Grupos de pesquisa em comunicação

JOSÉ MARQUES DE MELO
(Instituto Metodista de Ensino Superior)

O Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq - divulgou, no final de 1994, um levantamento dos grupos de pesquisa existentes nas universidades e instituições científicas brasileiras. Os dados referem-se ao ano de 1993, abrangendo todas as áreas de conhecimento e as entidades que recebem apoio das agências públicas de fomento à ciência e à tecnologia¹.

No campo das ciências da comunicação, foram cadastrados 33 grupos, distribuídos pelas 5 regiões do país. Trata-se de uma boa surpresa, revelando que as nossas escolas de comunicação começam a se preocupar em produzir conhecimento e não apenas expedir diplomas.

Hegemonia sulista

A liderança permanece com o Estado de São Paulo, onde estão funcionando 17 grupos, o que corresponde a 51% do universo nacional. Mas o Rio Grande do Sul começa a despontar como um pólo regional importante, concentrando 7 grupos, ou seja, 21%. Em terceiro lugar figura o Rio de Janeiro, com 4 grupos, perfazendo 12% do total.

Essa hegemonia sul-sudeste, concentrando 84% das atividades de pesquisa em comunicação reflete dois fatores. Nessas regiões está localizado o maior contingente das escolas de comunicação do país (que ultrapassa hoje a cifra de 80), inclusive dos programas de pós-graduação (4 em São Paulo, 2 no Rio Grande do Sul e 1 no Rio de Janeiro dos 10 existentes).

Tais programas constituem o lugar onde as atividades científicas devem ser predominantes em relação às tarefas pedagógicas. Por outro lado, registra-se também nesses estados a ação de entidades públicas de apoio à pesquisa (Fapesp, Faperj e Fapergs), que começam a respaldar financeiramente o trabalho dos cientistas da comunicação.

Mas a novidade principal é a emergência de grupos de pesquisa em

estados onde não existia a tradição de pesquisa em comunicação: Amazonas, Sergipe e Goiás. Eles se agregam aos núcleos existentes em Santa Catarina, Bahia e Espírito Santo, que provavelmente não enviaram a tempo suas informações para o censo realizado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia.

Trabalho em equipe

O número total de pesquisadores cadastrados pelo CNPq é da ordem de 511. Os maiores contingentes estão localizados em São Paulo (236), Rio de Janeiro (125), Rio Grande do Sul (75) e no Amazonas (40). Destacam-se ainda as instituições de Minas Gerais (19) e Brasília (10).

A tendência internacional da atividade científica privilegia o trabalho em equipe, otimizando recursos e socializando benefícios, o que desestimula a atuação de pesquisadores isolados. Assim sendo, espera-se que um grupo acadêmico eficiente desenvolva linhas de pesquisa com a participação de docentes das diversas categorias funcionais e também dos alunos de pós-graduação ou de graduação (iniciação científica).

A análise dos dados brasileiros coletados pelo CNPq no campo da comunicação revela algumas discrepâncias. Os grupos que conservam o viés do trabalho em mini-equipes estão concentrados no Rio Grande do Sul (onde a correlação pesquisadores/linhas de pesquisa fica no patamar de 2,88) e em São Paulo (3,23). Por sua vez, os grupos sintonizados com o trabalho de grandes equipes situam-se no Amazonas (8,00), Rio de Janeiro (7,81) e em Minas Gerais (6,33). Num estágio intermediário estão os núcleos de Brasília e de Goiás, onde as equipes são formadas em média por 5 pessoas.

Campo em expansão

É bem possível que as estatísticas do CNPq já estejam defasadas. Novos grupos podem ter surgido recentemente. Essa dedução relaciona-se com a dinamização dos programas de incentivo à pesquisa na graduação, mantidos pela Capes e pelo próprio CNPq. Ela está ancorada também na evidência de que uma nova geração de pesquisadores, não vinculados a programas de pós-graduação, vem ocupando espaços cada vez maiores nos Grupos de Trabalho de Ciências da Comunicação, que se reúnem anualmente nos congressos da Intercom.

Tanto assim que os Simpósios Regionais de Pesquisa em Comunicação, promovidos pela Intercom, no biênio 94/95, tiveram como tema central "A pesquisa de comunicação nos cursos de graduação". O IV SIPEC da Região Sudeste foi realizado no campus da Universidade Municipal de Taubaté, São Paulo, em maio/94; o III SIPEC da Região Nordeste no campus da Universidade Federal da Bahia, Salvador, junho/94; o III SIPEC da Região Sul no campus da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, abril/95; e o I SIPEC da Região Norte, no campus da Universidade Federal do Amazonas, Manaus, maio/95. Soma-se a esse movimento o I Seminário Nacional de Comunicação Rural, promovido em julho/94, no campus da Universidade Federal de Viçosa, Minas Gerais, bem como o I Seminário Brasileiro de Jornalismo Feminino, realizado no campus do Instituto Metodista de Ensino Superior, em São Bernardo do Campo, em outubro/94.

