentra em áreas já consolidadas que agregam a produção de pesquisadores mestres e doutores vinculados aos cursos de pós-graduação. Paralelamente emergem temáticas e objetos novos de investigação pela atividade de jovens pesquisadores e pesquisadores seniores que não se encontram vinculados aos núcleos de pesquisa tradicionais. A análise dessa produção, tomando por base os textos encaminhados para o setor de Temas Livres do Congresso Intercom 2005, é o objeto desse estudo que identificou 365 palavras-chave distribuídas em 28 categorias, tabuladas em função dos temas, mídia, assunto específico de investigação dando um panorama das tendências emergentes. Destaca-se de modo especial a atenção dada aos estudos das novas formas de relacionamento mediadas pela internet.

Palavras-chave: Pesquisa em comunicação. Mídia. Produção científica. Tendências em comunicação.

Abstract

The research in communication is focused in already consolidated areas in which masters and PhDs researchers linked to post-graduation courses are congregated. At the same time, new objects and subjects of research arise from searches of young researchers and PhDs that are not tied to traditional research groups. The analysis of this production, based on the texts send out to Intercom Congress 2005, for free topics session, is the aim

* Trabalho apresentado ao Seminário de Temas Livres em Comunicação – INTERCOM 2006.

** Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação, Socióloga pela PUC-SP, Professora do Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. E-mail adadencker@osite.com.br

of this study, that identified 365 keywords distributed into 28 categories, boarded into subjects, media, and specific investigation, offering an overview of the emerging trends. Internet relationships studies received an especial attention.

Keywords: Communication Research. Media. Scientific Production. Communication Trends.

Resumen

La investigación en comunicación se concentra en áreas ya consolidadas que agregan la producción de investigadores masters y doctores vinculados a los cursos de postgrado. Paralelamente emergen temáticas y objetos nuevos de investigación por la actividad de jóvenes investigadores e investigadores seniores que no se encuentran vinculados a los núcleos de investigación tradicionales. El análisis de esa producción, tomándose como base los textos encaminados hacia el sector de temas libres del Congreso Intercom 2005, es el objeto de este estudio que ha identificado 365 palabras clave distribuidas en 28 categorías, tabuladas en función de los temas, medios, tema específico de investigación ofreciendo un panorama de las tendencias emergentes. Se destaca de modo especial la atención que se da a los estudios de las nuevas formas de relacionamiento mediadas por la Internet.

Palabras-clave: Investigación en comunicación. Medios. Producción científica. Tendencias en comunicación.

Perfil da sessão de Temas Livres 2005: temáticas e tendências

A pesquisa em comunicação no Brasil apresenta um grande dinamismo que se expressa na diversidade de temas abordados e na quantidade de projetos desenvolvidos por professores e alunos pertencentes aos cursos de comunicação existentes no país. Anualmente, o Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação se constitui em uma ampla vitrine do que foi produzido, colocando em debate os resultados obtidos, aproximando os pesquisadores e pos-

sibilitando a troca e o aprimoramento profissional e intelectual da comunidade científica que atua no campo da Comunicação.

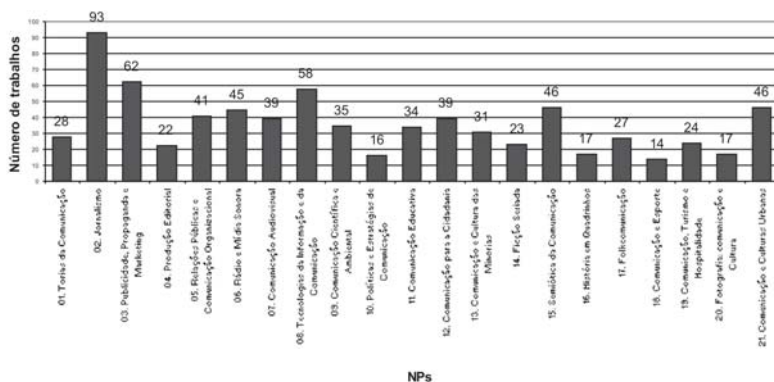
No decorrer dos últimos 27 anos foram consolidados vários recortes e campos bem delimitados que reúnem em Núcleos de Pesquisa pesquisadores doutores, de diferentes instituições de diversas regiões do país, para trocar experiências sobre o estado atual da arte nas temáticas específicas a que se dedicam. Paralelamente, existe o crescimento de pesquisas desenvolvidas por bacharéis, mestres e doutores e que não se enquadram nas ementas definidas para os Núcleos de Pesquisa. Esses trabalhos são encaminhados para apresentação em Temas Livres, passando por um processo de seleção que procura identificar as afinidades entre os mesmos, formando mesas que visam a reunir os pesquisadores interessados em uma mesma temática promovendo a aproximação e integração com o objetivo de incentivar e facilitar a formação de novos núcleos de pesquisa.

