



Identidade teórica dos estudos em Políticas e Estratégias de Comunicação, no âmbito da Intercom¹

BRITTES, Juçara², SILVEIRA, Bruna³

Universidade Federal de Ouro Preto

Resumo

Realiza um mapeamento das comunicações apresentadas de 2000 a 2010, pelo Grupo de Pesquisa Políticas e Estratégias de Comunicação, aos congressos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM). Identifica as principais características dos papers como objetos e temas eleitos; informações sobre os participantes, suas regiões de origem e instituições às quais se vinculam. Estes dados são necessários para que o GP seja capaz de propor projetos de pesquisa conjuntos, condição essencial para seu fortalecimento enquanto núcleo de estímulo para a geração e compartilhamento de conhecimentos. Enseja-se, também, incentivar a continuidade do levantamento histórico da produção do GP, estendendo a análise para a data de sua fundação (1992), identificando seus alinhamentos teóricos e metodológicos, assim como o perfil dos pesquisadores envolvidos.

Palavras-chave

Estudos sobre Políticas de Comunicação; Estratégias de comunicação; Produção Acadêmica em Políticas de Comunicação; Políticas Públicas de Comunicação

Introdução

O Grupo de Pesquisa (GP) Políticas e Estratégias de Comunicação foi criado em 1992, sob a denominação Economia Política da Comunicação, com os seguintes objetivos: reunir a documentação das atividades de luta por políticas públicas democráticas de comunicação no País; documentar e analisar as legislações nacionais e internacionais da comunicação; documentar e analisar as políticas de implantação de novas tecnologias no Brasil e abordar tópicos teóricos relevantes para o debate de uma política nacional de Comunicação. (PERUZZO e MOREIRA: 2002)

Inscrive-se, atualmente, na oitava Divisão Temática (DT) “Estudos Interdisciplinares”, classificação oficial da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Aí convive com mais cinco GPs, quais sejam: Economia Política da Comunicação e

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias da Comunicação, XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Ciências da Comunicação; Professora do Curso de Jornalismo da UFOP. >jubrites@gmail.com<

³ Graduanda em Jornalismo na UFOP, aluna de Iniciação Científica sob orientação da profa. Juçara Brittes >bruna.silveria@hotmail.com<



Cultura; Folkcomunicação; Semiótica da Comunicação; Comunicação Turismo e Hospitalidade e Teorias da Comunicação.

Encontra-se sob a orientação de duas ementas: a geral, ditada pela DT e a particular, assim escritas:

Estudo da questão epistemológica da informação e da comunicação. Processos de conhecimento comunicacional em suas diversas dimensões: a semiótica, a informação, a cultura, a economia. Teorias e correntes teóricas do pensamento comunicacional. Palavras-chave: Epistemologia, teoria, correntes teóricas, semiótica, teoria política, folkcomunicação. (DT 8) ⁴

Estudos e pesquisas do fenômeno social da comunicação, tendo como referências teóricas, críticas fundamentais à economia política das comunicações, o espaço público e as indústrias culturais. Trata-se de abordagem multidisciplinar, a partir da qual busca-se uma melhor compreensão das relações sociais, principalmente as relações de poder, que constituem a produção, distribuição, consumo e regulação de recursos da comunicação e da cultura. O objetivo último é a proposição de alternativas democráticas para as comunicações. (GP Políticas e Estratégias de Comunicação) ⁵

Objetos de estudos

O tratamento dos dados permitiu identificar onze categorias temáticas (gráfico 1) e 72 subtemas (gráfico 2). O objeto mais representativo, estudado em 48 trabalhos, é Políticas Públicas de Comunicação, agrupando os subtemas Grupos de Mídia, Sistemas Nacionais e Internacionais de Comunicação, Controle Social da Mídia, Atores Sociais, Modelo Econômico, Comunicação Governamental, Conferência Brasileira de Comunicação (CONFECOM), Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), Marco Regulatório, Meio-Ambiente, Saúde e Audiovisual.

Estudos sobre o Marco Regulatório da Comunicação aparecem em segundo lugar, representando 17% dos *papers*, e trata desde concessões e classificação indicativa de conteúdos, até regulamentação do horário político gratuito.

Plataformas Midiáticas, aqui entendidas como os estudos sobre os discursos das mídias, é outro tema relevante, com 14% das apresentações, seguido, respectivamente, por Direito à Comunicação, Estratégias de Comunicação, Comunicação Especializada (todos com 9%); Internet (6%), Indústria Cultural (5%) e Tecnologias da Informação e da Comunicação - TICs (5%).

Entendemos, pelos temas abordados durante os últimos onze anos, que o GP guarda características mais próximas à ementa inicial do que a atualmente adotada.

