
Geografias da Comunicação como campo de estudos: um balanço inicial dos primeiros dez anos no Brasil¹

Sonia Aguiar²

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

RESUMO

Este artigo apresenta um balanço inicial das tendências teóricas e empíricas dos trabalhos apresentados nos primeiros dez anos do GP Geografias da Comunicação nos congressos nacionais da Intercom, realizados entre 2009 e 2018. Ao longo desse período foram apresentados 175 artigos científicos produzidos por 97 autores de 55 instituições de todas as regiões do país, ainda que com uma flagrante concentração no eixo Rio-São Paulo. O balanço concentrou-se na decupagem de todos os títulos publicados nos Anais do Grupo, visando identificar a presença ou não dos conceitos básicos da Geografia (com base em três obras de referência), os temas da pesquisas e as localidades em que os estudos empíricos foram realizados. Também foram identificados os autores mais assíduos no GP, que estão se configurando como lideranças do campo no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE

conceitos geográficos; cartografias; mídia local e regional; regiões de fronteira; interdisciplinaridade;

Introdução

O GP Geografias da Comunicação dos congressos nacionais da Intercom começou a ser gestado no evento de 2008, em Natal, em uma mesa submetida ao III Multicom – Colóquios Multitemáticos de Comunicação, sob a coordenação das pesquisadoras Anamaria Fadul e Sonia Virginia Moreira. O objetivo, segundo o texto divulgado na ocasião, era apresentar o grupo de pesquisa homônimo (com a sigla Geocom), então registrado pelo CNPQ, a partir de certificação na Universidade Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Mas visava, também, abrir uma oportunidade para pesquisadores interessados em estudos sobre meios e problemas de comunicação em âmbitos local, regional, nacional e internacional, em especial estudos comparados de sistemas midiáticos, de caráter privado ou público, e os então emergentes aspectos da convergência multimídia.

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação do XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Dra. em Comunicação/ Ciência da Informação, profª do Curso de Jornalismo e do PPGCOM-UFS: saguiar@ufs.br

Tratava-se, na época, de uma proposta de abordagem interdisciplinar entre dois campos que então pouco conversavam, mesmo em âmbito internacional. Tanto que, dez anos antes, o geógrafo estadunidense Ken Hillis havia publicado o agora clássico artigo “On the margins”, sobre a invisibilidade da comunicação na geografia. Desde então, o professor da University of North Caroline tem se dedicado a pesquisas sobre políticas das tecnologias de informação, com ênfase à comunicação mediada por meios eletrônicos e digitais, com especial atenção à “tecnologização” da esfera pública, e às relações entre identidade, informação e tecnologias.

O artigo de Hillis inspirou o texto apresentado por Sonia Virgínia Moreira na abertura do GP Geografias da Comunicação da Intercom – “Sobre a invisibilidade da Geografia na Comunicação” (2009), no qual a autora constata “um interesse mais frequente dos geógrafos pela comunicação do que dos pesquisadores da comunicação pela geografia”, apesar da avaliação contrária do pesquisador dos EUA. A bem da verdade, há uma literatura internacional dispersa e pouco conhecida sobre a relação entre esses dois campos, que se desenvolve em “ilhas” acadêmicas de investigadores franceses, norte-americanos, nórdicos e britânicos.

A bibliografia que esses grupos vêm produzindo (cuja revisão não é alvo deste artigo), remonta aos idos de 1971, quando o francês Gilbert Maistre publicou o artigo “Pour une géographie des communications de masse”, no qual considera que:

As comunicações de massa oferecem aos pesquisadores um imenso campo de investigação que atrai de publicitários a sociólogos e, ocasionalmente, especialistas do direito, da psicologia, das ciências políticas, da economia, da história, do jornalismo etc. Os geógrafos deram pouca contribuição aos esforços para entender melhor o papel e a ação dos meios de comunicação de massa, apesar da expansão contemporânea de seu campo de pesquisa (MAISTRE, 1971, p. 215).

Em 1985, o geógrafo cultural Paul Claval referiu-se a um tempo ainda mais remoto, ao afirmar que desde os anos 1960 a pesquisa geográfica já havia descoberto o relevante papel da informação na organização espacial, mas ainda se dedicava mais aos transportes do que às comunicações, o que só poderia ser superado com uma abordagem mais humanista e não positivista. Essa genealogia faz ainda mais sentido quando lembramos que, em 1955, o geógrafo brasileiro Milton Santos apresentou um pequeno artigo em um congresso de jornalistas, propondo uma categorização funcional das “regiões jornalísticas”.

Contudo, foi somente a partir da metade da primeira década deste século que os diálogos entre as duas disciplinas começaram a dar frutos e a romper fronteiras, com trabalhos como os de Salovaara-Moring (2004), Falkheimer e Jansson (2006), Thussu (2007), Hafez (2007), Morley (2007), Adams (2009; 2010), entre outros ainda não devidamente prospectados.