Entendendo que Temas Livres refletem o espaço do novo que busca sua legitimação frente a comunidade acadêmica, pode-se dizer que existe um embate dialético entre as temáticas consolidadas nos núcleos de pesquisa e as novas formas de perceber o campo de pesquisa em comunicação que se expressam em Temas Livres.

Tomando por base o que foi apresentado no XXVIII Congresso da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, realizado no Rio de Janeiro em 2005, encontramos a seguinte concentração de trabalhos nos diferentes Núcleos de Pesquisa permanentes (gráfico1).

Embora exista uma preocupação por parte da Intercom de colocar em evidência temas de interesse da comunidade acadêmica — definidos por meio de votação entre os sócios da temática central proposta pelo congresso — os dados relativos ao ano de 2005 não indicam que houve grande influência dessa orientação uma vez que a temática escolhida foi Ensino e Pesquisa. A análise dos dados permite perceber que isso não se refletiu de modo significativo no direcionamento de um número maior de trabalhos para o Núcleo de Pesquisa de Comunicação Educativa. Pode-se dizer que a distribuição entre os diferentes núcleos não apresentou

Gráfico 1 – Trabalhos apresentados nos NPs – Intercom 2005



Fonte: Secretaria da Intercom, referente aos trabalhos apresentados no congresso de 2005

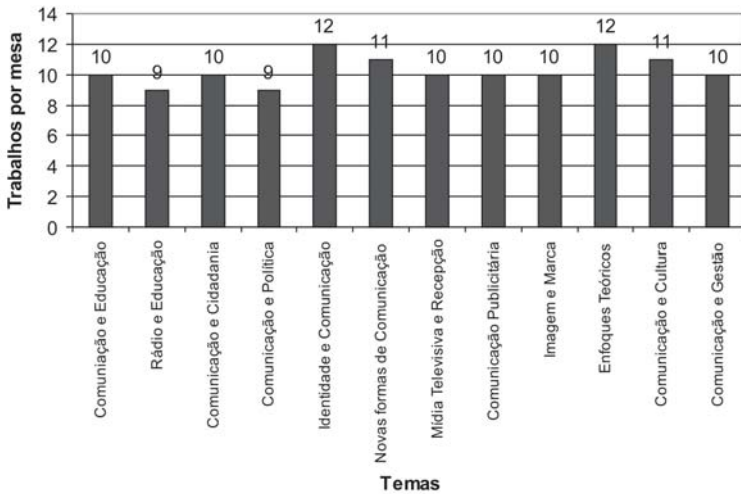
variações significativas em relação aos anos anteriores, permanecendo como portadores de maior produção os núcleos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, seguidos de outras áreas igualmente tradicionais da Comunicação.

Os trabalhos encaminhados para Temas Livres foram agrupados, em função de sua similaridade em mesas, sendo definidas em 2005 o total de 12 mesas conforme se pode observar no gráfico 2: Comunicação e Educação, Rádio e Educação, Comunicação e cidadania, Identidade e comunicação, Novas formas de comunicação, Mídia televisiva e recepção, Comunicação publicitária, Imagem e marca, Enfoques teóricos, Comunicação e Cultura e Comunicação e Gestão.

