MAPEAMENTO E ANÁLISE DE INICIATIVAS DE GRUPOS DE PESQUISA BRASILEIROS SOBRE A CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA

Marcia Daniela Pianaro Valenga, Graziela Soares Bianchi, e-mail: grazielabianchi@yahoo.com.br.

Universidade Estadual de Ponta Grossa/Departamento de Jornalismo.

Jornalismo. Comunicação

Palavras-chave: convergência, grupos de pesquisa, pesquisa em comunicação

Resumo

A presente investigação buscou realizar um mapeamento dos grupos de pesquisa vinculados à área de Comunicação e cadastrados no Diretório de Grupo de Pesquisa da Plataforma Lattes, considerando especialmente a temática da Convergência. A partir do mapeamento foi possível realizar uma análise de como estes grupos se caracterizam e onde estão inseridos. Ao todo, 38 grupos foram considerados nas análises, observando que 66% deles se concentram no eixo Sul-Sudeste do país. Assim, com os resultados obtidos, é possível entender como a convergência está sendo tematizada e investigada dentro da área da Comunicação, visto que, os resultados destes grupos contribuem para a formação e trabalho dos jornalistas que estão inseridos em uma realidade de atuação profissional que se apresenta convergente.

Introdução

O objetivo principal do presente trabalho é realizar levantamento e análise dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, cadastrados no Diretório de Grupos de Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), que estabelecem a convergência como objeto de pesquisa. Para Henry Jenkins, “a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” [JENKINS, 2006, p. 30].

O presente sub-projeto de pesquisa surgiu da necessidade de entender quem e como se está estudando a convergência jornalística no âmbito dos grupos de pesquisa brasileiros. No decorrer do desenvolvimento da pesquisa, o levantamento acabou se expandido para a área da Comunicação.

O estudo da convergência e os processos relacionados são recentes e estão em constante transformação. Por isto, é importante perceber quem está, e como está, estudando a convergência, seja ela diretamente relacionada ao Jornalismo, mas também vinculada à Comunicação. Visto que, os estudos realizados nos grupos, ajudam a compreender também os desdobramentos relacionados à realidade do mercado de trabalho atual, como também, embasam o conteúdo teórico e prático ministrados nos cursos das formações relacionadas e que estão espalhados pelas diferentes universidades.

Material e Métodos

Como o título da pesquisa indica, a ideia inicial do trabalho era mapear os grupos de pesquisa que tratam em seus estudos a respeito da convergência jornalística. Porém, após o início da pesquisa, foi notado que seria mais interessante direcionar o mapeamento para a área geral da Comunicação. Ou seja, além do Jornalismo, passaram a ser considerados grupos que trabalham audiovisual, cinema, publicidade e propaganda, rádio e tv, relações públicas e semelhantes.

A escolha pode ser justificada porque os debates estabelecidos em todas essas áreas de formação podem contribuir, de forma direta ou indireta, nos debates dentro da área do Jornalismo. Além disto, partir de um olhar direcionado do macro para o micro, pode contribuir para futuras pesquisas em ambas as áreas e os resultados podem traçar uma realidade mais ampla, de meios e campos de estudos que possuem afinidade em vários aspectos.

Para realizar o mapeamento foram considerados os grupos cadastrados no Diretório de Grupos de Pesquisa, administrado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). O diretório pode ser acessado pelo endereço http://lattes.cnpq.br/web/dgp. A plataforma é caracterizada como um inventário dos grupos de pesquisa científica e tecnológica nacionais.

Para realizar o levantamento foi utilizada a ferramenta “Buscar Grupos”, disponível na plataforma. O termo utilizado para a busca foi “convergência” e ele foi aplicado nos campos de “nome do grupo”, “nome da linha de pesquisa” e “palavra-chave da linha de pesquisa”. Também foi aplicado um filtro para limitar a busca à área da Comunicação.