Em novembro de 2007 foi lançada a primeira revista especializada no campo, a *Aether: The Online Journal of Media Geography*, editada por Jim Craine, Jason Dittmer e Chris Lukinbeal, e que tinha Paul Adams e Ken Hillis em seu Conselho editorial. No texto de apresentação do terceiro número, em 2008, a publicação mostrava-se inovadora não só no tema e no conteúdo como também no formato: “We strongly encourage and support the use of multimedia productions in our journal and we hope we can offer an acceptable venue for those seeking to transcend (and even transgress) the knowledge-limiting restraints of traditional academic publications”.

É nesse contexto que o GP Geografias da Comunicação emerge, abrigando pesquisas focadas em diferentes espacialidades de fenômenos da comunicação e dos sistemas de mídia, mas ainda majoritariamente alheia aos referenciais epistemológicos das Geografias (humana, cultural, social, econômica, política), como indicam os dados coletados para este artigo nos Anais do Grupo.

Este artigo tem como referência inicial o quadrante de relações dialéticas proposto por Paul Adams (2010), com base em vários autores, entre os eixos espaço-lugar e contexto-conteúdo, a partir dos quais é possível observar a mídia em determinados espaços e lugares (em termos da sua organização espacial e audiências alcançadas); assim como os espaços e lugares na mídia (em termos de narrativas e representações). A partir da taxonomia desenvolvida por este autor, traça-se um roteiro de investigação exploratória, tomando por base os “conceitos fundamentais da pesquisa socio-espacial” inventariados pelo geógrafo Marcelo Lopes de Souza (2013) e os “conceitos e temas” básicos da Geografia discutidos na obra organizada por Iná Elias de Castro, Paulo César Gomes e Roberto Lobato Corrêa (2014).

Em comum, as duas obras apontam como conceitos-chave da ciência geográfica: espaço, território, região, lugar, escala e redes, dos quais derivam diversos temas passíveis de investigação. Com base neles, todos os títulos dos trabalhos apresentados no GP, entre 2009 e 2018 – ou seja, nos seus primeiros 10 anos de existência – foram decupados em busca do quanto o diálogo epistemológico entre as duas disciplinas vem se

realizando e como as Geografias da Comunicação vêm se constituindo enquanto campo de estudos com referenciais próprios.

O estudo exploratório buscou também avaliar o grau de participação nos encontros do Grupo e identificar o perfil dos pesquisadores “mais assíduos”, tanto em termos das temáticas que privilegiam quanto das suas inserções institucionais e geográficas. Ou seja, se também nas Geografias da Comunicação manifesta-se a “região concentrada” do país (SANTOS & SILVEIRA, 2008, p. 268-269): “A Região Concentrada, abrangendo São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, caracteriza-se pela implantação mais consolidada dos dados da ciência, da técnica e da informação”. Nesse recorte do país...

[...] o meio técnico-científico-informacional se implantou sobre um meio mecanizado, portador de um denso sistema de relações, devido, em parte, a uma urbanização importante, ao padrão de consumo das empresas e das famílias, a uma vida comercial mais intensa. Em consequência, a distribuição da população e do trabalho em numerosos núcleos importantes é outro traço regional (Idem, p.269).

Proliferam, aí, atividades “ligadas à globalização” e um novo setor de serviços ligados às finanças, à assistência técnica e à informação que fomenta “novas especializações do trabalho nessa região” e “sustenta as novas classes médias”.

Perfil da participação nos encontros do Grupo

Nesses dez anos que constituem o *corpus* deste estudo, foram apresentados 175 artigos científicos de 97 autores vinculados a 55 instituições diferentes, Nesse período, apenas três eventos tiveram número de trabalhos abaixo da média de 17,5: os de Manaus, Foz do Iguaçu e Joinville (Quadro 1), o que pode ser atribuído às dificuldades (e custos) de locomoção por parte dos participantes eventuais (65% dos autores estiveram apenas uma vez do GP). Em contrapartida, os encontros realizados nas cidades mais próximas das instituições dos autores mais frequentes (ver adiante) – Rio de Janeiro, São Paulo e Curitiba – receberam a maior quantidade de artigos (40% do total em três edições).

A distribuição regional das instituições de ensino superior citadas nas assinaturas dos artigos indicam que o GP de Geografias da Comunicação reflete a mesma concentração de produção e disseminação de conhecimento historicamente enraizada no país. Foram 152 do Sul-Sudeste, 71% das quais do eixo Rio-São Paulo, contra 41 das outras três regiões do país (ver Quadro 2).