Considerando as temáticas abordadas em Temas Livres, para efeito dessa análise, foram definidas palavras chave para os *papers* apresentados (considerando-se as indicadas pelos próprios autores e definindo outras a partir da leitura dos resumos) e, posteriormente, a tabulação em função de temáticas abordadas, mídia citada, conteúdos mais frequentes, procurando, assim, identificar o perfil dessa produção. Com esse procedimento foram identificadas 365 palavras-chaves as quais foram agrupadas em 28 categorias (Gráfico 3), nas quais se

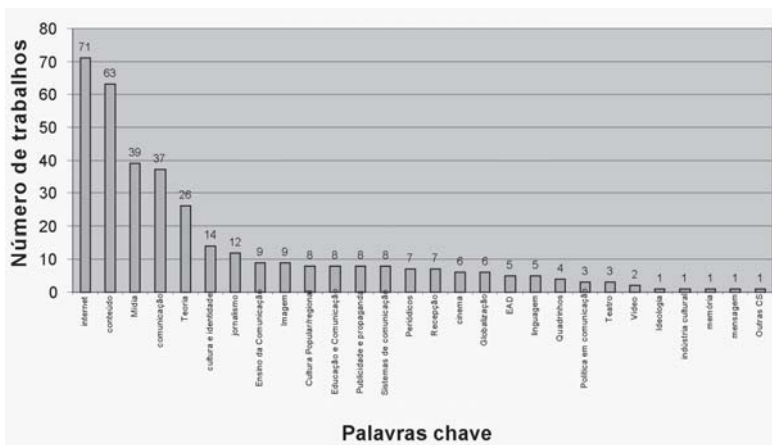
NOVAS TENDÊNCIAS DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO NO BRASIL

Gráfico 2 – Mesa de Temas Livres apresentados no Intercom 2005.



Fonte: Dados fornecidos pela secretaria da INTERCOM referentes a 2005.

Gráfico 3 – Palavras-chave das temáticas de Temas Livres – Intercom 2005 – agrupamentos por categorias

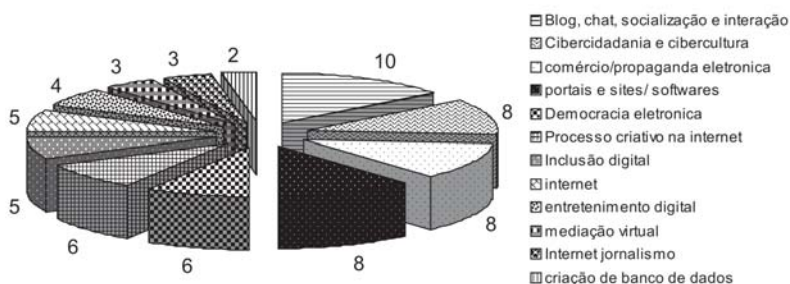


Fonte: Classificação dos temas com base nos resumos publicados no Programa do Congresso Intercom 2005 – Sessão de Temas Livres.

pôde observar a predominância de estudos que mencionam a Internet e suas relações, com 71% de freqüência, além de trabalhos sobre os conteúdos veiculados pelos meios de comunicação, estudos de mídia, teoria, cultura e identidade, jornalismo e ensino da comunicação; em seguida estão áreas que obtiveram menor incidência como: ideologia, indústria cultural, memória, mensagem, dentre outros. Também em relação a Temas Livres é válida a observação feita em relação aos Núcleos de Pesquisa sobre a reduzida influência do tema central do congresso no direcionamento das pesquisas. Em Temas Livres, tivemos cinco referências ao ensino em trabalhos voltados para Educação a Distância.

Procurando entender melhor o conteúdo das pesquisas apresentadas foram analisadas as indicações remissivas dos grupos com maior freqüência de palavras chave. Dessa maneira, no Gráfico 4 procura-se identificar melhor o assunto abordado nos estudos sobre a Internet, o que demonstra uma grande concentração de estudos referentes a questão da sociabilidade na rede: a interação e principalmente as novas formas de compor-

