

A comunicação no Intercom Norte 2014: o presencial, a internet e a telefonia como ambientes de divulgação¹

Helaine Ferreira CAVALCANTE²

Igor Silva OLIVEIRA³

Iris Araújo JATENE⁴

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

Resumo

O presente artigo se propõe a analisar o uso de diversos instrumentos multimidiáticos como estratégias de divulgação do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, o Intercom Norte 2014. A linguagem, os meios e a realidade midiática da região são fatores importantes a serem observados. A partir disso, o artigo sugere uma breve reflexão sobre os caminhos possíveis da área da comunicação na Região Norte e sua relação com a realização do congresso regional da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

Palavras-chave: Intercom; congressos regionais; comunicação; Amazônia.

1. Introdução

Em parceria com a Universidade Federal do Pará (UFPA), a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) promoveu, de 01 a 03 de maio de 2014, em Belém (PA), o XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte – Intercom Norte 2014. O evento faz parte do calendário oficial da Intercom, que realiza, todos os anos, cinco congressos regionais – um em cada região do país – e um congresso nacional.

Segundo o Portal da Intercom (www.intercom.org.br), os congressos são voltados para pesquisadores, profissionais, docentes e estudantes de Comunicação, e têm como objetivo fortalecer os estudos na área de Comunicação em todo o país, estimulando principalmente a participação de alunos de graduação da área.

Sob o tema *COMUNICAÇÃO: GUERRA E PAZ – Convencer e conviver – 100 anos de Publicidade, Propaganda e Relações Públicas*, o Intercom Norte 2014 contou com representantes de todos os estados da região. Entretanto, essa não foi a primeira vez que a

¹ Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista do Laboratório Multimídia da AEDi/UFPA (FADESP/UFPA), pós-graduanda em Comunicação Corporativa – especialização da Escola Superior da Amazônia - ESMAZ e bolsista CNPq do Projeto “Representações da mulher cientista na TV brasileira e no imaginário de adolescentes”, email: hjornalista@gmail.com.

³ Mestre em Comunicação pela UFJF, email: oliveira.internet@gmail.com.

⁴ Mestre em Comunicação pela UFJF, email: irisjatene@gmail.com.

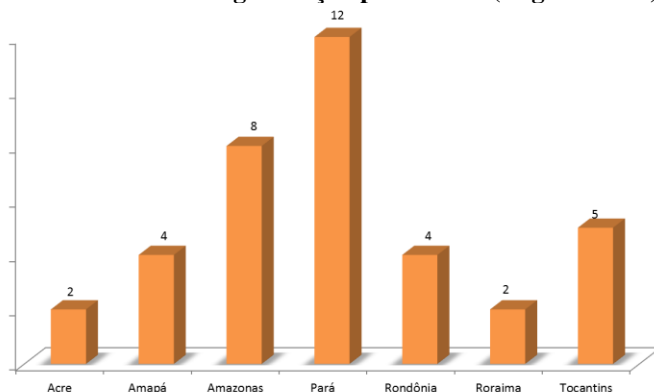
UFPA sediou um Intercom Norte: em 2007, Belém foi, pela primeira vez, sede do congresso regional. Vale lembrar que foi nesse mesmo ano em que a Intercom colocou em prática a nova formatação do evento, passando de simpósios locais, que envolvia poucas instituições de ensino, para o formato de congresso em dimensão regional. A mudança no formato fez com que a atuação da Intercom se tornasse mais efetiva em todo o território nacional, alcançando todas as localidades do país de forma mais consistente.

Em 2014, com o retorno do Intercom Norte para Belém, a comissão organizadora do congresso planejou diferentes estratégias de comunicação com o objetivo de divulgar o evento e estabelecer um diálogo mais construtivo entre os envolvidos. Este trabalho pretende sistematizar e refletir acerca de tais estratégias, começando pela análise do público-alvo do evento e o cenário no qual ele está inserido.

2. A Comunicação na Região Norte

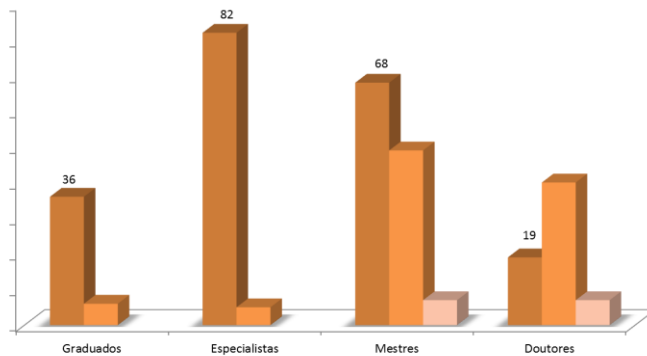
O planejamento da divulgação do evento está diretamente relacionado à realidade acadêmica e comunicacional da região. Dados da pesquisa exploratória *Memória da História do Campo Comunicacional no Norte do Brasil*, publicada em 2012 no livro *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil* do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, e atualizados pela organização do Intercom Norte 2014 no final de 2013, mostram que a Região Norte possui atualmente 37 cursos de Comunicação Social. Desses, 12 (cerca de 32%) estão localizados no Estado do Pará. Além disso, 73% desses cursos pertencem a instituições privadas de ensino, no qual o corpo docente é composto, em sua maior parte, por professores graduados ou especialistas, ou seja, sem pós-graduação *Stricto sensu*.