Quadro 1 – N° de trabalhos no GP Geocom por ano

Ano	No p/ Ano	Cidade	UF
2009	19	Curitiba	PR
2010	19	Caxias do Sul	RS
2011	18	Recife	PE
2012	19	Fortaleza	CE
2013	13	Manaus	AM
2014	15	Foz do Iguaçu	PR
2015	23	Rio de Janeiro	RJ
2016	23	São Paulo	SP
2017	24	Curitiba	PR
2018	15	Joinville	SC
10 anos	175	Média = 17,5	

Fonte: elaboração própria com base nos Anais disponíveis no Portal da Intercom

Como analisaram Santos e Silveira (2008, p.259-269), a “desigualdade territorial” que marca a formação social e o desenvolvimento brasileiros é constituída pelas fortes “diferenças de densidade” do meio-técnico-científico informacional, do qual tanto as instituições de ensino e pesquisa quanto os sistemas midiáticos são elementos intrínsecos. Assim, enquanto as regiões Sul e Sudeste possuem várias “zonas de densidade” desse meio e diversos “espaços luminosos” - entre os quais o eixo Rio-São Paulo salta aos olhos -, o restante do território nacional é repleto de “espaços opacos e de lentidão” e de muitas “zonas de rarefação”. É nessa polarização que se produzem “as novas lógicas centro-periferia”, que concede a uns mais oportunidades do que a outros.

Quadro 2 - Perfil geográfico das IES dos autores com n° de citações

Região	UF	IES – Instituição de Ensino Superior
	RJ	UERJ (43); UFF (7); UFRJ (7); UNIRIO/UFRJ (2)
Sudeste 117	SP	Uniso (9); USP (7); Cásper (6); UNICAMP (6); UniTau (3); PUC-SP (2); UNESP (3) + Umesp, ESPM, ESAMC, UNIP (1x cada)
	MG	UEMG (3); PUC-MG; UFJF; UFMG; UFOP (1x cada)
	ES	UFES (1)
	SC	UFSC (12); FURB (1); Univille (1)
Sul 35	PR	UEPG, UFPR, UFTPR, Uninter com 1x cada
	RS	PUC-RS (3); UNISC (3); UFRGS (2); UFSM (2); ULBRA (2) + Unisinos, Unipampa e três IES em parcerias com 1x cada
	MS	UFMS (18);
Centro-Oeste 19	MT	UEMT/UFMT (1);
Nordeste 13	BA	UFBA (2); UNEB (1); FASETE (1)
	SE	UFS (3)
	PE	UFPE (1)
	RN-CE	UFRN-UFC (2)
	PI	UFPI (2)/FSA (1)
Norte	TO	UFT (8);

9	PA	UFPA (1)
Exterior	Portugal	Uporto (3)
4	EUA	UTx-Austin (1)

Fonte: elaboração própria com base nos Anais disponíveis no Portal da Intercom
Obs: o total de citações às IES é maior do que o total de trabalhos devido às co-autorias

Mas parte dessa concentração institucional também pode ser explicada pela liderança exercida no Grupo pelas suas co-fundadoras, Sonia Virginia Moreira e Daniela Ota, como será visto adiante. Não por acaso 43 das 59 citações de instituições fluminenses são da UERJ, onde a primeira é professora da pós-graduação em Comunicação desde 2010 (atualmente como colaboradora) e vem orientando trabalhos em temáticas afins às Geografias da Comunicação, incluindo de atuais doutores e de ao menos um pós-doutor.

Fora do eixo Rio-São Paulo, a Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS) reina absoluta, com 18 citações, graças à participação contínua de Daniela Ota (única que apresentou trabalho em todas as edições) e à adesão de alguns de seus alunos à temática do Grupo.

Pesquisadores gaúchos também têm marcado forte presença no GP, com 17 trabalhos ao todo, mas pulverizados em sete instituições, incluindo trabalhos em co-autorias multi-institucionais. Tanto os trabalhos do MS quanto os do RS têm trazido à tona as investigações sobre os fenômenos comunicacionais típicos das regiões de fronteira (sobretudo as do Brasil com a Argentina e com o Paraguai), incomuns nos estudos de mídia hegemônicos, mesmo em um país com quase 16 mil quilômetros de fronteiras terrestres como o nosso. Já a tímida participação do Paraná causa estranheza, considerando que pelo menos na UEPG há pesquisadores com trabalhos relevantes em jornalismo local-regional e internacional.

Com base nos dados apresentados acima e na distribuição do número de trabalhos por autor, é possível dizer que o GP Geografias da Comunicação possui um “núcleo duro” formado pelos dez participantes mais assíduos (com 10 a 5 trabalhos ao longo dos 10 anos – ver Quadro 3), seguido por um “segundo escalão” de outros 23, que marcaram presença de duas a quatro vezes no período. Vale destacar que os dez estão entre os 25 associados formais do GP³, dos quais outros cinco enquadram-se no

³ Listagem disponível no endereço <http://www.portalintercom.org.br/eventos1/gps1/gp-geografias-da-comunicacao>, junto à ementa do Grupo e das atuais coordenadoras, Roberta Brandalise e Daniela Ota.

“segundo escalão”⁴. Por outro lado, seis só apresentaram trabalho uma vez e quatro nunca participaram dos encontros.