⁴ Dados obtidos no endereço <http://www.portalintercom.org.br>

⁵ Idem



Gráfico 1

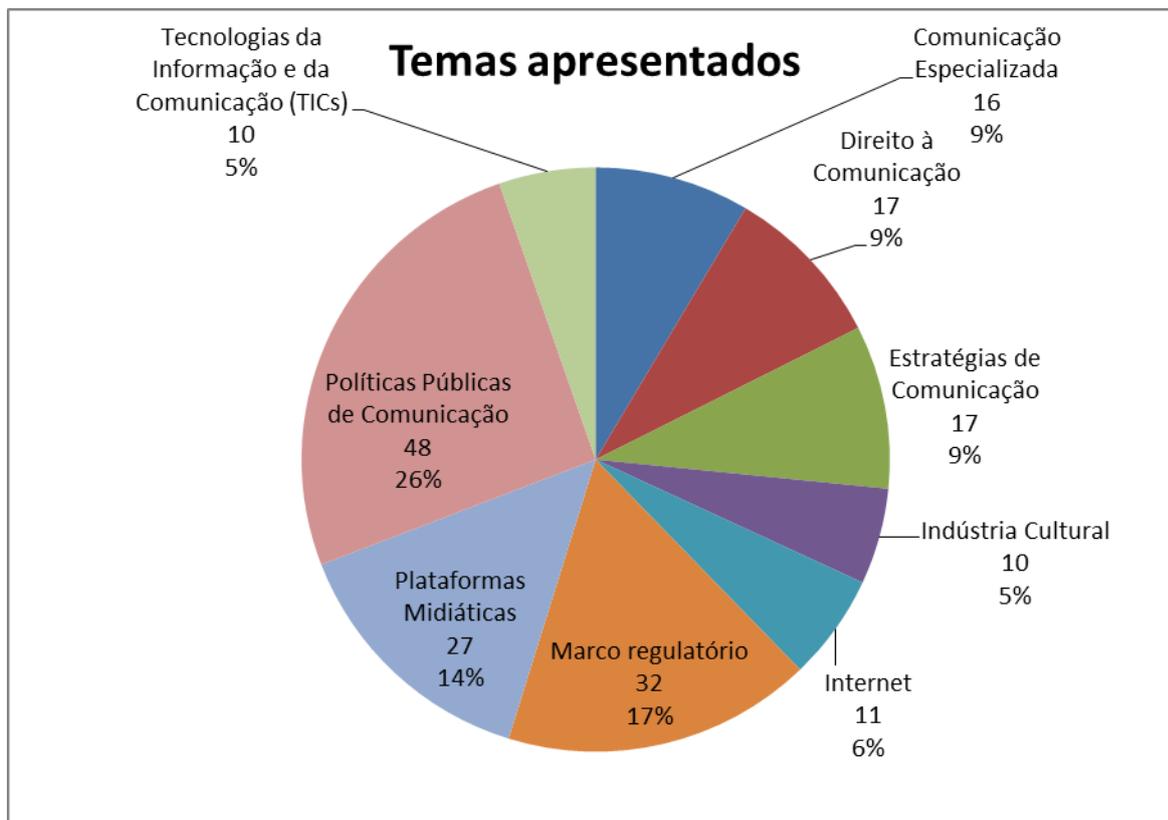


Gráfico 1

Tabela 1- Objetos/temas e subtemas



Subtema	Tema	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	TOTAL
Comunicação e Cultura	Comunicação Especializada									1	2		3
Comunicação Política	Comunicação Especializada		1	1	4	1	1	2				1	11
Comunicação Sindical	Comunicação Especializada		1										1
Comunicação Pública	Comunicação Especializada										1		1
Liberdade de Expressão	Direito à Comunicação						1		1		2		4
Direito Constitucional	Direito à Comunicação									1	1		2
Crítica de Mídia	Direito à Comunicação							1	3		1		5
NOMIC	Direito à Comunicação			1					1	1			3
Controle / Censura	Direito à Comunicação										3		3
TICs / Governo	Estratégias de Comunicação							1					1
Grupos Periféricos	Estratégias de Comunicação									1	2		3
AI governamental	Estratégias de Comunicação		1										1
Construção de Sentidos	Estratégias de Comunicação								2			1	3
Ethos do RP	Estratégias de Comunicação					1							1
Impérios Midiáticos	Estratégias de Comunicação						1	2			1		4
ONG / Comunicação e Saúde	Estratégias de Comunicação										1		1
Comunicação Organizacional	Estratégias de Comunicação											1	1
Pauta Jornalística	Estratégias de Comunicação							1					1
Gênero	Estratégias de Comunicação										1		1
Indústria cultural	Indústria Cultural					3	1	2	2	1			9
Gênero	Indústria Cultural										1		1
Comunicação online / EAD	Internet			1						1			2
Política na Internet	Internet		1							1			2
E-Govern	Internet								1				1
Esfera Pública	Internet					1							1
Mercado	Internet			1									1
Redes Sociais	Internet	2		1				1					4



