

Rouseméri Laurindo

É jornalista pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), mestre em Comunicação e Culturas e Contemporâneas pela UFBA, doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa e professora do curso de Publicidade da Universidade Regional de Blumenau. Integrante do Grupo de Pesquisa Estudos Literários e Linguísticos.
E-mail: rlaurindo@furb.br

Ticiane Mafra

É bolsista de Iniciação Científica, acadêmica do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Regional de Blumenau.

Cienciometria da revista
Comunicação & Sociedade
identifica interfaces da área

RESUMO

O principal objetivo da pesquisa foi fazer uma análise cienciométrica (método que analisa o desenvolvimento do conhecimento científico) com vistas a verificar e refletir sobre as interfaces e intrafaces do campo da comunicação, por meio da revista *Comunicação & Sociedade*, a mais antiga publicação científica do campo comunicacional do Brasil em vigor, editada pela Editora da Universidade Metodista de São Paulo. Tomou-se como referência inicial a taxonomia utilizada nos estudos de Romancini (2006). *Comunicação & Sociedade* nasceu no ano de 1979, possui uma periodicidade semestral e apresenta 52 edições até o mês de janeiro de 2010. A incidência das interfaces e intrafaces na revista foi analisada a partir dos títulos e palavras-chaves do conteúdo selecionado como corpus, num total de 216 textos de gênero não especificado e 208 textos nomeados artigos. Os resultados apontam uma grande abordagem da própria área da comunicação, as intrafaces, que se assemelham à classificação proposta pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) na definição das subáreas da comunicação. Vê-se também o aparecimento de outras áreas de interesse, as interfaces, ou seja, o estudo da área da comunicação para reflexões de outras disciplinas, como é o caso da Educação.

Palavras-chaves: Cienciométrica; Comunicação; Interfaces; Intrafaces; Revista científica *Comunicação & Sociedade*.

ABSTRACT

The main objective of this article is to present a research about a cienciometric analysis (method that analyzes the development of scientific knowledge) to check and reflect on the interfaces and intrafaces of Communication through the journal *Communication & Society*, which is the oldest current scientific publication of the communication field in Brazil, edited by the Methodist University of São Paulo Publisher. The research took the taxonomy used in studies of Romancini (2006) as an initial reference. *Communication & Society* started in 1979. It's a half-year publication and presents 52 editions until January 2010. The incidence of interfaces and intrafaces in the magazine was analyzed from the titles and keywords of the selected content, a total of 216 non-specified texts and 208 texts named articles. The results indicate a great approach to the communication area itself, the intrafaces which are similar to the classification proposed by the Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), in Brazil, as a definition of the subareas of communication. It is also seen the emergence of other areas of interest, interfaces, in other words, the study of the communication area for reflections on other subjects, such as Education.

Keywords: Cienciometric analysis; Communication; Interfaces; Intrafaces; *Communication & Society* Scientific Magazine.

Introdução

O campo de estudos da área da comunicação aborda as mais diversas formas e processos da comunicação humana. Estudos têm sido cada vez mais realizados pelo mundo, especialmente em virtude da aceleração dos processos informativos e comunicacionais e em decorrência do fenômeno internet, o qual torna mais rápido o envio e recebimento de informações sem tempo determinado e sem limite de espaço. Desde a década iniciada em 1930, a pesquisa brasileira em comunicação mostra desenvolvimento, despertando interesse dos mais diversos pesquisadores (MELO, 1975). Pela abrangência, os estudos imbricam-se nas diferentes áreas do conhecimento científico bem como em implicações na sociedade.

Nesse contexto, o ponto de partida da presente pesquisa foi refletir sobre o campo da comunicação, visando entender os estudos em interface com diversas áreas do conhecimento científico. Para tal, teve-se como objetivo principal fazer uma análise cienciométrica (método que analisa o desenvolvimento do conhecimento científico) com vistas refletir sobre as interfaces e intrafaces do campo da comunicação, por meio da revista Comunicação & Sociedade, a mais antiga publicação do campo comunicacional do Brasil em vigor, editada pela Editora da Universidade Metodista

de São Paulo. Tomou-se como referência inicial a taxonomia utilizada nos estudos de Romancini (2006). Trabalhou-se com os seguintes objetivos específicos: verificar os principais temas alocados na revista ao longo dos 30 anos de existência; problematizar de que forma os temas de maior incidência nela publicados atendem às demandas das áreas de estudo conforme indicadores nacionais e refletir sobre a comunicação e suas implicações na sociedade atual.

Os resultados estão servindo como parâmetro para comparação com outra pesquisa, que investiga a Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) e com os resultados do levantamento da Revista Portuguesa Comunicação e Sociedade, da Universidade do Minho, de Portugal.

O campo da comunicação

É por meio da comunicação que se constrói um entendimento comum entre membros de uma sociedade; as pessoas precisam comunicar-se, trocar ideias, aprender, discutir, tomar decisões, tornar algo comum. O campo da comunicação, por sua grande abrangência, dispõe de definições de diferentes pesquisadores. Segundo Romancini (2006, p. 2), “a própria polissemia que envolve o termo ‘comunicação’ torna-o passível de múltiplas abordagens”.