Gráfico 4 – Comunicação na internet – Temas Livres – Intercom 2005



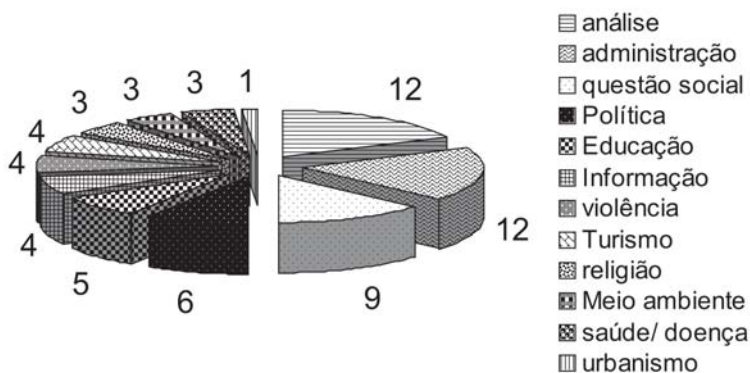
Fonte: Classificação dos temas com base nos resumos publicados no Programa do Congresso Intercom 2005- Sessão de Temas Livres.

tamento que estão sendo criadas mediante as interações que ocorrem na rede, principalmente tendo como objeto aspectos culturais e de cidadania.

Tomando por base o conteúdo abordado pelos meios e mencionado nos trabalhos apresentados nos temas livres observa-se no Gráfico 5 um conjunto 12 trabalhos que mencionaram, para o estudo dessa abordagem, o emprego da técnica de análise de conteúdo. Tomando por parâmetro a natureza do conteúdo evidencia-se grande concentração de trabalhos referentes ao uso da comunicação como ferramenta da administração (12 trabalhos). Percebe-se ainda uma preocupação com a abordagem de conteúdos que focam as questões sociais, aí incluindo problemas relacionados ao movimento dos sem terra, a violência doméstica e o terrorismo.

Traçando um comparativo com os estudos realizados nas décadas de 80 e 90 – quando era possível observar número significativo de estudos referentes a questões relativas à religião, principalmente pela expansão das emissoras religiosas (KUNSCH; DENCKER, 1997) – registra-se agora uma queda nos estudos sobre o tema religião, embora este esteja na mídia,

Gráfico 5 – Conteúdos Mencionados em Temas Livres do Intercom 2005



Fonte: Classificação dos temas com base nos resumos publicados no Programa do Congresso Intercom 2005 – Sessão de Temas Livres.

com um crescente número tanto de programas quanto de emissoras segmentadas. Também em relação a aspectos relacionados ao meio ambiente percebe-se uma queda nos trabalhos que tratam a questão, embora seu interesse seja crescente.

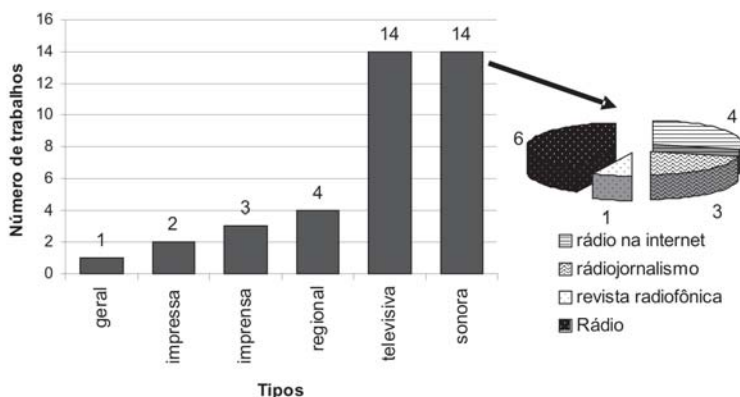
Assinalamos também que, apesar do grande número de estudos que se debruçaram sobre o conteúdo que saiu na mídia, não se encontrou, por exemplo, estudos a respeito de noticiário econômico, terrorismo e guerra – temas frequentemente veiculados no período 2004/2005.

Com relação a assuntos estratégicos, como a discussão sobre a política de comunicação e a adoção de novos sistemas de comunicação como a TV Digital, percebe-se que não existe um número expressivo de trabalhos que corresponda à importância do assunto na produção de Temas Livres. Pode-se inferir que tais debates estejam sendo realizados no espaço dos Núcleos de Pesquisa.