É interessante observar o “colégio invisível”⁵ que foi se formando em torno da pesquisadora Sonia Virginia Moreira, expresso não só nas 43 menções à UERJ, mas também pela presença de dois de seus orientandos de Doutorado na lista de participantes mais assíduos (Jacqueline Deolindo e Pedro Aguiar), além de seu “supervisionado” de pós-doutorado (2013) Paulo Celso da Silva, um dos dois geógrafos do grupo, ao lado de André Pasti. Este, aliás, é um bom exemplo de pesquisador interdisciplinar, que soube transitar da Geografia para a Comunicação, a ponto de ter se tornado Membro do Conselho Diretor do Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social e de ter coordenado a pesquisa “Quem Controla a Mídia no Brasil?”, uma iniciativa internacional da ONG Repórteres sem Fronteiras que ganhou o nome de Media Ownership Monitor (Monitor de Propriedade de Mídia) e foi realizada no Brasil em parceria com o Intervezes.

Quadro 3 - Perfil acadêmico dos dez autores mais assíduos:

Nome	Nº	Graduação	Mestrado	Doutorado	IES de vínculo
Daniela Cristiane Ota	10	Jornalismo UFMS	Comunicação Umesp	Jornalismo USP	UFMS
Maria José Baldessar	9	Jornalismo UFSC	Sociol. Política UFSC	Comunicação USP	UFSC
Paulo Celso da Silva	8	Geografia/ Filosofia	Geografia USP	Geografia USP	Uniso
Roberta Brandalise	8	Jornalismo UFSM	Comunicação USP	Comunicação USP	Casper Líbero
Sonia Virginia Moreira	8	Comunicação UGF	Jornalismo UC/EUA	Comunicação USP	UERJ/UFJF
Margarethe Born Steinberger-Elias	6	Letras PUC-Rio*	Letras PUC-Rio	Comunicação e Semiótica PUC-SP	UFABC
Jacqueline Deolindo	6	Comunicação FAFIC	Comunicação UERJ	Comunicação UERJ	UFF/Uniflu
Liana Vidigal Rocha	5	Jornalismo UFES	Comunicação USP	Comunicação USP	UFTO
Pedro Aguiar	5	Jornalismo UFRJ	Comunicação UFRJ	Comunicação UERJ	UFF
André Buonani Pasti	5	Geografia Unicamp	Geografia Unicamp	Geografia USP	Cotuca

Fonte: elaboração própria com base nos Anais disponíveis no Portal da Intercom; * Curso de Jornalismo interrompido; UC/EUA - University of Colorado, UC, Estados Unidos; Cotuca - Colégio Técnico da Unicamp

Agendamento temático e conceitual do Grupo

Por se tratar de uma investigação preliminar e exploratória, restrita aos títulos dos 175 trabalhos publicados nos Anais do GP, estes foram tomados como enunciados-

⁴ Janaina Visibeli Barros; Sonia Aguiar; Ana Carolina Almeida Souza; Marcionize Elis Bavaresco; Thays Assunção Reis.

⁵ Expressão criada pelo físico-químico irlandês Robert Boyle no século 17 para definir um grupo de pesquisadores que produzem conhecimento colaborativamente, mas não estão fisicamente próximos nem trabalham na mesma instituição, podendo ter até nacionalidades diferentes.

síntese da pesquisa realizada, nos quais buscou-se verificar; a) o grau de adesão ao campo das Geografias da Comunicação, identificável por meio de termos iniciados pelo prefixo “geo”; b) os eixos paradigmáticos relacionados aos cinco conceitos básicos da pesquisa geográfica e socio-espacial apontados por Catro, Gomes e Corrêa (2014) e por Souza (2013) – espaço, território, região, lugar e escala; e c) as localidades ou abrangências geográficas nas quais as pesquisas foram realizadas ou pelas quais se balizaram.

Para viabilizar a localização desses termos e o seu cruzamento (atual e futuro) com outros dados relativos aos artigos do GP, todos os metadados dos textos (ano, código do artigo nos Anais, título, palavras-chave, autor/es, IES e URL) foram inseridos em um mesmo arquivo de banco de dados, sobre os quais foram sendo feitas “consultas” à medida que as questões iam surgindo.

A premissa que orientou a investigação é a de que o simples fato de um estudo centrar-se em países, cidades ou outras localidades não é suficiente para enquadrá-lo no escopo epistemológico das Geografias da Comunicação, pois a referência geográfica pode ser apenas uma delimitação espacial do *corpus*, sem refletir no modo de observação do fenômeno, do sistema ou do processo em questão, como levam a crer os exemplos a seguir: “Modelos de construção narrativa no jornalismo digital no Brasil, Estados Unidos e Inglaterra”; “Smartphones, internet móvel e transformações na comunicação: considerações sobre este processo no Brasil e na Argentina”; “A circulação de ideias (e confraternizações) nos Colóquios Brasil-Argentina (2007-2013)”. Nesses casos, só um estudo estendido ao conteúdo completo do artigo poderia dirimir essa dúvida.