Fadul (2003) afirma que seria muito complexo determinar uma ciência geral que englobasse todas as distintas áreas da comunicação e da mídia, já que a constituição das diferentes áreas do conhecimento se dá pelas próprias características e especificidades de cada uma. Por essa complexidade, pode-se dizer que se trata de uma área que suscita estudos em

diferentes esferas do conhecimento. Buscando explicações para compreender a institucionalização da área da comunicação e entender o “capital científico” que passa a ser de interesse dos demais campos no país, Romancini (2006) tenta descrever a realidade brasileira. Assim, ele pesquisa os programas de Pós-Graduação em Comunicação reconhecidos pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e os grupos de pesquisa do diretório do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), de 2004, em todas as áreas que utilizam o termo “comunicação” como parte do nome, da linha de pesquisa ou palavra-chave.

A abertura para outros campos é mencionada na divisão temática “Interfaces da Comunicação” que aparece, por exemplo, no X Congresso Regional (Sul) da Sociedade de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, no qual interface tem a seguinte definição:

Estudo dos processos e das práticas comunicacionais em sua interconexão com outras áreas de estudos e/ou de conhecimento, em suas dimensões teóricas e metodológicas. As chamadas interfaces comunicacionais englobam tanto reflexões da chamada “comunicação especializada”, como os processos mais constitutivos da comunicação em sua relação com a ciência, com a educação, com a política, com a religião, entre diversas outras possibilidades de interconexão. (INTERCOM, 2009)

Segundo Braga (2004), nas interfaces cada componente da atividade comparece com seu acervo (historicamente constituído) de práticas e conhecimentos.

Conforme a interface específica, a comunicação é vista de maneira diferente, como também é distinta a própria zona de interface sobre o campo. Nessa ordem de complexidade, pretende-se verificar a abrangência da comunicação a partir das interfaces em contraste com as intrafaces, estudo que deve compreender também o “interior” do campo da comunicação. As intrafaces aprofundam temáticas do próprio campo, visando consolidar a identidade a partir de parte de seu ser; os estudos preocupam-se em ajudar a área a não fugir de si mesma, ou seja, ajuda a atender os próprios objetivos. Nesse sentido, elegeu-se para verificação a revista científica *Comunicação & Sociedade*, publicação de destaque nos estudos em Comunicação. Exerce-se aqui maior preocupação com as intrafaces, ou seja, que tipo de estudos/temas possuem maior incidência no interior da área de estudos em comunicação.

Para melhor entender o campo da comunicação, Romancini utiliza a taxonomia proposta pelo CNPq, da tabela de divisão de áreas, disponível no site do órgão. O termo taxonomia vem do grego *táxis*, que significa ordenação, e *nomos*, que significa sistema, norma. Entende-se que a normatização do órgão federal representa uma boa forma de referenciar uma taxonomia da comunicação, não obstante as divergências entre os pesquisadores da área. Quanto às interfaces, a partir do CNPq, Romancini seleciona todos os grupos, exceto Comunicação, que utilizam o termo “comunicação” como parte do nome, da linha de pesquisa ou palavra-chave.

Ao utilizar como palavra-chave da busca “comunicação” (sem especificar áreas e deixando os campos

“Nome do grupo”, “Nome da linha de pesquisa” e “Palavra-chave da linha de pesquisa” anotados) são encontrados 486 GPs, utilizando-se a ferramenta de busca do Censo 2004 do CNPq. Feita a retirada dos Grupos de Comunicação sobram 316, que não são da Área. (ROMANCINI, 2006, p.161)

As áreas que mais usam a expressão “comunicação” seguem em ordem decrescente a seguir, com a respectiva quantidade. São elas: Educação (69), Engenharia Elétrica (25), Ciência da Computação (23), Ciência da Informação (20), Enfermagem (17), Psicologia (13), Administração (12), Saúde Coletiva (12), Letras (9), Medicina (8), Fonoaudiologia (7), História (7), Linguística (7), Sociologia (7), Antropologia (6), Ciência Política (6), Educação Física (6), Planejamento Urbano e Regional (6), Agronomia (4), Artes (4), Desenho Industrial (4), Matemática (4), Ecologia (3), Filosofia (3), Morfologia (3), Serviço Social (3), Biofísica (2), Fisiologia (2), Museologia (2), Química (2), Teologia (2), Turismo (2), Arquitetura e Urbanismo (1), Astronomia (1), Biologia Geral (1), Economia (1), Economia Doméstica (1), Engenharia Agrícola (1), Engenharia Biomédica (1), Engenharia Civil (1), Engenharia de Produção (1), Farmacologia (1), Imunologia (1), Nutrição (1), Parasitologia (1), Probabilidade e Estatística (1), Zoologia (1) e Zootecnia (1). Portanto, Educação é a que tem maior incidência da palavra “comunicação”.

No presente trabalho investigou-se a correlação de áreas pela revista Comunicação & Sociedade. A relevância de C&S pode ser atestada por meio de pesquisa divulgada pelo Centro de Estudos do Campo da Comunicação (CECOM) (LOPES, 2009).

