



notícias



COMPÓS realiza inventário de grupos de pesquisa

DENILSON LOPES

A Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Comunicação (COMPÓS) vem, desde 2003, empreendendo esforços para promover maior articulação entre os grupos de pesquisa da área. A intenção é tanto estimular o intercâmbio entre tais grupos, por ocasião dos encontros anuais da COMPÓS, quanto criar mecanismos que favoreçam a implementação de projetos de pesquisa interinstitucionais. Para isso, foi criada uma comissão composta pelos professores Henrique Antoun (UFRJ), Erick Felinto (UERJ) e por mim. Já como resultado parcial desse trabalho, apresento aqui uma avaliação ainda pessoal e preliminar para estimular a reflexão e colaboração de demais pesquisadores em comunicação.

Por meio de uma pesquisa inicial no próprio site do CNPq (www.lattes.cnpq/censo2002), encontramos 161 grupos que, na sua auto-identificação, indicam a comunicação como área predominante. Esses grupos contam, no total, com 701 pesquisadores e 430 estudantes (de acordo com o plano tabular). A denominação grupo de estudo envolve uma diversidade de configurações, desde um pesquisador e seus orientandos até a congregação de toda a atividade de pesquisa de um departamento, instituto, programa de pós-graduação ou núcleos com pesquisadores de várias universidades, contendo várias linhas de pesquisa. Poucos são os que têm perfil interinstitucional, incluindo pesquisadores de outras universidades brasileiras ou estrangeiras. Ao usarmos os dados do Censo 2002, não tivemos ainda acesso a uma avaliação do funcionamento dos grupos, o que estaria sendo feito pelo CNPq. A criação de um grupo é de controle específico das unidades de ensino (faculdades, institutos, departamentos ou programas de pós-graduação). O que faz com que haja grupos na lista não vinculados a programas de pós-graduação em comunicação.

Há grupos que são bastante gerais na descrição de seus estudos e outros mais precisos. Procurei neste primeiro levantamento, a partir dos resumos e palavras-chave apresentados, buscar formas de aglutinação dos grupos, selecionando-os, antes de mais nada, por uma característica determinante de sua identidade: sua organização seja em torno de um objeto de estudo, seja em torno de perspectiva teórica. É possível que, nesta triagem inicial, haja equívocos quanto à especificidade de cada grupo, o que pretendemos corrigir, ao longo do processo, divulgando e discutindo as avaliações preliminares com a comunidade acadêmica. Entendo, assim, o levantamento aqui publicado como uma primeira "radiografia" dos grupos de pesquisa de nossa área, o que, no momento, está sendo melhor detalhada e atualizada junto aos próprios programas de pós-graduação. A partir dessa perspectiva, é que devem ser compreendidos o quadro e as observações a seguir.

Áreas de pesquisa apontadas pelo número dos grupos como mais de três citações:

I) Quando enfatizam uma das subdivisões da área de comunicação:

- jornalismo e editoração (30 grupos) • comunicação visual (27 grupos) • teoria (14 grupos) • rádio e TV (13 grupos) • publicidade e relações públicas (9 grupos).

II) Quando enfatizam perspectiva teórica:

- Semiótica (14 grupos) • Recepção (7 grupos) • Análise do Discurso (4 grupos) • Estudos culturais (3 grupos).

III) Quando enfatizam objetos distintos das atuais subdivisões da área de comunicação, com pelo menos, três grupos existentes:

- Sociabilidade/cotidiano/sociedade/subjetividade/identidade (24 grupos) • Cibercultura/imagens virtuais/novas tecnologias/novas mídias/artemídia (17 grupos) • cultura (15 grupos) • política (14 grupos) • educação (9 grupos) • realidade regional (9 grupos) • processo (7 grupos) • comunicação organizacional (6 grupos) • comunicação científica/jornalismo científico (6 grupos) • *design* (5 grupos) • cidade (5 grupos) • corpo (3 grupos) • meio ambiente (3 grupos) • representação (3 grupos) • tecnologia (3 grupos) • violência (3 grupos)

IV) Quando enfatizam objetos distintos das atuais subdivisões da área de comunicação, com menos de três grupos existentes:

- inconsciente/psicanálise (2 grupos) • Inter/transdisciplinaridade (2 grupos); mídia (2 grupos) • arte (2 grupos) • turismo; pós-modernidade; contempora-

neidade; imaginário; desenho; esporte; mediações história da comunicação; gênero/sexualidade; consumo; espaço; religião; música (todos estes com apenas um grupo indicado).

Algumas observações para reflexão:

- Os grupos que mencionam teoria, com certa frequência, não são, de fato, grupos interessados em teoria ou epistemologia da comunicação; são, antes, grupos que não se inserem nas outras sub-áreas da comunicação.
- Entre as sub-áreas da comunicação, jornalismo e comunicação visual aparecem com um grande número de grupos de pesquisa, diferentemente de publicidade/relações públicas e rádio/TV. Mesmo com toda a ambivalência da inclusão de cinema, vídeo, fotografias, imagens virtuais etc. entre comunicação e artes, os grupos que estudam comunicação visual já representam um grande representativo. Creio que as duas sub-áreas (jornalismo e comunicação visual) venham a reforçar sua hegemonia com a existência da SOCINE (Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema, que já realizou 7 encontros anuais) e da Sociedade Brasileira de Estudos de Jornalismo (criada em 2003).
- Quando a abordagem teórica é considerada como central, Semiótica aparece como a mais visível em nossa área. O que certamente é um elemento importante para repensar recentes polêmicas sobre as relações entre Semiótica e Comunicação.
- Destacamos a quantidade de grupos relacionados à cultura (15 grupos) e à sociedade (24 grupos), nos quais, porém, os termos são utilizados de forma mais genérica.
- Temas ou objetos com quantidade de grupos expressivos: novas tecnologias (17 grupos), que inclui tanto os grupos que estudam a cibercultura relacionada à sociabilidade quanto a produções artísticas; política (14 grupos); realidade regional e educação (9 grupos em cada); comunicação organizacional, comunicação científica; processos (6 grupos em cada), cidade e *design* (cinco grupos em cada). Surpreendeu-me, nessa primeira avaliação, a quantidade de grupos vinculados a novas tecnologia. A existência de dois entre os 12 GTs da COMPÓS vinculados ao tema parece reveladora de tal interesse. Temas como realidade regional e educação aparecem com visibilidade nos grupos, mas ainda parecem subestimados nos encontros anuais da entidade. Também seria importante mencionar a presença de cinco grupos de pesquisa em *design*, mesmo que sua presença seja muito rarefeita nos encontros da COMPÓS.

DENILSON LOPES é coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, presidente da Associação Brasileira de Estudos de Homocultura e pesquisador do CNPq. Publicou os livros *Nós os Mortos: Melancolia e Neo-Barroco* (RJ, Sette Letras, 1999) e *O Homem que amava Rapazes e Outros Ensaios* (RJ, Aeroplano, 2002).

.....
DENILSON LOPES • 165-168

.....
galáxia | n. 7 | abril 2004