Em um primeiro levantamento, realizado no dia 15 de outubro de 2018, foram identificados 47 grupos de pesquisa cadastrados na plataforma. No segundo momento, em 21 de novembro de 2018, foram eliminados do levantamento os grupos com a situação “Excluído”. Assim, restaram 38 grupos, estes nas seguintes situações: “Certificado”, “Em Procedimento” e “Não Atualizado”, sendo:

- Certificados: 27 grupos - são grupos certificados pelo dirigente de pesquisa da instituição que o grupo pertence;
- Em Procedimento: 1 grupo - são grupos que passam por algum tipo de atualização, mas ainda não foram certificados;
- Não atualizados: 10 grupos - são grupos que permanecem mais de 12 meses sem sofrer nenhum tipo de atualização.

Os números finais dizem respeito ao levantamento dos dados disponíveis no dia 21 de novembro de 2018. Para a análise dos grupos foram considerados os seguintes fatores: nome do grupo, instituição, estado, ano de criação, situação na plataforma, líderes, link disponível, qual o meio de divulgação e a atualização mais recente deste link, dentro do período analisado.

Dentro do presente resumo expandido é impossível sistematizar todos essas características. Assim, foram escolhidas os de maior notoriedade para poder exemplificar a realidade proposta. Dentro do possível, os dados aqui apresentados dizem respeito a localização geográfica desses grupos, temporalidade de criação e existência, e manutenção, de páginas externas ao Diretório.

Resultados e Discussão

Ao todo, foram considerados 38 grupos que pesquisam convergência e comunicação e estão cadastrados na Diretório do CNPq. Porém, como em alguns

casos ocorre de mais de um grupo existir em uma mesma instituição de ensino, ao todo, 30 universidades possuem grupos neste âmbito.

Dos 38 grupos, 76% deles estão em universidades públicas: 22 grupos em universidades federais, 7 em estaduais e 9 em instituições privadas. Dos 26 estados brasileiros, 12 não possuem nenhum grupo de pesquisa com a relação direta entre comunicação e convergência, considerando os cadastrados na plataforma. São eles: Acre, Alagoas, Amapá, Amazonas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Norte, Rondônia e Roraima.

Os dois estados brasileiros que se destacam no número de grupos de pesquisa na área e tema são: São Paulo, com 8, e Rio Grande do Sul, com 7. Os demais estados que possuem grupos cadastrados são: Goiás (2), Maranhão (2), Minas Gerais (4), Pará (1), Paraíba (2), Paraná (1), Pernambuco (2), Piauí (1), Rio de Janeiro (3), Santa Catarina (2), Sergipe (2) e Tocantins (1).

Para melhor visualização da concentração de grupos relacionando a convergência, os estados podem ser agrupados nas 5 regiões brasileiras, delimitadas pelo sistema do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A região Sudeste é a que mais possui grupos, com 15, seguida região Sul, com 10, região Nordeste, com 9, e Centro-Oeste e Norte, com 2 grupos cada uma das regiões.

Juntas, as regiões Sudeste e Sul possuem cerca de 66% dos grupos de comunicação que estudam a convergência, mostrando a prevalência nesta região do país. Enquanto no outro extremo, composto pelo Centro-Oeste e Norte, há apenas 4 grupos neste segmento, sendo que as duas universidades da região Centro-Oeste - Centro Universitário de Brasília (UniCEUB) e Universidade Católica de Brasília (UCB/DF) - estão localizadas na capital do país.

O Grupo mais antigo identificado é o “Grupo de Pesquisa Comunicação e Linguagem”, da Universidade Federal de Pernambuco, que iniciou as atividades em 1997, sendo o único com origem ainda no século XX. Na data do levantamento, estava como “não atualizado”. Abrindo uma brecha no tempo do levantamento, em junho de 2019, o grupo estava marcado como “certificado”.