Foi elaborada uma lista a partir do sistema Qualis do CNPq e com índices de outra pesquisa feita em 2007 para identificar as revistas que eram percebidas como “sendo de comunicação”. Dentre as nacionais (que somam 68), Comunicação & Sociedade ocupa a sexta posição na classificação das mais lembradas pelos pesquisadores brasileiros que indicaram cinco revistas nacionais de maior relevância para a área de comunicação e o quinto lugar na classificação das mais lembradas nas respostas de quem indicou mais de cinco revistas. O método utilizado para captação das respostas foi um questionário enviado por e-mail aos pesquisadores brasileiros.

Material e métodos

Comunicação & Sociedade é a mais antiga publicação científica na área da comunicação em vigor – já nasceu como revista no Brasil, em 1979. Por um ano antes existiu o Boletim Intercom, hoje Revista Brasileira de Ciências da Comunicação; também havia a revista Comunicação e Problemas, criada em março de 1965 e editada pelo precursor em Ciências da Comunicação, Luiz Beltrão, mas que teve apenas dez edições. Por sua vez, C&S, desde quando surgiu, é das mais importantes publicações na área da comunicação no País. Legitimou-se pela qualidade, seriedade e pelo rigor das pesquisas veiculadas. O objetivo da revista é contribuir para analisar e disseminar a produção gerada no âmbito das Ciências da Comunicação. Já publicou 52 edições, sendo que as mais atuais estão também em formato eletrônico.

Para analisar as interfaces e intrafaces na revista, utilizou-se a cienciometria, método cujo termo originou-se na antiga União Soviética e na Europa

Oriental, empregado com intensidade na Hungria na década de 1970. Utiliza-se de recursos bibliométricos, a fim de delinear o crescimento de determinado conhecimento.

Cienciometria é o estudo dos aspectos quantitativos da ciência enquanto uma disciplina ou atividade econômica. A cienciometria é um segmento da sociologia da ciência, sendo aplicada no desenvolvimento de políticas científicas. Envolve estudos quantitativos das atividades científicas, incluindo a publicação e, portanto, sobrepondo-se à bibliometria. (Tague-Sutckiffer *apud* VANTI, 2002, p.154)

Esse método preocupa-se mais com o desempenho dos pesquisadores, com estudos em determinada disciplina, focando uma área de conhecimento científico. A cienciometria não pode substituir um método analítico sobre determinado assunto, mas tem a capacidade de provocar maior visibilidade dos dados da pesquisa. Tal recurso é importante para identificar quais áreas precisam de maior preocupação. Nesse sentido, e por meio de *Comunicação & Sociedade*, utilizou-se dos estudos das intrafaces para verificar as temáticas relacionadas à própria área da comunicação, já que a revista insere-se nesse campo, mas identificando também outros temas, no caso as interfaces, que suscitam outros estudos.

Para entendimento da organização temática da revista, primeiramente fez-se um estudo sobre história e conteúdos publicados em todas as edições – 52 no total desde julho de 1979 até janeiro de 2010. Construiu-se uma tabela com todas as edições da revista que estão no acervo da Biblioteca Central da

Universidade Regional de Blumenau (Furb). Nessa tabela, dispõe-se de título, edição, número, mês, ano e editora de cada revista. Ao fazer o levantamento, identificou-se que algumas edições, dentre elas as mais antigas da revista, não estavam no acervo da referida biblioteca e nem em formato online. As edições de número 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10, 11, 15 e 16 estavam esgotadas, porém foi autorizada fotocópia pela editora e a biblioteca da Universidade Metodista de São Paulo enviou os exemplares. Os títulos 20, 21, 22 e 40 também não se encontram no acervo, porém foram localizados por meio de dispositivo online, que permitia download completo das edições Programa de Pós Graduação em Comunicação Social (PÓSCOM) da Universidade. Mais recentemente, tal dispositivo é o próprio Portal de Periódicos Científicos e Acadêmicos da Metodista.

Reunidas todas as edições da revista, seguiu-se para levantamento e análise do conteúdo publicado. Fez-se um estudo da publicação como um todo, para classificar os textos em de todas edições. Identificou-se que nem todas seguiam um padrão de classificação do conteúdo; por exemplo, nos primeiros números a revista era composta por artigos, resenhas e noticiário, mas no decorrer dos anos ocorreram reformulações de conteúdos e ela chegou a ter nomeações como artigos, dossiês, memórias, resenhas, registros, noticiário e documentos. Esse sistema perdurou até as edições mais atuais; a partir da 51 e 52 registra-se apenas ensaios, artigos e resenhas.

Partiu-se então à segunda etapa da pesquisa: identificação das áreas que representam as intrafaces e interfaces. Para tal, optou-se por estudar somente os artigos, por constituírem o tipo científico discursivo

sivo mais referenciado. Segundo Barbalho (2004), trata-se de uma das principais formas de comunicação científica escrita em periódicos. Assim, como a revista apresentava grande quantidade de conteúdos publicados, para poder identificar os principais temas alocados até a 52ª edição, o artigo de fato é a melhor forma de identificação dos temas mais relevantes, visto que, segundo as normas técnicas de apresentação de artigos de periódicos, é a “parte de uma publicação com autoria declarada, que apresenta e discute idéias, métodos, técnicas, processos e resultados nas diversas áreas do conhecimento” (ABNT, 2003).