Marco regulatório	Marco Regulatório	2	1			1						4
Audiovisual	Marco Regulatório					1	1	1	4	2		9
Capital Estrangeiro	Marco Regulatório					1						1
Concessões / Outorgas	Marco Regulatório								1			1
Conselho de Comunicação	Marco Regulatório					1	1	1				3
Controle social da mídia	Marco Regulatório			1	2	2						5
Convergência de Mídias	Marco Regulatório							1				1
Donos da Mídia	Marco Regulatório					1		1	1	1		4
Propaganda para o Público Infantil	Marco Regulatório								1		1	2
Usuários	Marco Regulatório						1					1
Propaganda Política	Marco Regulatório				1							1
Mídia e ética	Plataformas Midiáticas							1				1
Classificação Indicativa de Conteúdos	Plataformas Midiáticas						1		2			3
Discurso Político	Plataformas Midiáticas				2				4			6
Esfera Pública / Sociabilidade	Plataformas Midiáticas					1	1		1		1	4
Privatização	Plataformas Midiáticas									1		1
Políticas Públicas	Plataformas Midiáticas						2	1	1	2		6
TV	Plataformas Midiáticas			1		2	1		1		1	6
Grupos de Mídia	PPC		1	2	1				1		1	6
Sistemas Nacionais e Internacionais de Comunicação	PPC	1		1	1			1				4
Controle Social da Mídia	PPC			1								1
Atores Sociais	PPC	1			1	1		2			1	6
Modelo Econômico	PPC			1								1
Comunicação Governamental	PPC							1	1	2		4
CONFECOM	PPC								1		3	4
EBC	PPC										1	1
Marco regulatório	PPC		1									1
Meio-Ambiente	PPC					1			1			2



Saúde	PPC	2								1		3	
Audiovisual	PPC				2	1	3	1	1	2	5	15	
Economia política da comunicação	Teórico - Metodológico - Epistemológico		1									1	
Economia psico-política da comunicação	Teórico - Metodológico - Epistemológico								1			1	
Enunciação jornalística / contrato de leitura	Teórico - Metodológico - Epistemológico								1			1	
Sistemas de Comunicação	Teórico - Metodológico - Epistemológico						1					1	
Esfera Pública / Ação Comunicativa	Teórico - Metodológico - Epistemológico			1	1				1			3	
Comunicação Visual	Teórico - Metodológico - Epistemológico			1								1	
Mediação simbólica / Patrimônio Simbólico	Teórico - Metodológico - Epistemológico									1		1	
Democratização	TICs		1	1			1					3	
Comunicação Científica	TICs										1	1	
Inclusão Social	TICs					1	2					3	
Grupos de Mídia	TICs								1			1	
Pauta Jornalística	TICs									1		1	
Gênero	TICs										1	1	
TOTAL		8	9	15	15	17	18	21	24	29	25	16	197



Frequência

No período estudado o Grupo foi frequentado por 177 participantes, entre autores e coautores, os quais apresentaram 197 *papers*⁶. Observando-se a adesão por ano, percebe-se uma evolução significativa, iniciando em oito trabalhos e nove autores, em 2000, atingindo 28 comunicações em 2009, com 37 autores. O ano de 2008 registra 43 participantes, com dois *papers* a menos que no ano seguinte, conforme demonstram a tabela 1 e os gráficos 2 e 3.

Tabela 2: Número de trabalhos X Autores X ano

ANO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	TOTAL
Trabalhos	8	9	15	14	16	16	19	26	28	27	18	196
Autores	9	11	18	15	19	22	24	32	43	37	29	219*

* O total de autores é 177. Considerando todas as participações do mesmo autor ao longo do período estudado, eleva-se para 219.