Gráfico 1: Cursos de graduação por Estado (Região Norte)



Fonte: Organização Intercom Norte 2014

Gráfico 2: Formação do corpo docente IES (Região Norte)



Fonte: Organização Intercom Norte 2014

Tais dados apontam para a fragilidade do cenário acadêmico da Região Norte, principalmente se compararmos seu número de 37 cursos em Comunicação, com os cerca de 252 cursos na Região Sudeste⁵. A baixa titulação do corpo docente reflete-se ainda na pouca consistência do processo de formação desses alunos e, como consequência, na pouca representatividade das produções científicas da Região nesta área de conhecimento. Esse contexto, porém, vem sendo alterado gradativamente desde 2007, quando os congressos regionais da Intercom foram criados, como veremos adiante.

Nesse sentido, a realização do Intercom Norte 2014 em Belém trazia consigo uma significativa responsabilidade. O evento, realizado no estado da região que possui o maior número de cursos na área, tinha como missão incentivar a participação desses docentes e também dos discentes, sem esquecer de envolver os acadêmicos dos demais estados. O objetivo principal era fortalecer os estudos na área da comunicação na Região Norte, especialmente onde tal cenário é ainda emergente, como afirma o pesquisador Antônio Hohlfeldt, então presidente da Sociedade:

A Intercom é a única entidade do campo da Comunicação Social que abre espaços aos estudantes da Graduação. [...] Aliás, a própria criação dos cinco congressos regionais teve a preocupação de tornar mais acessível à Intercom aos jovens estudantes que são, na verdade, o futuro dos pesquisadores e das pesquisas brasileiras do campo, mas que precisam de oportunidade para mostrar seus trabalhos. Então, o congresso regional fica mais perto, fisicamente, mais barato e também dá mais chances de competir.⁶

Dessa forma, as estratégias de comunicação utilizadas na divulgação do Intercom Norte 2014 foram planejadas de forma que se configurassem como um dos destaques do

⁵ Número de instituições cadastradas no Portal da Intercom até 2014. Fonte: Secretaria da Intercom.

⁶ Ver em <http://www.metodista.br/unesco/jbcc/noticias/35-anos-de-intercom-comemoracoes-para-a-instituicao-e-comunidade-cientifica-comunicacional>. Acesso em 19 de jun. de 2014.

evento, atraindo docentes e discentes e se tornando parte fundamental no processo de construção da identidade do mesmo.

3. O Congresso na web

De acordo com o estudo realizado pelo Cisco Visual Networking Index (VNI)⁷ e publicado em junho de 2014, o tráfego de internet no mundo será três vezes maior até 2018, impulsionado por fatores como o aumento do número de usuários e de dispositivos conectados a Internet. No Brasil, o tráfego IP⁸ crescerá duas vezes e o número de usuários de Internet chegará a 142 milhões.

Além disso, o estudo afirma que o tráfego anual de internet projetado para 2018 (1,6 *zettabytes*) será maior do que todo o tráfego gerado mundialmente no período de 1984 até 2013 (1,3 *zettabytes*). O que mais chama a atenção é que, pela primeira vez na história da Internet, a maior parte do tráfego será proveniente de dispositivos alternativos (*smartphones* e *tablets*) e não dos computadores.

Ainda de acordo com a pesquisa, o tráfego do tipo *Wi-Fi* deve ultrapassar o tráfego de internet a cabo também pela primeira vez na história, e o vídeo em alta definição (HD) vai gerar mais tráfego do que o de definição padrão (SD).

Todas essas razões justificam a opção da comissão organizadora do Intercom Norte 2014 em fortalecer e intensificar a divulgação do evento na internet, principalmente pela predominância do público-alvo (jovens universitários) nas redes sociais. Segundo a pesquisa *Faces do Facebook*, organizada pela empresa Gauge⁹, 32% do número de usuários da rede social no ano de 2012 tem entre 18 e 25 anos, faixa etária média dos estudantes de graduação, público-alvo dos congressos da Intercom.

Com uma média de 1 a 2 postagens ao dia, de março a maio de 2014, a página do Intercom Norte 2014 no *Facebook* (www.facebook.com.br/intercomnorte2014) chegou a 1.848 curtidas (seguidores).