No entanto, constatou-se que nas primeiras edições nem todo o conteúdo publicado seguia uma classificação, ou seja, no sumário o conteúdo aparecia indiscriminadamente; os artigos, resenhas e documentos eram dispostos de maneira misturada. Decidiu-se então estudar todo o material nas edições em que o conteúdo não era organizado em seções e, nas edições com classificação, somente os artigos. Tal método foi necessário para viabilizar a pesquisa, pois identificar dentre o conteúdo não classificado quais textos seguiam as normas de artigo científico seria bastante complexo, até porque o rigor do artigo científico nos anos de 2000 é distinto das obrigações previstas pelas publicações na década de 1970. Por fim, o corpus da pesquisa é composto por 52 edições da revista, dentre as quais foram analisados os títulos de 424 textos publicados, dos quais 216 são gêneros não especificados e 208 são denominados artigos; ou seja, uma amostra significativa para os objetivos propostos. O tratamento desse conteúdo para identificação da incidência dos temas mais estudados na revista foi por meio dos títulos e palavras-chave.

Segundo as Normas Técnicas de Apresentação de Artigos de Periódicos, palavra-chave é a “palavra representativa do conteúdo do documento, escolhida em vocabulário controlado” (ABNT, 2003); o título é definido como “palavra, expressão ou frase que designa o assunto ou o conteúdo de uma publicação” (ABNT, 2003).

Para os textos das edições em que aparece nomeada a seção “artigo”, utilizaram-se todas as palavras-chave feitas pelos próprios autores em espaço próprio. Ressalta-se aqui a relevância da palavra-chave formada pelo autor do artigo, que deve ser o melhor intérprete do conteúdo publicado. Isso permitiu a identificação mais profunda, visto que, sem a chave, títulos como “Além do Imaginário”, na revista nº 2, dificulta a classificação da área de estudo.

Já para os gêneros não especificados foram usados os títulos, já que não apresentavam palavras-chave, as quais foram compostas pelas presentes pesquisadoras, considerando-se área disciplinar, nomes próprios e substantivos, sendo:

a) *área disciplinar*: diversos títulos trazem a área disciplinar. Por exemplo, na revista nº 6, o título “Relações Públicas governamentais: aspectos históricos”;

b) *nomes próprios*: os nomes próprios são capazes de distinguir um lugar, uma pessoa de renome, entre outros indicativos de objeto de estudo. Por exemplo, na revista nº 1, o título “A Comunicação segundo Paulo Freire”; Paulo Freire é um nome próprio que indica o foco de abordagem do estudo;

c) *substantivos*: expressam a substância; classe de palavras com que se denominam os seres, animados ou inanimados, concretos ou abstratos, as coisas ou parte delas, os estados, as qualidades, as ações (objetos, porções, sentimentos, sensações, fenômenos, etc.) (DICIONÁRIO, 2001). Por exemplo, na revista n° 4, no título “O outro lado dos jornais de empresa”, pode-se identificar o objeto de estudo por meio dos substantivos “jornais” e “empresas”.

Resultados

Feito o levantamento explicitado, elaborou-se uma escala com todas as palavras-chave retiradas dos títulos e aquelas já classificadas nos artigos, conforme a tabela a seguir:

Tabela 1 – Total de palavras levantadas nas edições de n. 01 à 52 da Revista C&S

Conteúdo	Palavras-chave 1198	Edições
216 textos de gênero não especificado	531 palavras	edições do n° 01 ao 18
208 textos nomeados artigos	667 palavras	edições do n° 19 ao 52

Em seguida, para apontar áreas de maior incidência temática, optou-se pelas dez mais, ou seja, as dez palavras que mais apareceram na contagem geral, conforme a tabela 2.

Dentre os números apontados, foi considerada a palavra quando esta aparecia sozinha, sem as derivações como Comunicação Empresarial, Jornalismo Cultural. Entretanto, as palavras que tiveram mesma

contagem aparecem em posição diferenciada pois considerou-se, aí sim, para o ranking, as derivações expostas mais adiante. É o caso, portanto, de Televisão, Jornalismo, Rádio e ABC.

Tabela 02 – Palavras com maior incidência nas edições de n. 01 à 52 da Revista C&S

Ordem	Palavra	N. de vezes
1 ^a	Comunicação	42
2 ^a	Televisão (em segundo lugar considerando derivações)	27
3 ^a	Jornalismo	27
4 ^a	Brasil	19
5 ^a	Publicidade	15
6 ^a	Rádio (à frente de ABC, com as derivações)	12
7 ^a	ABC	12
8 ^a	Educação	11
9 ^a	América Latina	10
10 ^a	Mídia	09

Depois da contagem das palavras isoladas, então, fez-se o levantamento das derivações. A palavra “comunicação” também predomina. Seguem as dez áreas com seus respectivos adjetivos ou expressões compostas, com o número de vezes que aparecem desse modo:

Comunicação: Comunicação Rural (4) - Ensino da Comunicação (4) - Comunicação Organizacional (3) - Telecomunicação (2) - Comunicação Empresarial (2) - Meios de Comunicação (2) - Comunicação Internacional (2) - Comunicação Popular (2) - Políticas de Comunicação (2) - Pesquisa em Comunicação (2) - Comunicação Científica (2) - Dicionário de Comunicação - Comunicação Empresarial Brasileira - Meios de Comunicação Social - Novas Tecnologias

da Comunicação - Processo da Comunicação -Didática da Comunicação - Comunicação Participativa - Comunicação Sociopolítica - Curso de Comunicação Social - Comunicação Libertadora - Comunicação Horizontal - Comunicação Igreja - Comunicação das Igrejas - Mulher e Comunicação Alternativa - Comunicação Homem-Mulher - Comunicação Transnacional - Comunicação Social - Faculdade de Comunicação - Ética da Comunicação - Comunicação para o desenvolvimento - Comunicação de Massa - Comunicação Publicitária -Teoria da Comunicação - Comunicação Oral - Comunicação e Educação - Comunicação e Cultura - Ideologia da Comunicação - Comunicação Comparada - História das Ciências da Comunicação - História dos Meios de Comunicação - Fluxo Internacional da Comunicação - Comunicação Mercadológica - Qualidade da Comunicação - Comunicação Científica Eletrônica - Comunicação Corporativa - Comunicação Institucional - Comunicação Empresarial – Comunicação Integrada - Estudos da Comunicação - Difusão Científica em Comunicação - História das Ciências da Comunicação - Pós-Graduação em Comunicação -Comunicação de Massa - Pesquisa de Comunicação -Ciências da Comunicação - Mensagens Comunicacionais - Comunicação e Esfera Pública - Comunicação e Política - Políticas de Comunicação Televisiva -Comunicação Pública da Ciência -Comunicação Integrada de Marketing - Economia Política da Comunicação - Políticas da Comunicação - Comunicação Intercultural - Cidadania Comunicativa - Comunicação Interativa - Investigação da Comunicação - Comunicação Anônima -Intencionalidade de Comunicação Comunicação em Música (todas com 1 ocorrência).

Televisão: Tv Brasileira (5) - Telenovela (4) - Telecomunicações (4) – Telejornalismo (3) - Telejornalismo Brasileiro (3) – TVE - Recepção Ativa na TV -TV Educativa – Telespectador -TV - Rádio - Violência na TV -Conteúdo na TV - Telespectadores - TV Digital - Noticiários de TV - Mensagem Estética Televisiva - Telemática - Televisão Francesa – Telecomunicação - Teletrabalho -Televisão por Assinatura - História do Telejornalismo - História dos Telejornais -Televisão Brasileira - Políticas de Comunicação Televisiva - Gênero Televisivo (todas com 1 ocorrência).

Jornalismo: Jornalismo Científico (6) – Telejornalismo (3) - Telejornalismo Brasileiro (2) - Jornalismo On-Line (2) - Jornalismo Popular - Jornalismo de Cooperativas - Jornalismo Agrícola - New Jornalismo - Linguagem Jornalística - Jornalismo Digital - História do Telejornalismo - História dos Telejornais - Telejornalismo Brasileiro - Jornalismo Rural - Jornalismo e Linguagem - Pan Jornalismo – Pseudojornalismo - Para-Jornalismo - Antijornalismo - Jornalismo Cultural - Teorias do Jornalismo - Jornalismo e Narrativas - Produção Jornalística - Estudos do Jornalismo Gêneros Jornalísticos – Fotojornalismo - Jornal Nacional - Jornal da Cultura - Jornal Feminista - Discurso Jornalístico (todas com 1 ocorrência).

Brasil: TV Brasileira (5) - Música Popular Brasileira (4) - Telejornalismo Brasileiro (3) - Cultura Brasileira (3) - Culturas Indígenas Brasileiras - Brasil Contemporâneo - Caso Brasileiro - Radiodifusão Brasileira - Revistas Brasileiras - Modernismo Brasileiro – Brasil- Colônia - Comunicação Empresarial Brasileira - Enigma Brasileiro - Rádio Brasileiro – Brasil/Europa – Brasil/EUA - Universidades Brasileiras - Mídia Brasileira -

Brasil na Imprensa Portuguesa - Brasil/França - Filme Brasileiro - Relações Brasil-Portugal Imprensa Luso-Brasileira (todas com 1 ocorrência).

Publicidade: Publicidade Transnacional (2) - Publicidade Genérica - Publicidade de Commodity - Publicidade e Tecnologia - Publicidade e Relações Públicas - Publicidade e Propaganda - Comunicação Publicitária - Estatuto do Fonograma Publicitário (todas com 1 ocorrência).

Rádio: Rádio Comunitária (2) - Rádios Livres - Rádio Brasileiro - TV-Rádio - Rádio Digital (todas com 1 ocorrência).

ABC: Núcleo de Estudos da Memória Popular do ABC - Metalúrgicos do ABC em 1980 (todas com 1 ocorrência).

Educação: Educação Libertadora - Comunicação e Educação - Educação a Distância (todas com 1 ocorrência).