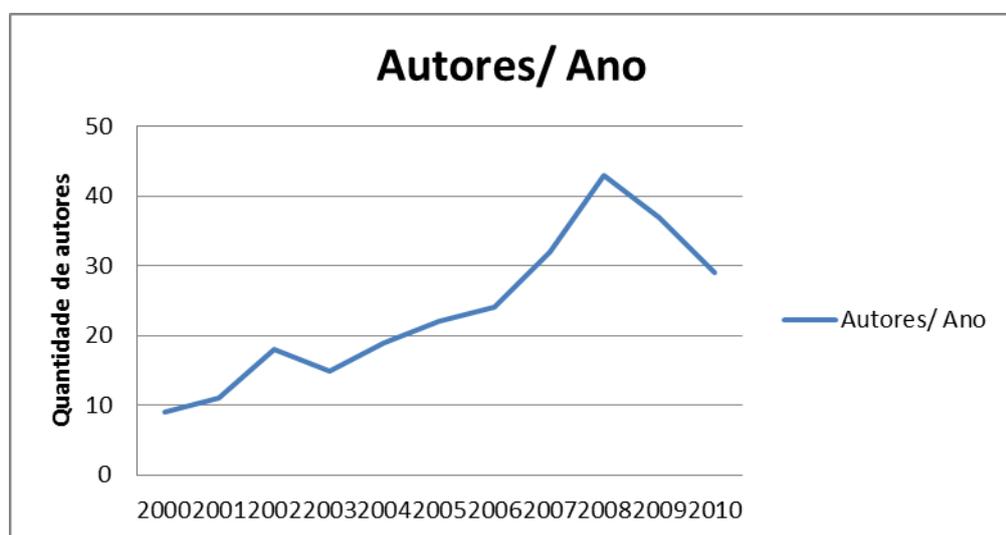


Gráfico 2

⁶ Entre 1995 e 1998 o GP registrou a apresentação de 42 trabalhos, conforme o livro Intercom: 25 anos (2002).

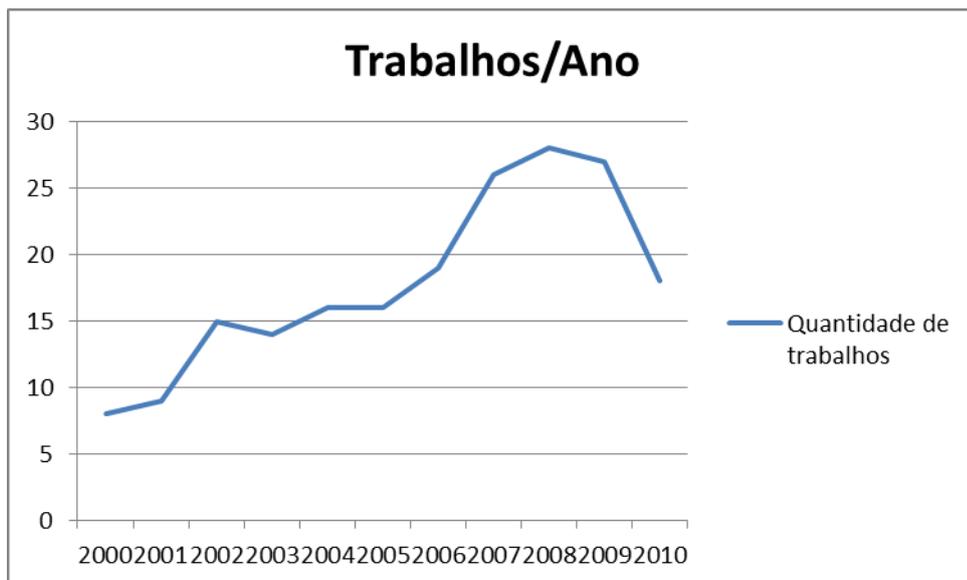
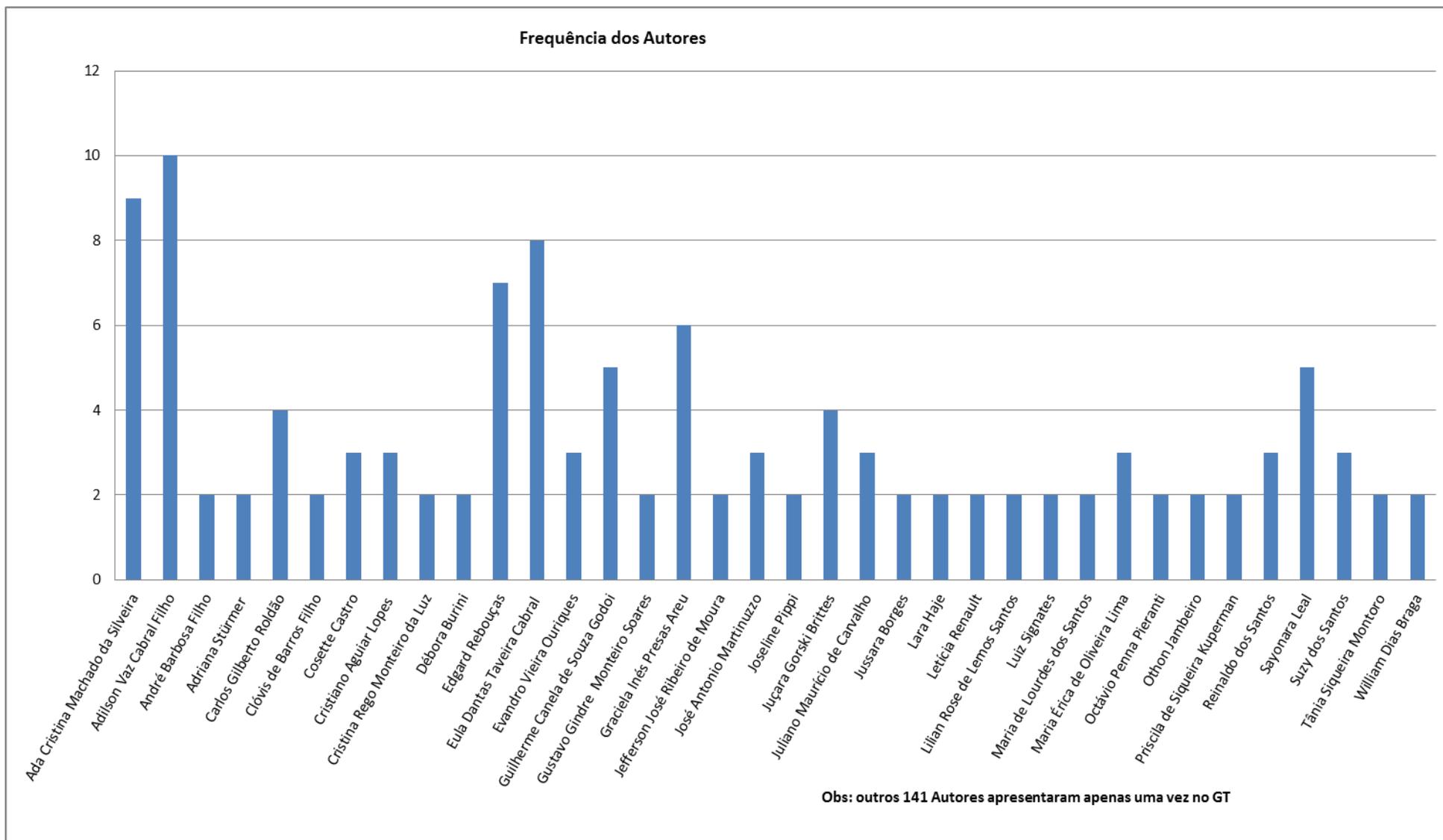