Além disso, entre os dias 30 de abril e 06 de maio de 2014 (período que envolve o evento em si, de 1º a 03 de maio), percebeu-se uma movimentação interessante dos usuários

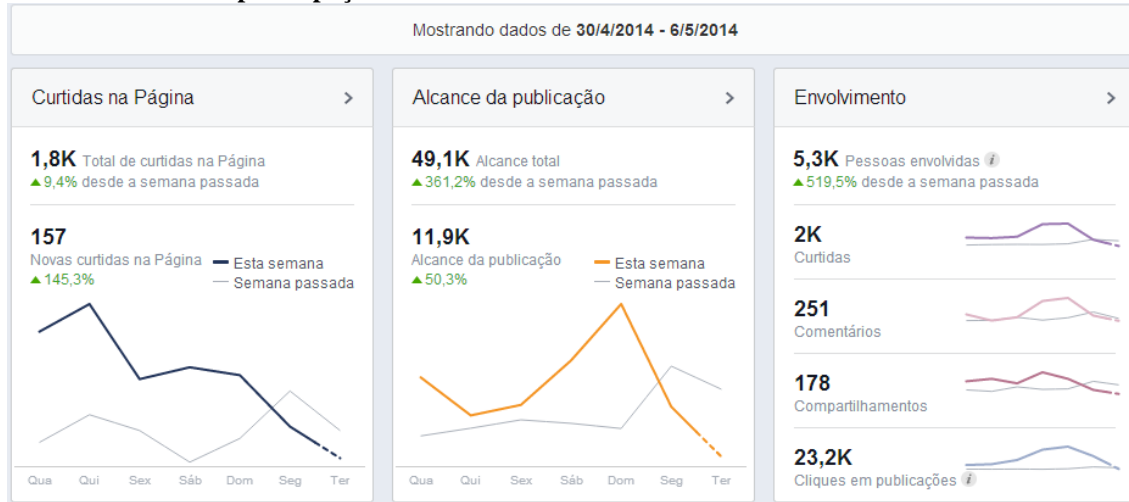
⁷ Ver em: <http://globalnewsroom.cisco.com/pt/br/release/Estudo-anual-Visual-Networking-Index-da-Cisco-preve-aumento-de-mais-de-quatro-vezes-1712024>. Acesso em: 18 de jun. de 2014.

⁸ Cada máquina conectada gera um protocolo de internet (IP), que pode ser identificado, contabilizado e rastreado, é como se fosse sua “identidade”.

⁹ Empresa brasileira de pesquisas no âmbito do universo digital. A pesquisa foi realizada ao longo do ano 2012 e divulgada em maio de 2013. Para saber mais: <<http://gauge.com.br/blog/faces-do-facebook-baixei-aqui-os-reports-completos/>>. Acesso em: 18 jul. 2014.

da rede social do evento, com picos de número de curtidas e, conseqüentemente, de alcance das publicações da página (quantas pessoas visualizaram) e envolvimento dos usuários (compartilhamentos e comentários).

Gráfico 3: Dados de participação no Facebook – Intercom Norte



Fonte: Página do Intercom Norte no Facebook

Como pode se inferir no Gráfico 3, houve um pico de novas curtidas na data de início do congresso (1º de maio, quinta-feira), embora os índices de alcance tenham atingido o maior número de usuários no dia seguinte ao término do evento (domingo, dia 04). Também pelo gráfico, percebe-se o aumento (mais de 500%) do envolvimento. Como se nota, embora tenha havido uma participação gradativa nas redes sociais, tais picos de uso da página se mostraram diretamente relacionados à participação no evento.

Além das redes sociais, o processo de construção de um evento que trouxesse inovações para a área da Comunicação não poderia estar desvinculado da construção de um *website* oficial também inovador. Por isso, para a criação de uma página oficial para o Intercom Norte 2014 (www.intercomnorte2014.com.br), foi feito um breve diagnóstico sobre os sites das edições anteriores do evento, de 2007 a 2013. Dessa forma, a comissão organizadora do Intercom Norte 2014 identificou que, em sua maioria, os sites dos congressos anteriores eram insipientes quando se tratava de informações sobre o turismo ou serviços básicos (informações sobre transportes, alimentações e hospedagem) aos congressistas, com exceção dos eventos de 2007 (Belém) e 2013 (Manaus). Não havia também uma periodicidade nas publicações e/ou cobertura efetiva durante a programação. Além disso, em quatro edições (2008, 2009, 2011 e 2012), o evento contou apenas com *blogs* que não seguiam a identidade visual do próprio evento.

O objetivo do site do Intercom Norte 2014 era não só relatar os preparativos para o evento e sua programação, mas também falar sobre a realidade histórica e social da Região Amazônica, como a publicação de materiais sobre: o movimento da Cabanagem, quem foi Benedito Nunes, as particularidades de ensino da Universidade Federal do Pará, entre outros. Ao todo foram publicados no site oficial do evento: 13 vídeos, 8 galerias de fotos, 1 áudio e 65 matérias escritas.

De março a maio de 2014, o site oficial do Intercom Norte 2014 teve 8.660 visitantes, 58.478 páginas acessadas, registrando, portanto, uma média de 145 visitantes ao dia e sete páginas visitadas por acesso. Os dados são obtidos a partir do próprio painel de controle do Wordpress, plataforma que gerenciou o site.