América Latina: Países Latinos - Televisão na América Latina (todas com 1 ocorrência).

Mídia: Mídia Interativa - Estudos em Mídia - Mídia-logia - Mídia Brasileira - Mídia e Sociedade - Relacionamento com a Mídia - Crítica Midiática - Esfera Pública Midiática - Mídia e Processos Sociais - Mídia e Entretenimento (todas com 1 ocorrência).

Por último, buscou-se localizar os dez temas mais estudados na C&S na tabela de áreas do CNPq. Para identificação das intrafaces da comunicação,

partiu-se de Comunicação, inserida pelo CNPq dentro da grande área Ciências Sociais Aplicadas. As subáreas da Comunicação são divididas na seguinte ordenação pelo órgão em 2010 (mantém-se a numeração para visualizar a diferença entre área e sub-áreas):

6.09.00.00-8 **COMUNICAÇÃO**; 6.09.01.00-4 **Teoria da Comunicação**; 6.09.02.00-0 **Jornalismo e Editoração**; 6.09.02.01-9 Teoria e Ética do Jornalismo; 6.09.02.02-7 Organização Editorial de Jornais; 6.09.02.03-5 Organização Comercial de Jornais; 6.09.02.04-3 Jornalismo Especializado (Comunitário, Rural, Empresarial, Científico); 6.09.03.00-7 **Rádio e Televisão**; 6.09.03.01-5 Radiodifusão; 6.09.03.02-3 Videodifusão; 6.09.04.00-3 **Relações Públicas e Propaganda**; 6.09.05.00-0 **Comunicação Visual** (CNPQ, Tabela de Áreas, 2010).

Pela lógica de disposição das subáreas nesta tabela percebe-se que Comunicação, pela classificação do número 6.09.00 é a área; já Teoria da Comunicação é tida como subárea, pois seu número é 6.09.01, ou seja, a primeira subárea da Comunicação. No mesmo sentido, segue a subárea Jornalismo e Editoração, que possui a classificação de número 6.09.02 e suas divisões: Teoria e Ética do Jornalismo, Organização Editorial de Jornais, Organização Comercial de Jornais e Jornalismo Especializado (Comunitário, Rural, Empresarial, Científico). A terceira subárea é Rádio e Televisão, e Radiodifusão e Videodifusão estão classificadas como subárea dela. E, por fim, as subáreas Relações Públicas e Propaganda e Comunicação Visual.

No contraste, percebe-se uma coerência entre as áreas mais estudadas em Comunicação & Sociedade e a classificação de áreas pelo CNPq, tanto na incidência das palavras isoladas quanto nas derivações. Desse modo, podem-se classificar os temas de maior incidência na revista, com base na tabela do CNPq, do seguinte modo, destacando-se as dez mais na revista: 1ª) Comunicação: essa é no CNPq a área da grande área Ciências Sociais Aplicadas, 2ª) Televisão: pertence à subárea Rádio e Televisão 3ª) Jornalismo: pertence à subárea Jornalismo e Editoração, , 4ª, 7ª e 9ª) Brasil, ABC e América Latina e Brasil: os temas não pertencem à uma subárea, porém são nomes próprios que indicam maior incidência sobre o próprio território dos pesquisadores, 5ª) Publicidade: enquadrada na subárea Relações Públicas e Propaganda, 6ª) Rádio: pertence à subárea Rádio e Televisão, 8ª) Educação: trata-se de uma interface e pertence à grande área Ciências Humanas, 10ª) Mídia: apesar de não dispor de nome de subárea, pela abrangência do termo, pode pertencer às várias subáreas.

Discussão

Por meio da bibliografia e dos dados levantados na presente pesquisa, que aborda o estudo dos temas de maior incidência de Comunicação & Sociedade, pode-se dizer que todas as edições, até a n° 52, em janeiro de 2010, indexam uma quantidade maior de conteúdos enquadrados como intraface, ou seja, a revista aborda mais estudos sobre a própria área, a comunicação. Por meio das reformulações de edições e das normas de publicação dos conteúdos, percebe-se uma grande transformação da revista, considerando-se também que as normas que regem

os anos de 1970 não são as mesmas aplicadas nos anos de 2000, quando se imprime maior rigor científico na área de comunicação.

Identificou-se também que as derivações da área da comunicação apontam inúmeros estudos como, por exemplo, Comunicação Organizacional, Empresarial e Política, entre outros. Vale comparar os resultados com os de pesquisas como uma publicada no livro *Tendências Atuais da Pesquisa em Comunicação no Brasil*, em que Barbalho (2008) aborda a produção científica do Encontro Nacional de Documentação em Comunicação (Endocom) dos anos de 2002 a 2006. Das temáticas debatidas no congresso, as de maior incidência foram Comunicação Científica (11%) e somente Comunicação (11%).

É importante observar os números também em relação aos dados de uma pesquisa exploratória por amostragem, feita pela Cátedra Unesco/Methodista de Comunicação, em 2007, que informa as áreas mais requisitadas entre os programas de bacharelado, na seguinte ordem: Publicidade, Propaganda e Marketing, com 39% das unidades de ensino; Jornalismo (33%); Relações Públicas (15%); Radialismo/Televisão (7%); Multimídia (2%); Produção Editorial/Cultural (2%); Audiovisual (1%); e Meios Digitais (1%) (MELO, 2008).