Outra questão que diz respeito ao grau de adesão ao campo – que não será possível aprofundar no âmbito restrito deste artigo – é o uso metafórico de termos geográficos como espaço, cartografia e mapeamento, ou a indistinção do território estritamente simbólico, tal como trabalham os pesquisadores da Antropologia, do território como instância de poder, como é teorizado pelos geógrafos (embora isto não signifique excluir seus aspectos simbólicos).

a) Grau de adesão às Geografias da Comunicação

A busca pelo prefixo “geo” nos títulos dos artigos recuperou 31 trabalhos (cerca de 18% do total), dos quais onze utilizam a expressão “Geografias da Comunicação”,

indicando um esforço de adesão à construção deste campo interdisciplinar. Outros termos e expressões que transitam nessa direção são: Geografia, Comunicação e Cultura; pensamento geográfico; método geográfico; geojornalismo; telejornalismo georregional; geografia da produção jornalística; geografia das agências de notícias; geografias da Internet; geografia dos mundos virtuais; geopolítica das mídias; geolocalização [em aplicativos de redes sociais]; e *cultural geography* (utilizado no único artigo em inglês apresentado no Grupo, na sua sessão inaugural).

Algumas palavras soltas recuperadas pela busca só puderam ter seu sentido verificado, nos termos do viés proposto pela investigação, no contexto do enunciado completo, como nos casos de: “*Geografias do público e do privado na configuração de um marco legal para as comunicações*”; “A política pela *Geografia*: a ocupação de terras e da *mídia* como ferramenta Sem-Terra” (grifos adicionados); ou “Estudo de condições para reconhecimento automático de *entidades geográficas* em *textos jornalísticos* da língua portuguesa”.

Já outras terminologias com o prefixo “geo” localizadas nos títulos não permitiram uma inferência positiva em relação aos objetivos da investigação, seja por não estarem diretamente associadas a algum referencial do campo da Comunicação, como nos casos de “Memória do samba carioca: geografias simbólicas e territorialidades da memória”; “OTT RJ: da geografia da criminalidade à contenção territorial”; seja por se referir explicitamente a outra disciplina, como em “Recursos tecnológicos aplicáveis a *bases de dados geográficos* para extração de *informações relevantes na área de Turismo*”. Mas de todas as expressões desse eixo paradigmático, a mais intrigante foi sem dúvida a contida neste título: “O paradoxo da Internet: arquitetura emancipatória, *geografia aprisionante*”. Neste caso, a autora deste artigo não se conteve nos próprios postulados metodológicos e foi ao texto completo tentar desvendar. No resumo, o texto de autoria de um doutorando do Programa de pós-graduação em Geografia da Universidade de Campinas foi apresentado como um “ensaio que tem por objetivo debater o caráter dual da internet enquanto fenômeno geográfico”, fundamentado em teorias sobre os usos do território (no caso, o brasileiro) e nas “noções de fluidez potencial e efetiva de Milton Santos”. Contudo, mediante uma busca pela expressão “geografia aprisionante” no texto completo, descobre-se que ela foi usada apenas como um recurso estilístico, ou retórico, pois aparece somente no título, o que acaba ocasionando um desnecessário ruído de comunicação científica.

Por fim, a desconfiança sobre a aparente incoerência entre duas expressões do título “As potencialidades do *pensamento geográfico*: a *cartografia de Deleuze e Guattari* como método de pesquisa processual” (grifos adicionados), levou novamente a investigadora ao texto completo. E não deu outra: constatou-se a apropriação indébita da expressão “pensamento geográfico” em um artigo todo construído a partir do uso metafórico do termo “cartografia” pelos dois filósofos franceses (amplamente disseminado nas Ciências Sociais e na Comunicação), sem que haja uma só referência bibliográfica da Geografia que pudesse respaldar tal associação.

b) Conceitos básicos da pesquisa socioespacial aplicado à comunicação

Para a verificar se os textos do GP vêm praticando, de fato, a interdisciplinaridade, incorporando à pesquisa em Comunicação conceitos básicos da Geografia, empreendeu-se uma busca na mencionada base de dados com os termos: espaço, território, região, lugar e escala. Os resultados são resumidos a seguir.

A busca pelo termo “território” foi associada aos seus principais derivativos na literatura recente da Geografia que trata dos impactos das tecnologias digitais de comunicação e informação, o que resultou em 21 artigos com as seguintes expressões, além do termo isolado (8 menções): usos do território; *território das redes*; *território-rede*; *territórios da comunicação*; *territórios midiáticos*; territórios sensíveis; território simbólico; musical; argentino; *mídia territorial*; contenção territorial; territorialidades do conhecimento; territorialidades da memória; desterritorializantes. Os grifos adicionados indicam os termos que melhor denotam a interdisciplinaridade em questão.