De acordo com o estudo *Brazil Digital Future in Focus 2014* realizado pela ComeScore¹⁰, o YouTube lidera a audiência de vídeos online no Brasil, com 62,4 milhões de visitantes e média de 85 vídeos assistidos por cada um deles no mês de fevereiro deste ano. Além disso, o acesso a vídeos representou, em 2013, 63% de todo o tráfego online do Brasil. Por essa razão, o *website* oficial do Intercom Norte 2014 sempre deu destaque às produções audiovisuais.

A criação da marca *TV Intercom* garantiu identidade e periodicidade no processo de publicações dos vídeos que foram parte importante da divulgação do Intercom Norte 2014. Em média, eram publicados dois vídeos por semana – de março até o início do evento – que tinham entre 50 a 400 visualizações cada um. No total, o canal do YouTube teve 25 vídeos postados. O videoclipe oficial com o *jingle* do Intercom Norte 2014 foi o mais assistido no canal do evento, com 1.858 visualizações. Além disso, a Rádio Intercom também foi importante para garantir a eficácia de um *website* multimidiático. Nela foram postados nove áudios da plataforma Soundcloud (www.soundcloud.com/intercomnorte2014), onde o mais ouvido foi o *Jingle Intercom Norte 2014*.

4. O presencial e a telefonia móvel

O acesso à internet na Região Amazônica possui diversas particularidades, principalmente no que diz respeito à banda larga. Em fevereiro de 2014, a Agência

¹⁰ Ver em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/google-lidera-audiencia-de-videos-online-no-brasil>. Acesso em: 12 de jun. de 2014.

Nacional de Telecomunicações (Anatel)¹¹ realizou uma pesquisa acerca da qualidade da banda larga nos estados brasileiros e revelou que dos cinco estados que apresentam pior índice de velocidade de internet do país, *quatro* estão na Região Amazônica (Amazonas, Roraima, Rondônia e Acre). Além disso, o único estado brasileiro que não apresentava – até então – banda larga era o Amapá.

O crescente número de usuários na internet foi fator determinante para que as estratégias de divulgação do Intercom Norte 2014 se focassem nesse meio. Mesmo com a qualidade insatisfatória na região, a internet possui uma forte influência no público ao qual o Intercom Norte 2014 se propõe a alcançar. Mas, considerando as peculiaridades da região, também foram escolhidas outras estratégias de comunicação, dentre elas a presencial e a telefonia móvel.

Tal distância que, *a priori*, parece existir entre tais estratégias (a direta, presencial, e a mediada por aparelhos, como o celular) suscita reflexões sobre o fenômeno comunicacional. O pesquisador francês Dominique Wolton identifica na Comunicação duas dimensões: a funcional e a normativa, presentes em ambas as estratégias aqui citadas. De acordo com o autor, em sua instância normativa, a Comunicação seria seu tipo ideal, pois prevê a “vontade de intercâmbio, para partilhar qualquer coisa em comum e para uma compreensão mútua. A palavra ‘norma’ não remete para um imperativo, mas sim para o ideal que cada um procura atingir.” (WOLTON, 1999, p. 12). Por outro lado, a Comunicação Funcional estaria relacionada às “necessidades de comunicação das economias e das sociedades abertas, tanto para as trocas de bens e de serviços como para os fluxos econômicos, financeiros ou administrativos” (ibidem).

Em outras palavras, há, para Wolton, uma Comunicação baseada mais nas relações humanas – que nunca deixará de existir – e outra relacionada às interrelações baseadas em aparatos técnicos que se submetem às lógicas funcionais da sociedade. Vale frisar tais dimensões não são excludentes entre si, pelo contrário: para o autor, a relação entre essas duas dimensões se parecem com um diagrama helicoidal de um gene, no qual ambos os lados se inter cruzam e se complementam (WOLTON, 2006).

É a partir dessa abordagem que Margarida Kunsch (2012) pensa nas dimensões da Comunicação Organizacional, identificando três instâncias: a instrumental (técnica que segue um fluxo funcional), a estratégica (ações comunicativas com vistas à eficiência e aos

¹¹ Ver em: http://acritica.uol.com.br/noticias/Amazonas-internet-banda-larga-Brasil_0_1079892042.html. Acesso em: 15 de jun. de 2014.

resultados) e, por fim, a humana (lembrando que o ato de se comunicar seria inerente ao ser humano, que não vive sem se comunicar).

Assim, as estratégias de divulgação do Intercom Norte se complementam enquanto instâncias normativas e funcionais de Wolton e parecem permear por todas as três dimensões identificadas por Kunsch. Isso porque, mais do que meras “ferramentas”, “instrumentos”, tais estratégias visavam a aproximação dos participantes entre si e com as atividades do Congresso. A ideia era integrar, preocupando-se com o “lado humano” do comunicar, fosse a partir de mensagens mediadas direcionadas e personalizadas (SMS) ou em encontros presenciais e participativos, como veremos na sequência.