Fazendo um outro exercício e tabulando as palavras chave, efetuando um desdobramento em relação aos meios mencionados, temos o Gráfico 6, no qual se dá destaque a: mídia impressa, a imprensa, mídia regional, televisiva e sonora. Na mídia sonora, observa-se uma preocupação nas relações do meio rádio com a rede, em temas como: rádio na Internet, rádio-jornalismo, revista radiofônica e rádio em geral, indicando um crescimento de estudos sobre o rádio e que não está sendo absorvido pelo Núcleo de Pesquisa de Mídia Sonora.

Em trabalho realizado em 1989, cujos resultados parciais foram publicados em Kunsch e Dencker (1997), identificou-se uma lacuna nos estudos a respeito do rádio em períodos em que o mesmo foi significativo como, por exemplo, na era Vargas uma vez que o presidente Getúlio Vargas pode ser considerado um presidente eleito pelo rádio. Os dados de Temas Livres de 2005 indicam que essa mídia vem recebendo significativa atenção dos pesquisadores, extrapolando a fronteira dos núcleos de pesquisa, sendo possível observar que a flexibilidade do rádio — que permite ao jornalista de rádio acompanhar o que está acontecendo na Internet em tempo real, oferecendo mais agilidade do que a televisão — atrai a atenção dos pesquisadores. Nos estudos de

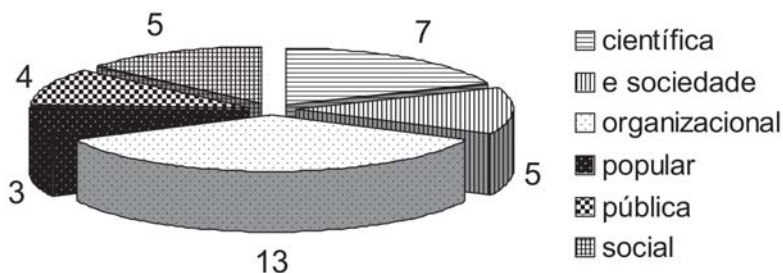
Gráfico 6 – Mídias e Mídias Sonoras em Temas Livres – Intercom 2005.



Fonte: Classificação dos temas com base nos resumos publicados no Programa do Congresso Intercom 2005- Sessão de Temas Livres.

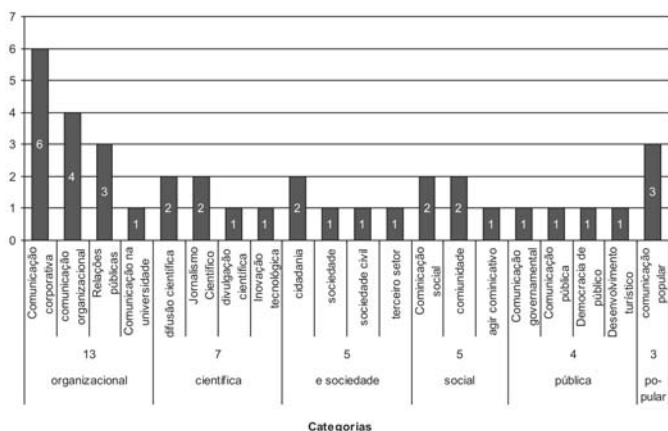
televisão o que transparece é a ênfase muito grande na questão da regionalização e a influencia exercida pela TV. Outros assuntos estudados em conjunto com a mídia sonora são questões relativas à educação, Internet e regionalização.

Buscando outros desdobramentos (Gráfico 7 e 8), focamos as palavras chave que mencionavam: comunicação científica, Gráfico 7 – Comunicação- Abordagem em Temas Livres do Intercom 2005



Fonte: Classificação dos temas com base nos resumos publicados no Programa do Congresso Intercom 2005- Sessão de Temas Livres.