Gráfico 3

Observando-se pelo ângulo da frequência dos 177 autores, 141 participaram apenas uma vez. Podemos entender como uma característica de instabilidade dos pesquisadores quanto ao vínculo ao grupo, até porque nenhum apresentou trabalho todo o período analisado e apenas um contribuiu durante dez anos, conforme diz o gráfico 4.



Gráfico 4





Outra informação relevante a indicar a instabilidade do grupo, recolhida junto a Secretaria da Intercom, é que 21 associados têm um vínculo formal com o GT. São os chamados nucleados⁷. Pela listagem estudada nota-se não haver correspondência entre este vínculo e contribuição ao GP.

Lista dos sócios da Intercom Nucleados ao GP Políticas e Estratégias da Comunicação

ADA CRISTINA MACHADO SILVEIRA
ADACI APARECIDA OLIVEIRA ROSA DA SILVA
ADRIANO DE OLIVEIRA SAMPAIO
ALINE AUGUSTA DE OLIVEIRA
ANDRÉ TEZZA
EDGARD REBOUÇAS
EDILMA RODRIGUES DOS SANTOS
EULA DANTAS TAVEIRA CABRAL
FABIANO ROCHA FLORES
GLAUCIANE PONTES HELENA FRANCO
GRACE ANE LAUXEN STEFANELLO
INESITA SOARES DE ARAUJO
JOSÉ ALBERTO DE FRANCISCO RODRÍGUEZ
JOSÉ ISAÍAS VENERA
JUÇARA GORSKI BRITTES
MAGALI DO NASCIMENTO CUNHA
MARILENE STERTZ
MARÍLIA DENARDIN BUDÓ
MARLENE FORTUNA
NILZA PRATA BELLINI
REJANE DE MATTOS MOREIRA

Um dos problemas que este fato revela é a dificuldade de atualização dos cadastros, o qual a Instituição tem tido dificuldade em solucionar, conforme a citação a seguir:

“Um dos grandes problemas desse controle de nucleados (ou agrupados) é que os sócios mudam de grupos e não atualizam. Também há mudanças de nome de grupos (...). No final de janeiro encaminhamos um e-mail pedindo para todos os sócios entrarem no sistema e atualizarem o cadastro. Pouquíssimos fizeram.

Em 2008 tínhamos um controle a parte do sistema para os sócios nucleados. Os sócios mandavam um e-mail informando o grupo que gostariam de estar vinculados. Mas hoje ele já está desatualizado, porque os associados simplesmente deixam de atualizar as informações. Tirando um relatório do sistema, temos 21 associados vinculados ao GP de Políticas e Estratégias de Comunicação (...)”⁸

⁷ Os sócios elegem um grupo de pesquisa de acordo com afinidades acadêmicas, sendo negada a possibilidade de nucleação a outros grupos da Intercom.

⁸ Entrevista da Secretaria da Intercom às autoras, em maio de 2011.