Com o foco direcionado para a comunicação presencial com o público, houve a realização dos *Esquentas* para o Intercom Norte. Criados ainda em 2013, pela coordenação do Intercom Manaus 2013, chama de comunicação dirigida aproximativa, com foco no contato presencial. São palestras promovidas pela coordenação do congresso regional em diversas faculdades de comunicação da Região Amazônica, onde os graduandos da área podem compreender melhor o que é a Intercom e a importância de se participar dos congressos promovidos por essa Sociedade. Nessa perspectiva, os *Esquentas* são pré-eventos que podem ser compreendidos como:

[...] um acontecimento excepcional previamente planejado, que ocorre em determinado tempo e local e gera grande envolvimento e mobilização de um grupo ou comunidade, buscando a integração, a difusão e a sensibilização entre os participantes para os objetivos pretendidos. Estes devem ser colocados de forma clara e explícita, para que o público-alvo receba e assimile os temas abordados e as ações desenvolvidas durante os eventos. (HAMAM, 2011, p. 130)

Dessa forma, em 2014, foram realizados sete *Esquentas* em sete instituições de ensino diferentes, sendo cinco em Belém nas faculdades: Estácio – Faculdade do Pará (Estácio – FAP), Instituto de Ensino Superior da Amazônia (IESAM), Faculdade Paraense de Ensino (FAPEN), Centro Universitário do Estado do Pará (CESUPA), Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará (FACOM-UFPA); e dois em Manaus: na Universidade Federal da Amazônia (UFAM) e no Centro Universitário do Norte (UNINORTE). No total, os *Esquentas* tiveram a participação de cerca de 1200 estudantes de graduação.

Figura 1: O *Esquentas* na Estácio FAP reuniu cerca de 400 pessoas no auditório da instituição



Fonte: Comissão organizadora Intercom Norte 2014

Sobre a utilização da telefonia móvel, de fevereiro até o primeiro dia de evento, foram enviados cerca de 5 mil SMS's, mensagens instantâneas que tinham por objetivo informar os congressistas sobre os prazos de inscrição e alertar sobre a importância de participar do evento. O *mailing* foi conseguido com as coordenações de algumas faculdades de comunicação da Região e também a partir dos dados de inscrição dos congressistas dos eventos dos dois últimos anos (2012 e 2013) e das listas de frequência dos *Esquentas*. Os SMS's eram enviados pelo sistema da empresa Comtele¹² e cada mensagem poderia ter até 160 caracteres.

Fulano¹³, se você ainda não se inscreveu no nosso evento, corra! As inscrições terminam nesta segunda-feira, 14 de abril. Intercom Norte 2014.

Te liga, Fulano! Locais e horários das apresentações de trabalhos já estão no nosso site. Confira também os locais das oficinas e minicursos. Intercom Norte 2014.

O envio de SMS's mostrou-se produtivo, pois foram recebidos retornos que firmaram a estratégia como mais um canal de interação com o público-alvo do evento, respeitando as dificuldades de acesso à internet da região, já relatadas aqui anteriormente. Além disso, segundo dados da Anatel¹⁴, em fevereiro deste ano havia 116,57 acessos de telefonia móvel para cada 100 habitantes da Região Norte, demonstrando o largo alcance regional desse meio de comunicação. Assim, sem que houvesse um estímulo direto, os usuários passaram

¹² Ver em: <http://www.comtele.com.br/>. Acesso em: 18 de jun. de 2014.

¹³ A plataforma permite a personalização da mensagem, incluindo a cada destinatário o seu nome.

¹⁴ Ver em: <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=33111>. Acesso em: 19 jun. 2014.

a responder às mensagens enviadas e a interagir com a organização do evento, como se pode ver na figura a seguir:

Figura 2: Registros de mensagens recebidas na plataforma Comtele

Requisição	Remetente	Recebido	Conteúdo Enviado	Conteúdo Recebido
20/03/2014 11:22:27	559188885871 Novo	20/03/2014 15:47:26	Marise, se voce pretende apresentar trabalho no nosso evento, nao esqueca de pagar a sua inscricao ate esta segunda-feira (24/03). Intercom Norte 2014.	Nao pretendo obrigado
20/03/2014 11:22:27	559182354443 Novo	20/03/2014 15:31:16	Viviane, se voce pretende apresentar trabalho no nosso evento, nao esqueca de pagar a sua inscricao ate esta segunda-feira (24/03). Intercom Norte 2014.	Ja paguei
20/03/2014 11:22:27	559284118444 Novo	20/03/2014 12:24:00	Jamile, se voce pretende apresentar trabalho no nosso evento, nao esqueca de pagar a sua inscricao ate esta segunda-feira (24/03). Intercom Norte 2014.	Pode deixar!
20/03/2014 11:22:27	559181208063 Novo	20/03/2014 11:33:19	Paloma, se voce pretende apresentar trabalho no nosso evento, nao esqueca de pagar a sua inscricao ate esta segunda-feira (24/03). Intercom Norte 2014.	Obrigada pela dica!
20/03/2014 11:22:27	559181198192 Novo	20/03/2014 11:31:27	Pedro, se voce pretende apresentar trabalho no nosso evento, nao esqueca de pagar a sua inscricao ate esta segunda-feira (24/03). Intercom Norte 2014.	Ja ta pago bonitinho :)

Fonte: Comissão organizadora Intercom Norte 2014

Por fim, no dia 30 de maio, o evento lançou em suas redes sociais e *website* o aplicativo *Intercom Norte Mobile*, criação dos alunos da Estácio FAP por meio do projeto *Estácio Criativa*, uma parceria entre os cursos de graduação de Publicidade e Propaganda e Sistemas de Informação da instituição que tem como objetivo o desenvolvimento de produtos baseados em inovação e criatividade. O projeto foi coordenado pelos professores Fabricio Mattos e Willys Campos, ambos da instituição. No aplicativo, era possível acessar os vídeos produzidos pela TV Intercom e toda a programação do evento, incluindo as divisões temáticas, Expocom, Intercom Jr., oficinas e minicursos.