Gráfico 8 – Comunicação- Abordagem em Temas Livres do Intercom 2005 (Desdobramento)



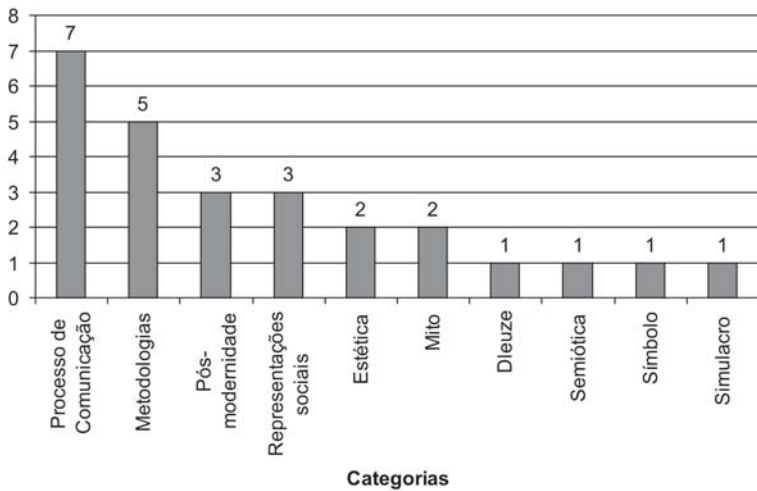
Fonte: Classificação dos temas com base nos resumos publicados no Programa do Congresso Intercom 2005 – Sessão de Temas Livres.

comunicação e sociedade, comunicação organizacional, comunicação popular, comunicação pública e comunicação social.

Os resultados apontam a comunicação corporativa com o maior índice de trabalhos, direcionados para o estudo das organizações em suas relações com o público interno e externo. Em comunicação científica, registramos estudos de difusão científica, jornalismo científico, divulgação e inovação e tecnologia. Em comunicação e sociedade, encontramos trabalhos sobre cidadania, sociedade civil, porém, identificamos poucas inserções sobre o terceiro setor, no qual seria razoável esperar maior concentração. Com relação à comunicação social, temos uma produção significativa — considerando o agir comunicativo e relações com a comunidade. Em comunicação pública, encontramos comunicação governamental, comunicação pública, democracia de público e desenvolvimento turístico (comunicação a respeito dos projetos e programas), além de comunicação popular com três trabalhos.

Com enfoque em teoria e pesquisa, foram identificados sete trabalhos que efetivamente focam o processo da comunicação, cinco *papers* que se referem à questão da teoria do método (como fazer entrevista, abordagens metodológicas diversas) e outras linhas com menor inserção, também destacadas no Gráfico 9.

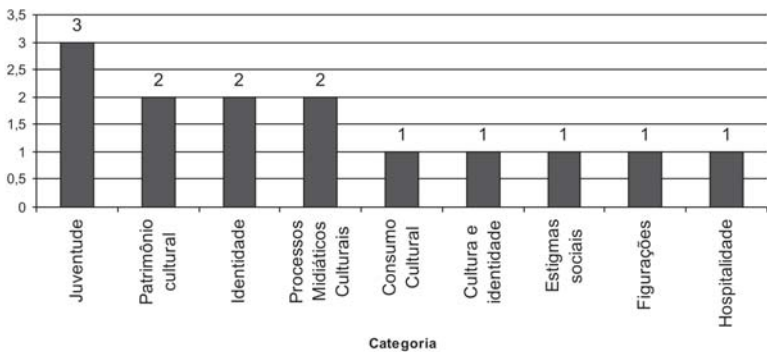
Gráfico 9 – Teoria e Pesquisa- Temas Livres - Intercom 2005



Fonte: Classificação dos temas com base nos resumos publicados no Programa do Congresso Intercom 2005- Sessão de Temas Livres.

Promovendo ainda um recorte em cultura e identidade (Gráfico 10), percebe-se um foco muito grande dos estudos que

Gráfico 10 – Cultura e Identidade- Temas Livres - Intercom 2005.

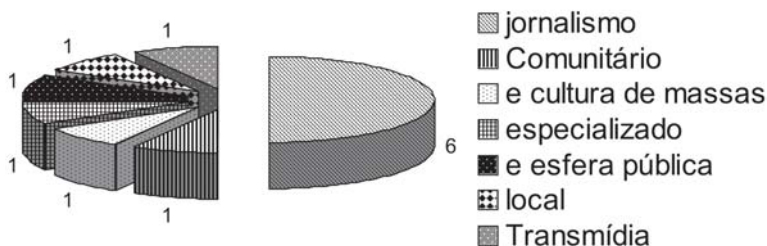


Fonte: Classificação dos temas com base nos resumos publicados no Programa do Intercom 20052005Congresso Intercom 2005- Sessão de Temas Livres.

abordam cultura e juventude, patrimônio cultural, processos midiáticos culturais, consumo cultural, estigmas sociais, figuras e hospitalidade.