Até o ano de 2010, 13 grupos - incluindo o citado anteriormente - já haviam iniciado suas atividades. A partir deste ano até a data do levantamento, outros 25 grupos surgiram. O mais recente cadastrado, no ano de 2018, é o “Jornalismo Audiovisual (Jornau)”, da Universidade Federal de Sergipe, marcado como “Certificado”.

Outro aspecto que se mostrou como necessário de ser levantado é em relação a existência, ou não, e manutenção de websites desses grupos de pesquisa, uma vez que a convergência está correlacionada a aspectos tecnológicos e de mídias sociais. Esperava-se que grande parte dele teriam páginas próprias na web, atualizadas recentemente. O resultado acabou divergindo do esperado.

Uma das ferramentas disponíveis no Diretório do CNPq propicia que os grupos de pesquisas adicionem um link que encaminha para uma página externa. Dos 38 grupos que estudam comunicação e convergência, 27 possuem um link disponível para contato, sendo que: 1 para grupo no Facebook, 2 para páginas no Facebook, 9 para os sites das universidades, 12 para sites próprios dos grupos e 3 com links não válidos. Três resultados de link não foram atualizados em 2018, sendo sites próprios dos grupos Comunicação, Educação Intercultural e Cidadania, da

UFSM, ConJor - Convergência e Jornalismo, da UFOP e GRID - Grupo Interdisciplinar de Pesquisa em Design da Informação Jornalística da UFPE.

Conclusões

Nota-se que existe uma grande concentração dos grupos de pesquisa no eixo Sul-Sudeste do país, sendo que 66% destes grupos se concentram nos estados que compõem estas regiões. Isto pode ser justificado, além de outros fatores, pelo fato que no Brasil ainda existe uma desigualdade no acesso à internet, o que, em algumas situações, justifica o fato da temática de estudos tardar em aparecer.

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, que traz dados coletados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2017, mostra que 70% da população brasileira havia acessado a Internet, pelo menos uma vez, nos últimos três meses. Na Região Nordeste, o número era de 58,4%, e na Região Norte de 60%. Na região rural do Norte do país, o número foi de 27%.

Mesmo que o meio tecnológico não seja o total das discussões que envolvem a convergência, é com a popularização da Internet que os debates acerca do tema são mais presentes. Assim, nota-se que a desigualdade no acesso à internet no país reflete no número de grupos que estudam a realidade da convergência.

Também observa-se que os grupos atuam por diferentes abordagens. São trabalhados tanto aspectos tecnológicos, como sociais e culturais, que envolvem a convergência. Assim, é possível notar que a academia está trabalhando os processos que envolvem a convergência como incorporados, como já considerado por diversos pesquisadores. “Temos, portanto, duas noções de convergência: uma ligada ao aparato técnico, que pensa as funções e propriedades dos meios e trata de aparelhos multitarefa que prometem substituir seus antecessores; e outra ligada ao comportamento do consumidor.” [GARSON, 2019, p.58]

Os resultados da pesquisa ilustram a realidade dos grupos de pesquisa em comunicação que tratam acerca da convergência, mas também possibilitam perceber uma gama de futuros estudos na área. A partir dos dados aqui apresentados, novos trabalhos podem surgir para entender, tanto as pesquisas em comunicação no país, como os processos que envolvem e são envolvidos na convergência.

Agradecimentos

Agradeço minha orientadora, Graziela Soares Bianchi, pelo apoio prestado durante o processo da pesquisa. Bem como, aos membros do Grupos de Pesquisa em Mídias Digitais (GEMIDI), que contribuíram de forma direta ou indireta na realização desta pesquisa e de outros debates sobre a convergência e a Comunicação.

Referências

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Editora Aleph, 2009

IBGE. Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios Contínua 2017. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf>. Acesso em 26 jul, 2019

GARSON, Marcelo. O conceito de convergência e suas armadilhas. Galaxia. São Paulo, n. 40, jan-abr, 2019, p.57-70. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019135324>. Acesso em: 17 jul, 2019.