Em ordem decrescente, a área Televisão, é a segunda que mais aparece na Comunicação & Sociedade, contando-se as derivações e é, dentre os vários segmentos da indústria de produtos e bens culturais no Brasil, aquela que tem maior destaque e maior capacidade de reverberação na sociedade (REIMÃO, 2008). Essa autora afirma que os estudos sobre televisão enfatizam, no momento, os temas recepção e/ou audiência e ainda cita uma pesquisa feita

no banco de teses da CAPES que computa as teses e dissertações defendidas no Brasil desde 1987, que indicou um total de 1.092 trabalhos sobre televisão. Somente a Rede Globo, emissora líder de audiência no País, foi, isoladamente, objeto de estudo de mais de 150 trabalhos (REIMÃO, 2008).

A área do jornalismo é a terceira com mais estudos na revista C&S. Um estudo de Silva (2008) comenta que para a consolidação do jornalismo como campo científico no país foram importantes quatro fatores: a) expansão dos programas de pós-graduação em Comunicação e do número de jornalistas titulados – até os anos de 1990, existiam somente três mestrados e dois doutorados, e em 2008 são 27 mestrados e 13 doutorados; b) criação de grupos de trabalhos específicos nas sociedades e associações científicas (INTERCOM e COMPÓS); c) publicação de revistas científicas especializadas; e d) fundação de associações e sociedades científicas próprias como Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (1994) e Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (2003).

Já sobre a publicidade, a quinta área com mais textos na revista, estudos mostram que a influência americana no mercado publicitário impulsionou a formação de profissionais na área (GOMES, 2008). Dados de 2008 apontam mais de 150 faculdades que formam profissionais em publicidade e propaganda. Na área da pesquisa acadêmica, Gomes cita que, “por ser a publicidade uma área multidisciplinar, as pesquisas realizadas não se restringem somente às realizadas nos cursos de Publicidade e Propaganda, mas estas são objetos de estudos de outras áreas”. Já no ensino da pós-graduação, tal área não tem

sido uma das mais privilegiadas em cursos de stricto sensu, prevalecendo o lato sensu (MBA) com ênfase muito mais no marketing do que nas reflexões sobre a própria identidade (GOMES, 2008).

Rádio, a sexta área com mais estudos na revista, é analisado por Moreira (2008), que acompanhou a trajetória entre os anos de 1987 a 2007. Uma pesquisa do IBGE, citada pela autora, aponta que em 2005 o rádio estava presente em 88,4% dos lares brasileiros e em praticamente 100% da frota nacional de veículos. O rádio digital é uma categoria típica dos primeiros anos da década de 2000. Moreira faz uma revisão das bibliografias que contemplam a história do rádio no Brasil por meio de 125 textos, em sua maioria livros, mas também capítulos e artigos em revistas científicas. Nessa análise dos títulos e autores que escolheram o rádio como objeto de pesquisa, a autora confirma que é possível agrupar a pesquisa em rádio no Brasil nos últimos 20 anos em 13 categorias: Histórias do Rádio, Manuais, Radiojornalismo, Rádio Regional, Rádio Comunitária, Rádio Digital, Recepção, Gêneros, Códigos e Leis, Rádio e Política, Linguagem, Rádio, Religião e Educação (MOREIRA, 2008).

Mídia é o décimo tema mais pesquisado em Comunicação & Sociedade. Pode representar uma função na Publicidade ou, no caso da maior parte das pesquisas, definir os meios e veículos de comunicação em geral.

A revista C&S também traz grande incidência de estudos da interface Educação, que integra a grande área Ciências Humanas. Moran (2000, p. 156) afirma que “educar é também ajudar a desenvolver todas as formas de comunicação, todas as linguagens: aprender a dizer-nos, a expressar-nos claramen-

te e a captar a comunicação do outro e a interagir com ele”. Quando Romancini (2006) utilizou como palavra-chave de busca “comunicação” para ver a maior incidência do uso do termo na nomeação dos diretórios de pesquisa do CNPq, deixando de fora a própria área de comunicação, encontrou a área de Educação como a mais interessada nos estudos comunicacionais, com 69 grupos de pesquisa assim nomeados em 2004. Isso revela que tanto a relação comunicação-educação quanto a inversa (educação-comunicação) é bastante utilizada, visto que a área é a interface com maior incidência na mais antiga revista brasileira de Comunicação.

Pode-se dizer ainda que as interfaces encontradas nas edições de Comunicação & Sociedade são estudos que apontam para outras áreas de interesse, que se utilizam, sim, da área da comunicação, mas trazem contribuições e pensamentos para outras disciplinas que não a comunicação. Porém, tanto a interface quanto a intraface podem ocorrer ao mesmo tempo em um estudo, e não depende apenas de quem escreveu mas também do campo de interesse de quem for ler. Por exemplo, o título “Mulheres e Aids: Escritos do Jornal Folha de São Paulo”, ao mesmo tempo aponta para a área do jornalismo e para saúde. Por se tratar de uma revista da Comunicação, é também natural que os títulos e palavras-chave tenham sido construídos para priorizar, de algum modo, a área comunicacional.