O crescimento da pesquisa em comunicação vem recebendo também o impulso de outras associações, que atuam no campo do ensino e das práticas sociais, como é o caso da COMPÓS - associação nacional dos cursos de pós-graduação -, Abecom - associação nacional de escolas e faculdades -, UCBC - associação nacional dos comunicadores cristãos - e ABVP - associação nacional dos videoastas populares. Isso sem mencionar as atividades dos institutos profissionais que realizam pesquisas para as empresas midiáticas, o governo e os anunciantes, reunidas em torno da Abipeme - Associação Brasileira dos Institutos de Pesquisa de Mercado².

Os dados disponíveis nos bancos de dados do CNPq registram, portanto, a expansão de um campo acadêmico que até a década passada era restrito às grandes universidades. O que os dados não revelam é a natureza das pesquisas em desenvolvimento, bem como sua vinculação aos interesses estratégicos da sociedade.

Que tipo de conhecimento estão produzindo os nossos cientistas da comunicação? Seus estudos conduzem a resultados que podem melhorar o desempenho das nossas indústrias culturais? Eles oferecem evidências capazes de orientar as decisões dos organismos públicos para defender os interesses dos cidadãos? Reúnem conhecimento útil à mobilização crítica dos organismos vivos da sociedade civil? Ou se trata de projetos que apenas satisfazem as demandas internas das elites universitárias?

Espera-se que o CNPq e outras agências estatais de fomento científico respondam oportunamente a questões dessa natureza, prestando contas

BRASIL - Grupos de pesquisa em comunicação

Localização	Grupos cadastrados	Linhas de pesquisa	Número de participantes	Relação pesquisador/linha de pesquisa
<i>Centro-oeste</i>	2	3	15	5,00
Brasília	1	2	10	5,00
Goiás	1	1	5	5,00
<i>Nordeste</i>	1	2	1	0,50
Sergipe	1	2	1	0,50
<i>Norte</i>	1	5	40	8,00
Amazonas	1	5	40	8,00
<i>Sudeste</i>	22	92	380	4,13
M. Gerais	1	3	19	6,33
R. Janeiro	4	16	125	7,81
São Paulo	17	73	236	3,23
<i>Sul</i>	7	26	75	2,88
R. G. Sul	7	26	75	2,88
BRASIL	33	128	511	3,99

Fonte: CNPq (1994)

à sociedade dos recursos públicos que repassam aos grupos de pesquisa.

Trata-se também de uma tarefa a mobilizar periodicamente a atenção das sociedades científicas. A última vez que a Intercom procedeu a um balanço dessa natureza foi em 1982, durante o V Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação³.

É chegado o momento de se fazer um balanço mais amplo do nosso campo de pesquisas, identificando as conquistas dos últimos anos, mas ao mesmo tempo diagnosticando as fragilidades que ainda subsistem. Nessa linha de preocupação, seria fundamental construir quadros comparativos com outras sociedades nacionais, como é o caso do México ou dos Estados Unidos, no continente americano, ou da França e da Alemanha, no continente europeu⁴.

Talvez a celebração dos 20 anos de atividades da Intercom, em 1997, seja uma boa ocasião para iniciativa desse porte, sistematizando o conheci-

mento sobre as ciências da comunicação no Brasil⁵. Isso ajudará os novos grupos de pesquisa a palmilhar terreno mais consistente, sintonizado com as tendências internacionais da pesquisa na área.

Notas

1 CNPq. *Directório dos grupos de pesquisa no Brasil*. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 1994 (Ciências Humanas, 8).

2 Um panorama retrospectivo da atuação desses institutos pode ser encontrado no instigante artigo: DURAND, José Carlos. Implantação da pesquisa de opinião e mercado no Brasil. *Boletín ALAIC*, Guadalajara, México, n. 7/8, p. 23-42, 1993.

3 O inventário desse debate está contido no livro: MELO, José Marques de (org.). *Pesquisa em comunicação no Brasil: tendências e perspectivas*. São Paulo: Cortez; Intercom, 1993.

4 Indicadores comparativos dessa natureza estão esboçados nos recentes trabalhos de FUENTES NAVARRO, Raul - La institucionalización del campo académico de la comunicación en México y en Brasil. Intercom: *Revista Brasileira de Comunicação*, v. 17, n. 1, p. 10-33, 1994; ROGERS, Everett. *A history of communication study*. New York: The Free Press, 1994. p. 489-91; REES, Claus. *Uniónes nacionales de teleastas independientes com pretensão política e de pesquisadores em comunicação com pretensão científica no Brasil, na França e na República Federal da Alemanha: um estudo sobre a internacionalização de periferias da mídia*. Essen: Universitat Konstanz, 1990.

5 Uma boa pauta para a atualização desse balanço pode ser encontrada nos estudos: KUNSCH, Magariça (org.). *A pesquisa brasileira de comunicação nos anos 80 e a contribuição da Intercom*. São Paulo: Intercom, 1988; CAPARELLI, Sérgio & MELO, José Marques de. A pesquisa em comunicação no Brasil: avaliação e perspectivas. Intercom: *Revista Brasileira de Comunicação*, n. 62/63, p. 5-46, 1990; LOPES, Maria Immacolata V. A pesquisa de comunicação no Brasil. In: PARÉS i MAICAS, M. *Cultura y comunicación social: América Latina y Europa Ibérica*. Barcelona: CEDIC, 1994. p. 67-75.