Nem mesmo todos os coordenadores estão nucleados ao GP. Desde seu surgimento até 2010, teve os seguintes: Margarida K. Kunsch, Daniel Herz⁹, Carlos Müller, Pedro Osório da Silveira, Juliano Maurício de Carvalho, Guilherme Rezende, Edgard Rebouças e Ada Machado.

Com tais dados poderíamos entender, ao limite, não tratar-se de um núcleo de pesquisadores propriamente dito, mas um espaço para divulgação de produções acadêmicas alinhadas ao seu tema. Não se pode afirmar, no entanto, que esta seja uma característica geral dos núcleos da Intercom. Mas há indicações de ser uma preocupação, pois houve iniciativas para estimular maior integração entre os pesquisadores por parte da diretoria.

O apanhado histórico publicado em 2002 afirma que foi durante o XIII Congresso, realizado na Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), em 1990, que os núcleos de estudo começaram a constituir-se. No ano seguinte passaram a ter um caráter permanente sendo, então, divididos em grupos monotemáticos, dedicados às grandes áreas que integram o campo da Comunicação. Criaram-se, também, grupos multidisciplinares, voltados para a viabilização do diálogo entre a comunicação e outras disciplinas. (PERUZZO e MOREIRA: 2002).

A partir daquela data houve novo reordenamento dos grupos, com desmembramentos, renomeações e junções¹⁰. O GP em tela, por exemplo, mantinha, até 2010, a palavra cultura¹¹ em sua denominação (Políticas e Estratégias de Comunicação e Cultura) e há indícios de que tenha sofrido outras alterações, dado a ser levantado na continuidade da pesquisa.

Autores X Região

O tratamento dos dados nos informa, ainda, sobre a participação das Instituições de Ensino Superior (IES), região e outros países aos quais os pesquisadores se vinculam.

⁹ Daniel Koslowsiky Herz, um dos fundadores do GP Políticas e Estratégias de Comunicação, e do Fórum Nacional para a Democratização da Comunicação (FNDC), faleceu em maio de 2006,

¹⁰ Este e outros detalhes históricos fazem parte da próxima etapa do projeto ora apresentado, pois o levantamento histórico realizado por ocasião dos 25 anos da Intercom cobre o espaço temporal entre 1997 e 2002.

¹¹ O termo, ao que parece, foi absorvido pelo GP Economia Política da Comunicação (e da Cultura)

Os números e percentuais não coincidem com os já mencionados, uma vez que os apresentadores, na maioria das vezes, são ligados a várias IES. Além disso, percebe-se uma flutuação dos mesmos entre escolas privadas, salvo (obviamente) quando o pesquisador se vincula ou é vinculado a uma Instituição Federal de Ensino Superior (IFES).