Ativo apenas para sistemas Android, o aplicativo também reunia informações sobre hotéis, bares, agenda cultural da cidade durante o congresso, pontos turísticos e um guia de transportes da cidade. O aplicativo registrou um número de 476 *downloads*.

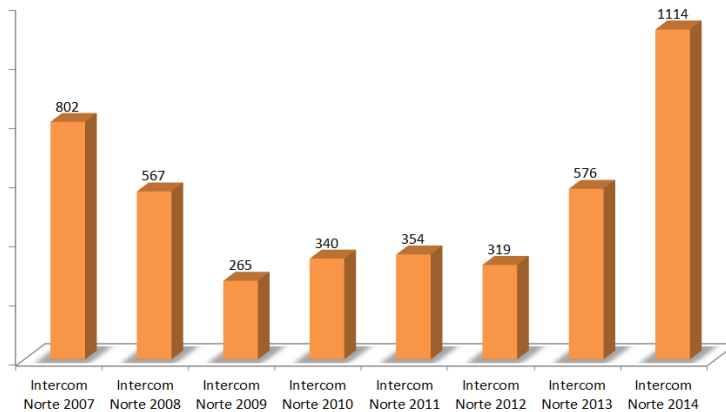
5. Considerações Finais

Como resultado de todas as estratégias de divulgação, o Intercom Norte 2014 teve exatos 1.469 congressistas inscritos, sendo destes 1.114 pagantes. Este total de inscritos não computa o número total de isentos (organizadores e convidados), por isso estima-se que o

número de envolvidos no evento foi de cerca de 1500 pessoas, equiparando-se ao público reunido na edição de 2007 do Intercom Norte.

Entretanto, em número oficial de inscritos, a edição de 2014 registrou um novo recorde. Isso porque, como o evento de 2007 realizou – excepcionalmente – inscrições presenciais no primeiro dia do congresso, essas não foram computadas pelo sistema da Intercom, que contabilizou apenas as 802 efetivadas.

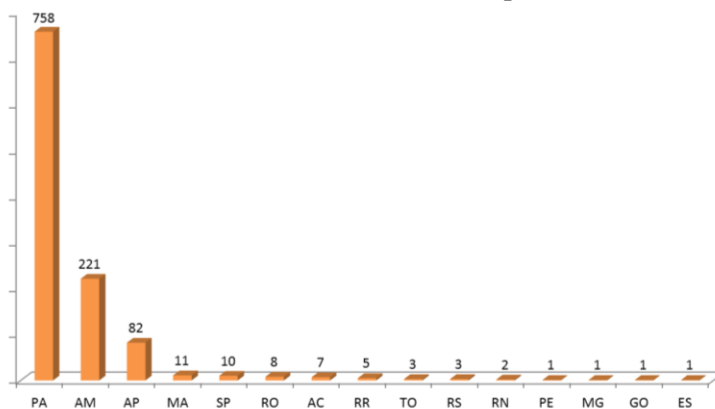
Gráfico 4: Inscritos no Intercom Norte (2007 a 2014)



Fonte: Comissão organizadora Intercom Norte 2014

O Intercom Norte 2014 contou com inscritos de todos os sete estados da Região Norte, representados por docentes e discentes de diversas faculdades de Comunicação.

Gráfico 5: Inscritos no Intercom Norte 2014 (por Estado)



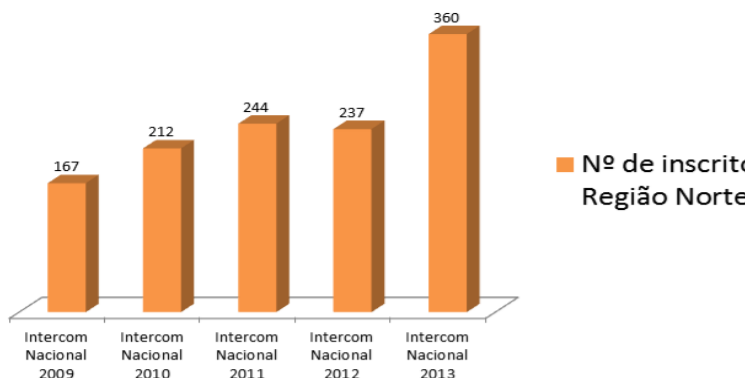
Fonte: Comissão organizadora Intercom Norte 2014

Assim, 1114 inscritos pagantes, 110 voluntários, 129 trabalhos apresentados na etapa regional da Expocom, 105 trabalhos apresentados em DTs e IJs, 40 professores convidados oriundos de diversas partes do país, pesquisadores de todos os sete Estados da Região Norte presentes nas palestras, mesas e/ou coordenando salas de apresentações de trabalhos: são números expressivos ao se analisar o desempenho de um evento como o *Intercom Norte 2014* – principalmente se levarmos em conta as grandes distâncias geográficas de uma

região de dimensões continentais. Além disso, é fundamental compreender o que tais números representam para o cenário acadêmico da área da Comunicação no qual ele está inserido.