Na busca pelo termo “região”/ regiões e seus principais derivados (regional; regionalização) foram encontrados 19 artigos com as seguintes referências: regional (2); *mídia regional* (2); *veículos regionais*; *revistas regionais*; *webjornalismo regional* (2); contexto regional; produção regional; regionalização; *regionalização da mídia*; *regionalização midiática*; *regiões jornalísticas*; regiões de fronteira; região de influência das cidades; cultura audiovisual de uma região; Região Norte; “regiões de sombra e de silêncio”. Esta última expressão foi utilizada por Sonia Virgínia em um artigo de 2018 sobre um projeto de pesquisa em andamento acerca das áreas desconhecidas ou invisíveis do audiovisual e das telecomunicações no Brasil. Os grifos seguiram o mesmo critério do tópico anterior.

Ao contrário do que se supôs no início da investigação, o termo “espaço” e seus derivados (espacial; espacialidade/s) não predominou entre as referências geográficas dos artigos do GP, aparecendo em apenas 16 dos 175 títulos inventariados, e nenhum deles diretamente associado ao campo comunicacional, como se verificou com “território” e “região”: espaço (6 menções); espaço urbano (3); espaço brasileiro; espaço contemporâneo; espaço cultural; espacialidade; espacializações; dinâmicas espaciais; virada espacial foram as ocorrências recuperadas.

Outra surpresa foi a pouca referência a “lugar(es)” e seus derivados (local; localidade), dos quais foram encontradas sete citações, além do termo isolado: lugar na cultura visual; *mídia local*; *jornalismo local*; *imagem local*; abrangências locais; localização de correspondentes. O resultado para “escala” foi ainda mais pífio, com apenas duas citações nos seguintes títulos: “O conceito de escala geográfica nos estudos de mídia regional” (2015) e “Mídia impressa fronteiriça: escalas espaciais nas abordagens da temática rural” (2018), que cita a mesma base da pesquisa que resulta o primeiro (AGUIAR, 2016). Mas neste caso, a escassez não foi surpreendente, já que entre os próprios geógrafos a “escala geográfica” ainda merece muito menos atenção do que a “escala cartográfica”. A propósito, a presença da “cartografia(s)” e seus derivados e correlatos (cartográfico; mapa; mapeamento) em 16 títulos superou qualquer suposição inicial, mesmo após a constatação do crescente uso metafórico desses termos na pesquisa em Comunicação, como assinalado anteriormente. Por isso optou-se pelo destaque a esses títulos no Quadro 4, com os referidos termos grifados. Não foi possível verificar, contudo, os usos metafóricos e geográficos de cada um.

Quadro 4 – Títulos com referência a “cartografia(s)” e seus derivados e correlatos

Ano	Título
2009	Noticiário Internacional: um <i>mapa</i> de contradições e influências ideológicas e econômicas
2010	As Potencialidades do Pensamento Geográfico: a <i>cartografia de Deleuze e Guattari</i> como método de pesquisa processual
2011	<i>Cartografia 2.0</i> : pensando o <i>mapeamento participativo</i> na internet
2011	<i>Mapas</i> da moda urbana: linguagens e territórios da comunicação no morro da Mangueira
2011	<i>Mapeamento da mídia</i> fronteiriça em Mato Grosso do Sul
2011	O RJTV e a (Re)Urbanização do Rio: uma <i>cartografia</i> da violência no discurso telejornalístico de pacificação
2012	Dois séculos de fado: uma proposta <i>cartográfica</i>
2012	<i>Mapeamento da TV Aberta</i> no Marajó: história, realidades e perspectivas
2012	Mulheres em Trânsito: uma <i>cartografia da comunicação</i> na metrópole moderna
2014	A espacialidade na cobertura jornalística: <i>mapas</i> e percursos nas fronteiras nacionais

2016	<i>Cartografia das emissoras radiofônicas sulmaranhenses</i>
2017	A mídia regional na era on-line: <i>mapeamento dos sites e blogs</i> jornalísticos no estado do Tocantins
2017	<i>Cartografias digitais colaborativas: questões para as geografias da comunicação</i>
2017	Emissoras AM em Mato Grosso do Sul: um <i>estudo cartográfico</i> das [emissoras] que vão migrar para FM
2017	<i>Mapeamento de Agências de Notícias: localização de correspondentes e escritórios das principais empresas do setor</i>
2017	Territórios sensíveis: <i>cartografias de som, imagem e afeto</i>
2018	<i>Mapeamento dos serviços de mídia</i> das cidades médias da Região Norte

Embora “fronteira” não seja um termo comumente privilegiado pelos geógrafos e muito menos pelos estudiosos de mídia, trata-se, sem dúvida, de uma questão relevante para um país que tem quase 16 quilômetros de fronteiras terrestres. O agendamento dessa temática, sob a ótica da “mídia regional fronteiriça”, por pesquisadores gaúchos e sulmatogrossenses é uma significativa contribuição do GP.