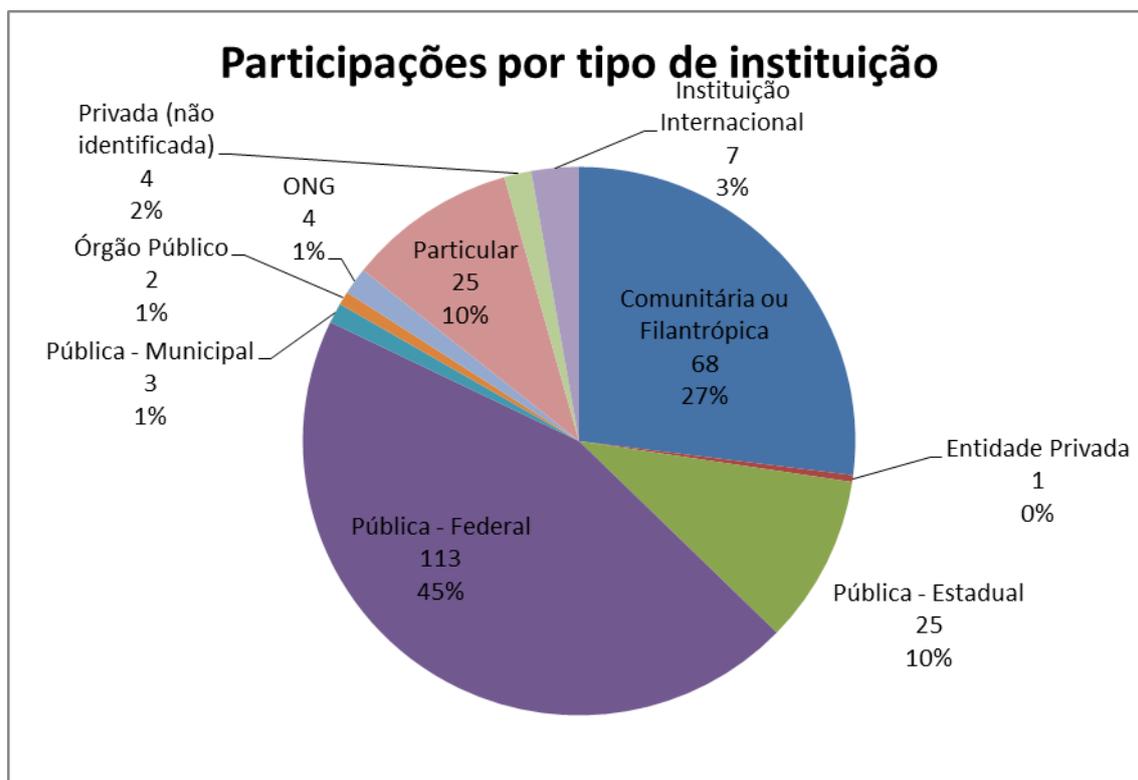


Gráfico 5

A presente pesquisa demonstra, ainda, que o GP apenas inicia sua internacionalização, com sete contribuições ao longo dos onze anos estudados, número maior do que a participação de profissionais advindos de órgãos públicos municipais e de entidades privadas.

A participação de pesquisadores provenientes de Instituições públicas é uma realidade recorrente na história social e econômica do conhecimento. O Gráfico 5 demonstra que as IFES comparecem com 45% das participações, seguida das Instituições Estaduais de

Ensino Superior (IEES). Já pertence ao senso comum a informação de que apenas nestes âmbitos que os pesquisadores recebem incentivo para pesquisar, assim como para a participação em eventos acadêmico-científicos. As instituições ditas filantrópicas, na medida em que recebem financiamento das agências federais ou internacionais de fomento também aderem ao expediente. Já as privadas afastam-se dos percentuais significativos, sabendo-se que na maioria das vezes a pesquisa de profissionais a elas ligada deve-se a esforços pessoais ou parcerias.

Autores X Região

É da Região Sudeste brasileira que procedem 53% dos pesquisadores, seguida da Sul (17%); Centro-Oeste (14%) e Nordeste (11%) e Norte (2%).

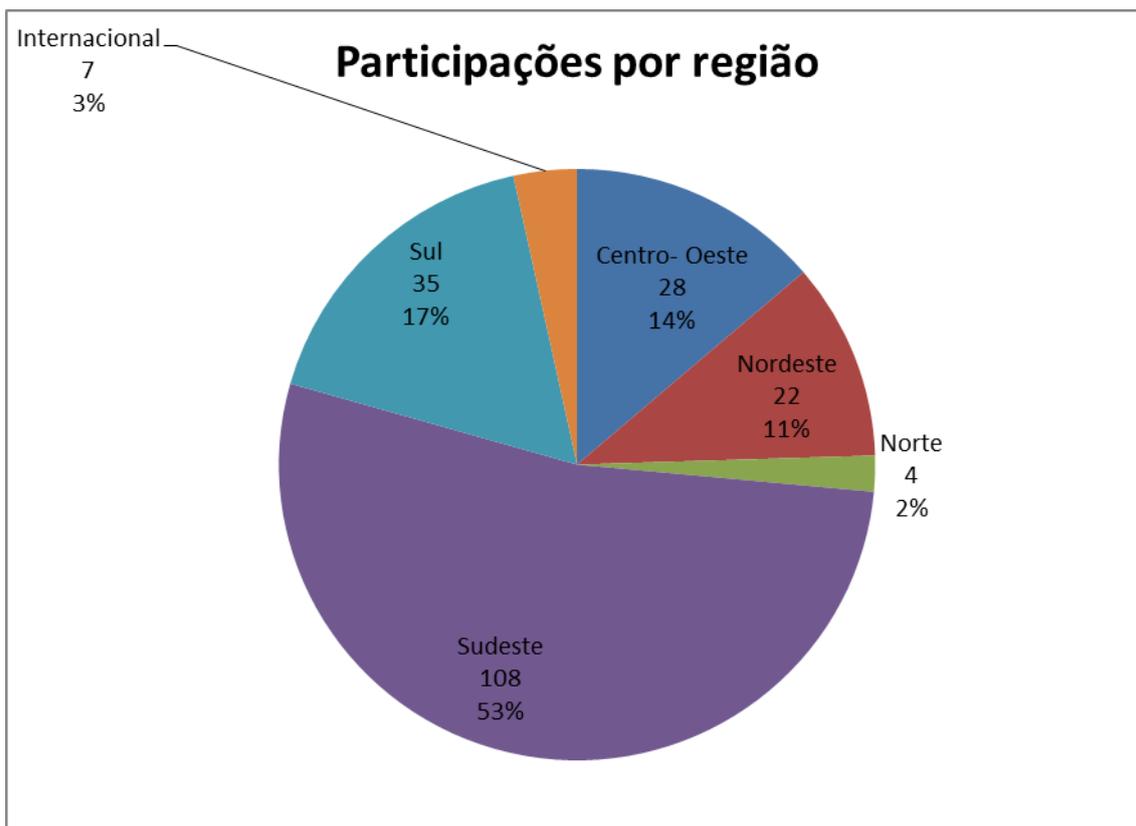


Gráfico 6

A divisão geopolítica da geração de conhecimento que o gráfico 6 demonstra, na qual comparecem, em maior número, as localidades de com índice de desenvolvimento



socioeconômico mais elevados, coincide com dados detectados por inúmeras outras pesquisas, sejam locais ou globais.