Como dito anteriormente, o Norte do Brasil possui o menor número de cursos de graduação em comunicação dentre todas as regiões do país e, conseqüentemente, o menor número de graduandos da área. Entre outros aspectos, isso se reflete no número total de participantes, oriundos da região, nos congressos regionais e nacionais da Intercom.

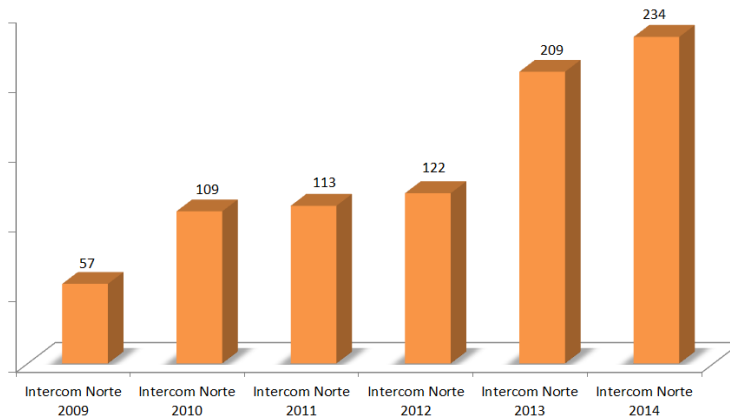
Gráfico 7: Inscritos da Região Norte no *Intercom Nacional*



Fonte: Comissão organizadora Intercom Norte 2014

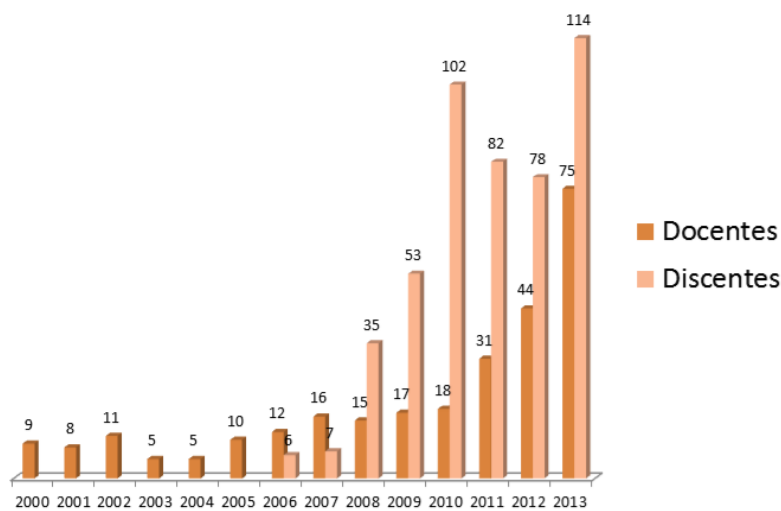
Quando se analisa a produção científica da Região, temos outros aspectos relevantes a serem considerados. Como foi dito antes, em sua primeira edição, realizada em 2007, o *Intercom Norte* contou com apenas 63 trabalhos apresentados, enquanto que a mais recente edição do evento (2014) teve 234, o que representa um crescimento significativo, de 271,4% na produção científica da região em sete anos. Além disso, até 2004 toda a produção científica apresentada nos congressos nacionais da Intercom era de professores. A partir de 2005, contudo, esse cenário começou a mudar, registrando a sobreposição da produção discente sobre a produção docente a partir de 2008, ou seja, logo após o início da reformulação dos simpósios locais como congressos regionais.

Gráfico 8: Trabalhos inscritos no *Intercom Norte* (2009 a 2014)



Fonte: Comissão organizadora Intercom Norte 2014

Gráfico 9: Trabalhos do Norte no *Intercom Nacional*, por tipo de autoria (2000 a 2014)



Fonte: Comissão organizadora Intercom Norte 2014

Ainda que o aumento em números nem sempre signifique o aumento qualitativo na produção, esses dados servem como indicativos da eficácia das estratégias de comunicação empregadas pela Intercom a partir da realização dos congressos regionais. No caso da Região Norte e suas particularidades, é fundamental que ocorra uma maior integração entre as redes locais para obter um amadurecimento acadêmico, científico e social cada vez maior. Afinal,

Sociedade, natureza e tecnologias da informação e comunicação são elementos que precisam ser tomados como constituidores da vida cotidiana do amazônida para que nos aproximemos de uma tradução da realidade da Amazônia. [...] São sempre criadas novas relações, a partir de novas intersecções, que renovam interesses e contatos. E renovar não é o mesmo que abandonar o anterior, mas somar constantemente, pois as relações deixadas de lado permanecem no ambiente virtual, podendo ser retomadas a qualquer instante, mesmo que por outros caminhos (MONTEIRO e COLFERAI, 2011, p. 43)

Nesse sentido, os congressos regionais da Intercom apresentam extrema relevância ao viabilizarem articulações a nível interestadual entre docentes e discentes que encontrarão desdobramentos em outras ocasiões. Para tanto, é essencial perceber a dimensão e a importância do evento no cenário ao qual ele está integrado, para que seja possível um aproveitamento eficiente dos recursos comunicacionais disponíveis.