Já os resultados que focalizam estudos por meio dos nomes próprios Brasil, América Latina e ABC indicam, de maneira geral, que a área de estudos da comunicação opta por esses locais para análises, discussões e estudos mais aprofundados; assim,

vê-se uma preocupação com a sociedade inserida nestes locais.

Conclusão

Ao realizar a análise cienciométrica para refletir sobre as interfaces e intrafaces do campo da comunicação na revista científica *Comunicação & Sociedade*, a mais antiga publicação do campo comunicacional do Brasil em vigor, verificou-se que em todas as edições pesquisadas dedica-se espaço para discussão de temas condizentes com a classificação das áreas proposta pelo CNPq. Analisou-se a estruturação de todas as 52 edições – de julho de 1979 a janeiro de 2010 – e por meio dos títulos e palavras-chave dos textos publicados chegou-se às áreas de maior incidência na revista.

Os resultados apontam para maior ocorrência das intrafaces comunicacionais, visto que as dez áreas que possuem maior número de estudos na revista são, pela ordem, Comunicação, Televisão, Jornalismo, Brasil, Publicidade, Rádio, ABC, Educação, América Latina e Mídia. A revista aloca também bom espaço para estudos da interface educação, que igualmente, nos estudos de Romancini (2006), é a área que apresenta maior número nos diretórios de pesquisa, fora da área, interessados em comunicação. Sobre a abrangência e preocupação com a sociedade, registram-se os temas indicativos de lugar ABC, América Latina e Brasil, a configurarem o próprio espaço de vivência dos pesquisadores. Vale lembrar que a região onde a revista está inserida é São Bernardo do Campo, no ABC paulista.

Os resultados da presente pesquisa estão servindo como parâmetro para comparação com outras

pesquisas, que fazem levantamento da Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), e da Revista Portuguesa Comunicação e Sociedade, da Universidade do Minho, Portugal. Ambas fazem parte de um projeto maior intitulado Comunicação, Linguagem e Metodologia.

Referências bibliográficas

ABNT -ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NB-61: Informação e documentação – artigo em publicação periódica científica impressa: apresentação**. Rio de Janeiro: ABNT, 2003.

BARBALHO, Célia Regina Simonetti. **Portais eletrônicos: Estudo comparativo da oferta da comunicação**. 2004. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/errata/barbalho>. Acessado em 17/02/2010.

_____. Produção científica no âmbito do ENDOCOM: uma análise bibliométrica dos trabalhos apresentados no período de 2002-2007. In: MORAIS, Osvando J. de (org.). **Tendências Atuais da Pesquisa em Comunicação no Brasil**. São Paulo: Intercom, 2008.

BRAGA, José Luiz. **Os estudos de interface como espaço de construção do Campo da Comunicação**. 2004. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_658.pdf Acessado em 14/10/2009.

CNPq -Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. **Tabela de Áreas**. Disponível em: <http://www.cnpq.br/areasconhecimento/index.htm> Acessado em 22/02/2010.

DICIONÁRIO Houaiss da Língua Portuguesa. Inst. Antônio Houaiss. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

FADUL, Ana Maria. Matrizes Comunicacionais: taxionomia de teses e dissertações – 1998-2002. In: Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, n. 40, p. 95-108, 2º sem. 2003.

GOMES, Neusa Demartini. Publicidade e Propaganda. In: MELO, José Marques de. **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

INTERCOM: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 2009. Disponível no site: www.intercom.org.br Acessado em 25/02/2009.

LOPES, M^a Immacolata Vassallo e ROMANCINI, Richard. **Pesquisa de Percepção de Relevância de Revistas e Autores: Referências do Campo da Comunicação**. CECOM – Centro de Estudos do Campo da Comunicação, ECA, São Paulo. 2009. Disponível em:

http://sites.google.com/site/cecomeca/indicadores/Pesquisa_referencias.pdf?attredirects=0 Acessado em 24/02/2010.

MELO, José Marques de. **Comunicação Social: Teoria e Pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1975.

_____. **O campo da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MORAN, José Manuel. **Mudanças na comunicação pessoal: gerenciamento integrado da comunicação pessoal, social e tecnológica**. São Paulo: Paulinas, 2000.

MOREIRA, Sonia Virginia. Rádio. In: MELO, José Marques de. **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

REIMÃO, Sandra. Televisão. In: MELO, José Marques de. **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

ROMANCINI, Richard. **O campo científico da comunicação no Brasil: institucionalização e capital científico**. Tese de doutorado. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 2006.

SILVA, Elias Machado da. Jornalismo. In: MELO, José Marques de. **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

VANTI, Nádia A. P. **Da Bibliometria à Webometria: Uma Exploração Conceitual dos Mecanismos Utilizados para Medir o Registro da Informação e Difusão do Conhecimento**. 2002. Disponível em: www.scielo.br/pdf/ci/v31n2/12918.pdf Acessado em 12/08/2008.