Fernando Barros (2007), por exemplo, ao detectar a concentração não só da produção, mas da distribuição do conhecimento científico e tecnológico nas grandes regiões mundiais, diz que esta também se manifesta na perspectiva intra-regional. Entre outras razões, indica como causa da desigualdade, a ausência de políticas para o setor da ciência e tecnologia, adequadas às diferentes realidades. A tendência à concentração do conhecimento, explica Barros, não é associada somente a fatores econômicos. Inserem-se no contexto fatores de ordem cultural, como o valor atribuído pela sociedade ao conhecimento.

Maíra Baugarten (2007) observa a supremacia da região Sudeste, seguida pela Sul, na distribuição percentual dos grupos de pesquisa no Brasil, ao estudar os grupos de pesquisa da Capes e CNPq.

Anotações finais

A pesquisa identifica forte rotatividade na frequência ao GP, sendo que apenas 5% dos participantes podem ser considerados assíduos, tendo apresentado pelo menos quatro trabalhos. Também há discrepância entre os nucleados ao Grupo e assiduidade, visto que aproximadamente quatro estiveram em seus encontros durante os Congressos da Intercom nos últimos onze anos. Outro dado a considerar é que 141 pesquisadores apresentaram trabalho apenas uma vez e que nenhum esteve presente durante todo o período estudado.

Note-se, contudo, um aumento significativo no número de *papers* desde o ano 2000, passando de 08 para 27 em 2009, apresentando ligeira queda em 2010, com 18 pesquisadores selecionados.

Quanto à proveniência dos participantes, a região Sudeste comparece com a maior parte (53%), seguida à distância pelas regiões Sul (17%), Centro-Oeste (14%), Nordeste (11%) e Norte (2%). Os percentuais comprovam a distribuição territorial da geração e divulgação do conhecimento, cuja desigualdade vem sendo constatada com recorrência. As IES públicas estão muito adiante das demais. Somadas às federais (45%), estaduais (10%) e municipais (1%), representam mais da metade dos vínculos profissionais com os autores. As filantrópicas e confessionais estão razoavelmente representadas (27%),



havendo incidência menor de IES privadas, órgãos públicos, instituições internacionais e entidades empresariais (privadas).

Quanto aos temas, foram identificados cerca de setenta, sendo agrupados em onze objetos de estudos preferenciais, entre os quais as Políticas Públicas de Comunicação (26%) e estudos sobre o Marco Regulatório (17%). Comunicação especializada, tais como comunicação e saúde, comunicação e cultura, comunicação política, entre outros, aparecem com percentual igual aos ligados ao Direito à Comunicação e Estratégias de Comunicação (16 e 17%). Internet (11%), TICS (5%) e Indústria Cultural (5%) também estão representadas entre os objetos de estudo. Estes estão mais adequados à ementa inicial do núcleo do que com a atual.

Destacamos entre as conclusões a que chegamos neste estudo inicial, que o GP não se caracteriza propriamente como um Grupo de Pesquisa, como almeja a Intercom em seus movimentos de classificação e reclassificação. Mostra-se antes como um palco de divulgação dos conteúdos estudados. Entende-se que a adesão a projetos conjuntos pode estar entre as medidas voltadas para a consolidação do Grupo, o que poderá favorecer, inclusive, o acesso a financiamentos.

Referências

BARROS, Fernando Antônio Ferreira. A concentração da produção do conhecimento. In: MACIEL, Sarita e ALBAGLI, Sarita. (orgs) **Informação e desenvolvimento: conhecimento, inovação e apropriação social**. UNESCO, IBICT, 2007. Págs. 297-314.

BAUGARTE, Maíra. Ciência & Tecnologia na semiperiferia e inovação social: desigualdade, excelência e competitividade. In: MACIEL, Sarita e ALBAGLI, Sarita. (orgs) **Informação e desenvolvimento: conhecimento, inovação e apropriação social**. UNESCO, IBICT, 2007.

PERUZZO Cícília e MOREIRA, Sonia Virginia. orgs. **INTERCOM: 25 anos**. São Paulo: Intercom, 2002.

www.intercom.org.br

INTERCOM. Anais dos Congressos de 2000 a 2010. Disponível em www.portalintercom.org.br