Por isso, o congresso regional da Intercom no Norte precisa ser visto como uma oportunidade de criar e reforçar os laços entre pesquisadores de diversos estados, um encontro onde a cultura científica possa se expandir a cada ano e enriquecer a área da Comunicação de maneira cada vez mais integrada.

6. Referências:

A CRÍTICA. Amazonas tem a quinta pior internet banda larga do país. Manaus, 06 de fevereiro de 2014. Ver em: <http://acritica.uol.com.br/noticias/Amazonas-internet-banda-larga-Brasil_0_1079892042.html>. Acesso em: 15 de jun. de 2014.

HAMAM, R. O evento integrando o mix da comunicação. In: KUNSCH, M. K. (Org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Cengage Learning, 2011, p. xxx-xxx.

HOHLFELDT, Antonio. 35 anos de Intercom: comemorações para a instituição e comunidade científica comunicacional. **Jornal Brasileiro Ciências da Comunicação**. Entrevista concedida a Mônica Miliatti. Disponível em: <<http://www.metodista.br/unesco/jbcc/noticias/35-anos-de-intercom-comemoracoes-para-a-instituicao-e-comunidade-cientifica-comunicacional>>. Acesso em: 19 de jun. de 2014.

KUNSCH, Margarida. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 1986.

_____. As dimensões humana, instrumental e estratégica da Comunicação Organizacional: recorte de um estudo aplicado no segmento corporativo. In: **RBCC – Intercom**, São Paulo, v.35, n.2, p. 267-289, jul./dez. 2012. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/1454/1449>. Acesso em: 19 jul. 2014.

MONTEIRO, Gilson Vieira; COLFERAI, Sandro Alberto. Por uma pesquisa amazônica em comunicação: provocações para novos olhares. In: MALCHER, Maria Ataíde *et al* (Org.). **Comunicação Midiatizada na e da Amazônia**. Belém: FADESP, 2011

MIRANDA, Fernanda Chocron *et al*. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques de (Org.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: IPEA, 2012.

SANFELICE, Leandro. Google lidera audiência de vídeos online no Brasil. **Revista Exame (online)**. Publicada em 02 de junho de 2014. Ver em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/google-lidera-audiencia-de-videos-online-no-brasil>>. Acesso em: 12 de jun. de 2014.

WOLTON, Dominique. **Pensar a Comunicação**. Lisboa: Difusão Editorial, 1999. Disponível em: <http://www.4shared.com/get/73661420/be4d2a77/Dominique_Wolton_-_Pensar_a_Co.html>. Acesso: 21 mai. 2010.

_____. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Editora Paulus, 2006.

- Sites Consultados:

ANATEL. **Brasil fecha fevereiro de 2014 com 272,72 milhões de acessos móveis**. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=33111>>. Acesso em: 19 jun. 2014.

CISCO. **Estudo anual Visual Networking Index da Cisco prevê aumento de mais de quatro vezes no tráfego global de IP até 2014**. Disponível em: <<http://globalnewsroom.cisco.com/pt/br/release/Estudo-anual-Visual-Networking-Index-da-Cisco-preve-aumento-de-mais-de-quatro-vezes-1712024>>. Acesso em: 18 de jun. de 2014.

COMTELE. **Intercom Norte 2014**. Ver em: <<http://www.comtele.com.br/>>.

FACEBOOK. **Fanpage Intercom Norte 2014**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/intercomnorte2014?fref=ts>>.

GAUGE. **Faces do Facebook**. Disponível em: <<http://gauge.com.br/blog/faces-do-facebook-baixe-aqui-os-reports-completos/>>. Acesso em: 05 jul. 2013.

PROXIMA. **Facebook: Brasil supera 67 milhões de usuários em fevereiro**. Disponível em: <<http://www.proxima.com.br/home/social/2013/03/14/Facebook--Brasil-supera-67-milh-es-de-usuarios-em-fevereiro.html>>. Acesso em: 05 jul. 2013.

SOCIALBAKERS. **Brazil Facebook Statistics**. Disponível em: <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/brazil>>. Acesso em: 05 jul. 2013.

SOUNDCLOUD. **Intercom Norte 2014**. Disponível em: <<https://soundcloud.com/intercomnorte2014>>

YOUTUBE. **Canal Intercom Norte 2014**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/intercomnorte2014>>