Os desdobramentos de jornalismo permitiram identificar questões do jornalismo com a sociedade, cultura e focando a regionalização da mídia, conforme se nota no Gráfico 11.

Gráfico 11 – Jornalismo- Temas Livres – Intercom 2005.



Fonte: Classificação dos temas com base nos resumos publicados no Programa do Congresso Intercom 2005- Sessão de Temas Livres.

Considerações finais

Tomando por base as temáticas abordadas em Temas Livres e considerando-as como indicativas das novas tendências que apontam no campo da pesquisa em comunicação, além de efetuar uma comparação com estudos anteriores realizados por Kunsch e Dencker, 1997, podemos assinalar que ocorreu uma perda de interesse pela linha de pesquisa orientada pelos teóricos da Escola de Frankfurt, o que se reflete na redução de estudos sobre indústria cultural e ideologia e redução do foco no poder da mensagem. Percebemos também um aumento de interesse pelo rádio enquanto mídia mais flexível do que a televisão, capaz de permitir maior interação com outras mídias.

Outro foco de atenção bastante significativo diz respeito às formas novas de sociabilidade promovidas pela Internet, permi-

tindo antever que estas questões serão bastante abordadas no futuro, principalmente em sua relação, entre outras, com a questão da cidadania e da política.

Se de fato partiu-se de premissas corretas e Temas Livres representam uma janela para visualizar as futuras tendências de pesquisa em comunicação, pode-se considerar que, diante dos dados apresentados, a pesquisa emergente em Comunicação no Brasil não parece estar sintonizada com as demandas e perspectivas que se apresentam em relação ao futuro da Comunicação. Entre estas perspectivas se encontra a possibilidade, por parte do receptor, de uma maior liberdade na seleção das mensagens, a abertura de canais de interação entre o emissor e o receptor, a proliferação de meios específicos e a segmentação da comunicação. Também é ausente a discussão sobre as opções políticas e tecnológicas que permeiam a escolha do sistema a ser adotado pela TV Digital no país e a questão da interatividade que será permitida pela tecnologia.

Para que se tenha uma idéia real das áreas emergentes torna-se necessário fazer um levantamento semelhante do conteúdo discutido nos Núcleos de Pesquisa, pois é possível que essas questões estejam se consolidando como novas linhas dentro dos núcleos, não sendo, portanto suficiente apenas analisar o que foi discutido em Temas Livres para formar um retrato do que está emergindo na área da pesquisa em comunicação.

Referências

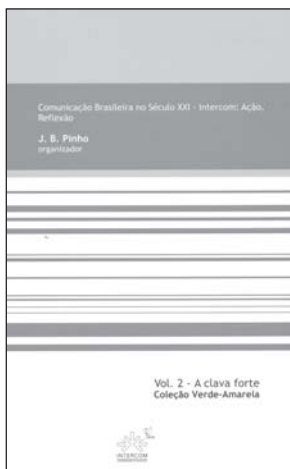
DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **A configuração da pesquisa em comunicação no Brasil**. São Paulo: ECA/USP, 1990. (Dissertação de Mestrado)

INTERCOM. Intercom 2005. **Ensino e pesquisa em comunicação**. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro:UERJ, 2005.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling; DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Produção científica brasileira em comunicação**. Década de 80. Análises, tendências e perspectivas. São Paulo: ECA/USP: CNPq: FINEP: INTERCOM, 1997.

A clava forte

Coleção Verde-Amarela



Segundo volume de sua coleção Verde-Amarela
sob o título “Comunicação Brasileira no Século XXI Intercom:
Ação, Reflexão” oferece reflexões de sua
Diretoria Executiva (2005-2008)

FAÇA AINDA HOJE O SEU PEDIDO
através do telefone (0xx11) 3091-4088,
e-mail: intercom@usp.br
ou acesse a Livraria Virtual da Intercom:
<http://www.intercom.org.br>