Quadro 5 – Títulos com referências a “fronteira(s)” e seus sentidos

Ano	Título
2009	Diversidade cultural e apropriação de bens simbólicos na fronteira Brasil-Argentina
2009	Representação histórica das cidades fronteiriças de Mato Grosso do Sul
2011	Mapeamento da mídia fronteiriça em Mato Grosso do Sul
2012	Futebol e rivalidade na fronteira Brasil-Argentina: Pelé e Maradona na televisão brasileira
2013	Fronteiras jornalísticas: do silêncio à alteridade
2014	Webrádios, streaming e migração de banda: tendências para as linguagens digitais nas rádios da fronteira Brasil-Paraguai
2014	O negócio além fronteiras: experiências sensíveis com a Disney pelo Facebook
2014	Televisão brasileira nas fronteiras paraguaio-brasileira, argentino-brasileira e uruguaio-brasileira: identidade e diferença, aproximação e distanciamento ou colaboração e conflito entre povos
2015	A representação positiva do Uruguai e a reafirmação do estereótipo da amizade uruguaio-brasileira no telejornalismo e no imaginário fronteiriço
2015	Guerra das Malvinas (1982) nos jornais fronteiriços Folha de São Borja (Brasil) e Unión (Argentina)
2016	Mbae Éichapá, Chamigo! – disputas culturais e programação radiofônica na fronteira de Brasil e Paraguai
2017	O potencial turístico dos complexos urbanos transfronteiriços
2017	O estigma da falsificação ou da pirataria, a circulação dos sentidos propostos pela televisão brasileira e a resistência na fronteira Paraguai-Brasil

Um outro tema de pesquisa na interface da Comunicação com a Geografia ainda incipiente no Grupo, dada a sua importância e dimensão contemporâneas, foi revelado a partir da busca pelos termos “internacional”; mundo/mundial; global, que indicou a

predominância do paradigma do global/ globalização (14 menções) sobre o internacional (6), incluindo o inusitado termo “desglobalização”.

Por fim, a busca também revelou termos que escapam às categorizações clássicas da Geografia e foram aqui classificadas de “espacialidades híbridas”, como nos exemplos a seguir (com grifos adicionados): “O *contínuo rural-urbano* como mediação cultural nos processos de recepção da televisão brasileira na fronteira Paraguai-Brasil”; “(...) a reconfiguração do político e os ciberativismos como *localismos globalizados* via Twitter”; “Jornalismo móvel – *espaço de lugares e não-lugares* e de novas práticas profissionais”; “Notícias do *entre-lugar*: jornalismo, ambivalência e liminaridade”. Também foram enquadrados nesse hibridismo as pesquisas sobre o “hiperlocal” e o “hiperlocalismo”, bem como sobre mídia e jornalismo do “interior”, já que esta categoria não se refere a uma escala geográfica, envolvendo uma noção relacional de localidades que se opõem a uma capital de Estado (no contexto brasileiro). Alguns denotam fenômenos que transitam entre espacialidades clássicas, como o jornalismo de proximidade *entre o local e o regional*; o “*fluxo local, regional e internacional* de conteúdo em rádios públicas brasileiras”; os “subsídios aos *media regionais e locais* em Portugal”

Vale destacar ainda o foco dados por alguns pesquisadores à “cidade”, ainda que a relação dessa espacialidade com a comunicação pareça difusa nos títulos: discurso de “pacificação” da cidade; retrato da cidade; cidade trans; cidades criativas; “A Cidade Letrada”; metrópole contemporânea; *gentrification*; praça; praia; “bairrismo”. O tema do “estrangeiro na mídia” e das construções discursivas midiáticas sobre a migração vem interessando particularmente a pesquisadores do Sul do país, tanto sob o viés das heranças pós-coloniais quanto sob o impacto da imigração haitiana (e provavelmente se ampliará com a questão dos sírios e dos venezuelanos em diferentes partes do país).

Apesar de todas essas referências geográficas compiladas nos Anais do GP, 60% dos 175 títulos decupados não apresentaram nenhuma referência aos cinco conceitos fundamentais da Geografia e 59% não indicaram nenhuma referência de localização/localidade onde as pesquisas empíricas foram realizadas ou sobre as quais se referiam.

Considerações finais

Nos últimos dez anos, as Geografias da Comunicação consolidaram-se como um campo de estudos, no qual as duas disciplinas superaram a invisibilidade mútua em seus

respectivos domínios e seus pesquisadores construíram pontes entre as “ilhas” que separavam o interesse dos estudos de mídia pelas espacialidades, de um lado, dos geógrafos interessados nos fenômenos da comunicação para além da sua materialidade e infraestrutura física, de outro. Apesar de a revista *Aether* só ter sobrevivido como periódico até 2010, e da sua versão blog também só ter durado de 2011 a 2012⁶, outra iniciativa surgiu sob a liderança do pesquisador sueco Andre Jansson. Trata-se da Conferência Internacional Geocom, realizada bienalmente desde 2013, a partir da formação do Geomedia Research Group no Department of Geography, Media and Communication, da Karlstad University, no interior da Suécia⁷. Na sequência, a expressão *Geography of media and communication* ganhou um verbete na Wikipedia (em inglês)⁸ e o portal Academia.edu criou uma área denominada *Media Geography*, que em 30/06/19 possuía 161 seguidores e cerca de 140 artigos listados⁹.

Enquanto isso, no Brasil, o então recém-criado Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (PPGCOM-UFS) incorporava à sua grade curricular a disciplina Geografias da Comunicação Contemporânea, que desde 2013 já foi ministrada pela autora deste artigo por três vezes. Ao mesmo tempo, novos mestres, doutores e pós doutores foram sendo formados em diferentes PPGs, com temas centrados nas Geografias da Comunicação, gerando uma bibliografia do campo que não se resume aos trabalhos apresentados nos congressos da Intercom. O Grupo Geocom torna-se, assim, o embrião de uma rede crescente de produção de conhecimento sobre as diversas espacialidades dos fenômenos comunicacionais e dos sistemas de mídia no País.

Referências bibliográficas

ADAMS, Paul. A taxonomy for communication geography. **Progress in Human Geography**, 2010, v.35, n.1, p.37-57.

_____. **Geographies of media and communication**. Sussex: Wiley-Blackwell, 2009.

AETHER: The Online Journal of Media Geography (texto de apresentação do nº 1). Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/280627720_Introduction_to_Aether_the_Journal_of_Media_Geography. Acesso em: 30/06/2019.

⁶ Ainda disponível no endereço <https://mediageography.wordpress.com/> em 30/06/2019; nesta data, o domínio <http://aetherjournal.org> estava à venda.

⁷ A programação da 4ª edição, realizada em 2019, foi está disponível em: <http://geomedia.se/conference/2019/>

⁸ Ver em: https://en.wikipedia.org/wiki/Geography_of_media_and_communication

⁹ Ver em: http://www.academia.edu/Documents/in/Media_Geography

- AGUIAR, Sonia. **Territórios do Jornalismo**: geografias da mídia local e regional no Brasil. Petrópolis: Vozes; Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2016
- BOULANGER, Philippe. Pour une géopolitique des médias. **La Revue Européenne des Médias e du Numérique**. N°26-27 Printemps-été 2013. Disponível em: <http://la-rem.eu/2013/03/21/pour-une-geopolitique-des-medias/>. Acesso em: 28/06/2019.
- CASTRO, I.E.; GOMES, P.C.C. & CORRÊA, R.L. **Geografia, conceitos e temas**. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014 [1995].
- CLAVAL, Paul. Nouvelle géographie, communication et transparence. In: **Annales de Géographie**. 1985, t. 94, n°522. pp. 129-144. Disponível em: http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/geo_0003-4010_1985_num_94_522_20310. Acesso em: 28/06/2019.
- FADUL, Anamaria; MOREIRA, Sonia V. Geografias da Comunicação. Mesa submetida ao III Multicom – Colóquios Multitemáticos de Comunicação, evento do XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Natal: UFRN, 2008. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1387-1.pdf>. Acesso em: 28/06/2019.
- FALKHEIMER, Jesper & JANSSON, André. **Geographies of Communication**: The Spatial Turn in Media Studies. Göteborg: Nordicom, 2006.
- HAFEZ, Kai. **The myth of media globalization**. Cambridge: Polity Press, 2007.
- HILLIS, Ken. On the margins: the invisibility of communications in geography. **Progress in Human Geography**, v. 22, n. 4, p. 543-466, 1998.
- MORLEY, David. **Media, modernity, technology**: the geography of the new. London; New York: Routledge, 2007.
- MAISTRE, Gilbert. Pour une géographie des communications de masse. In: **Revue de géographie alpine**. 1971, Tome 59 N°2. pp. 215-228. Disponível em: http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rga_0035-1121_1971_num_59_2_1222
- MOREIRA, Sonia Virgínia. Sobre a invisibilidade da Geografia na Comunicação. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2009, Curitiba. Anais... Curitiba: Universidade Positivo. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3221-1.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2018.
- SALOVAARA-MORING, Inka . **Media geographies**: regional newspaper discourses in Finland in the 1990s. Academic Dissertation, 2004. University of Helsinki, Department of Communication, Faculty of Social Sciences. Disponível em: <http://ethesis.helsinki.fi/julkaisut/val/viest/vk/salovaara-moring/mediageo.pdf>. Acesso em: 28/06/2019.
- SANTOS, M. Classificação funcional dos jornais brasileiros: as regiões jornalísticas. In: IV CONGRESSO NACIONAL DE JORNALISTAS. Belo Horizonte, set./1955. Disponível em http://www2.metodista.br/unesco/rede_alcar/Rede_Alcar_83/serie_imprensa.htm. Acesso em: 28/06/2019.
- SANTOS, M. & SILVEIRA, M.L. **O Brasil**: território e sociedade no início do século XXI. 12. ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- SOUZA, M.L. **Os conceitos fundamentais da pesquisa socioespacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.
- THUSSU, D. K. **Media on the Move** – Global flow and contra-flow. London: Routledge, 2007.
- WARF, Barney. **Global geographies of the Internet**. New York: Springer, 2013.