

Geografias da Comunicação: uma Revisão Sistemática¹

Denise Rodrigues ALVES²

Patrícia Falco GENOVEZ³

Universidade Vale do Rio Doce, Governador Valadares, MG

RESUMO

A busca pelas publicações científicas que enfoquem interdisciplinaridade entre Geografia e Comunicação Social é o foco deste artigo. A abordagem da geografia crítica (Santos, 2006) é perspectiva almejada nos trabalhos analisados. A revisão sistemática aqui apresentada pretende-se usar como referência bibliográfica em dissertação de mestrado em Gestão Integrada do Território da Univale, instituição que movimenta-se cada vez mais estimulando a interdisciplinaridade desde a graduação. Também foram abordados autores como Saquet (2010), Cosgrove (2004), Claval (2003), Andrade (1989) e o próprio Santos (2006). Como resultado, identificou-se a relevante produção do Grupo de Pesquisas Geografias da Comunicação, da Intercom, com destaque para os autores contemporâneos Moreira (2012/2014), Melo (2012), Baldessar (2012) e Pasti (2012).

PALAVRAS-CHAVE: geografias; comunicação; interdisciplinaridade.

1 INTRODUÇÃO

Os noticiários das rádios, TVs, sites de notícia e jornais impressos retratam o cotidiano da sociedade brasileira. A relevância social dos veículos de comunicação está explicitada na Constituição Federal de 1988, no título que trata dos direitos e garantias fundamentais do cidadão. O artigo 5º, inciso XIV, traz a seguinte redação: “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional” (BRASIL, 1988).

Os veículos de comunicação legalmente constituídos que tem departamento de jornalismo fazem a checagem das informações que recebem antes de as tornarem públicas. É premissa do jornalista apurar os dados com pessoas/autoridades que ocupam lados opostos na situação ou que adotam posturas divergentes em um determinado conflito. Assim, a notícia que chega ao público já está travestida por variadas versões do fato. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, no artigo 12, estabelece o seguinte dever do jornalista (2007):

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Gestão Integrada do Território da UNIVALE, e-mail: jornalista2005@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-Graduação Strico Sensu em Gestão Integrada do Território da Univale, e-mail: patricia.genovez@univale.br

O jornalista deve ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística, principalmente aquelas que são objeto de acusações não suficientemente demonstradas ou verificadas; buscar provas que fundamentem as informações de interesse público; tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar. (FENAJ/2007).

A tentativa constante de pessoas que ocupam cargos públicos eletivos de desmerecer o trabalho da imprensa é uma forma de fragilizar a democracia. Conhecer os veículos de comunicação de determinado território é importante critério para confiabilidade das mensagens transmitidas. Ainda que a isenção jornalística seja uma utopia, os veículos usam critérios técnicos de noticiabilidade que resguardam o público das mentiras mal-intencionadas, o que se demonstra como justificativa social da pesquisa, especialmente num contexto de crescente disseminação de fake news.

Ademais, verifica-se que existem pesquisas sobre veículos de comunicação de Governador Valadares isoladamente, porém nos levantamentos realizados não identificamos uma pesquisa que tenha apresentado um cenário mais amplo, abordando variadas mídias entre as décadas 1950 e 2000. Além disso, também há pouco registro de como os espaços de mídia alternativa eram/são usados. Do ponto de vista acadêmico, há uma lacuna para ser preenchida nesse sentido, cumprindo relevante papel na preparação de estudantes dos cursos de Comunicação Social. Apesar do objeto não estar totalmente recortado, pretende-se pesquisar sobre a formação histórica-territorial dos veículos de imprensa de Governador Valadares-MG, contemplando jornais impressos, rádios e emissoras de televisão. A pesquisa será utilizada para a realização da dissertação do Mestrado em Gestão Integrada do Território (GIT) da Universidade Vale do Rio Doce (Univale) desta autora. A área de concentração é em ‘estudos territoriais’, a linha de pesquisa é “Território, Migrações e Cultura”, tendo como campo estruturante, a “Formação Histórica do Território” e o campo transversal a “Cultura e Sociedade”. O GIT tem como objetivo propiciar o diálogo entre diferentes áreas do conhecimento sobre múltiplos temas presentes nas realidades contemporâneas.

Este artigo se apresenta, então, com o objetivo de verificar publicações científicas que subsidiem o referencial teórico tendo como base a interdisciplinaridade entre a geografia e a comunicação. Aliás, sobre as Geografias da Comunicação, entendendo-a não como áreas isoladas, mas um grande campo onde ambas as vertentes dialogam, no mesmo espaço, de forma complementar.

A metodologia qualitativa foi o tipo escolhido para tal levantamento. Num processo inicial de pesquisa, a revisão sistemática de literatura enquadra-se como adequada que, segundo afirmam Ferenhof e Fernandes (2016, p. 551) “[...] é a base para a identificação do atual conhecimento científico; parte-se dela para identificar hiatos a serem explorados em determinados assuntos”.

O mapeamento da produção científica de assunto específico viabiliza o acesso a bases teóricas que proporcionam entendimento do tema, além de fazer surgir novas possibilidades de estudos e criar aprofundamento sobre o objeto que se pretende pesquisar. (SAMPAIO e MANCINI, 2007). Sendo assim, a identificação das referências bibliográficas que vão subsidiar a pesquisa é ponto basilar para construção de um conteúdo cientificamente respaldado.

Para tanto, buscou-se a produção científica que tratava do tema no Brasil, identificando as publicações do Grupo de Pesquisas Geografias da Comunicação da INTERCOM e definiu-se por analisar artigos que abordavam a temática tendo como viés os veículos de comunicação. Além disso, também visou a referenciar com geógrafos humanistas renomados no país e no exterior.

2 DESENVOLVIMENTO

Em busca de localizar pesquisas nas quais esteja contido o diálogo entre a geografia e a comunicação, destaca-se a produção científica interdisciplinar e multidisciplinar do Grupo de Pesquisas Geografias da Comunicação, criado em 2008, favorecendo o intercâmbio de ideias entre comunicólogos e geógrafos. Os temas pesquisados são comunicação local, regional, internacional e intercultural; territórios midiáticos; espaços, comunidades em rede; geografia humana, estudos de mídia e indústria de mídia, entre outros correlacionados.

O GP Geografias da Comunicação integra a Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), fundada em 1977, em São Paulo. Segundo MELO (2012), a instituição, que é sem fins lucrativos, dedica-se ao fomento da pesquisa e ao compartilhamento de conhecimento entre pesquisadores e profissionais atuantes no mercado, sempre se preocupando com a troca de informações de modo interdisciplinar.

Sônia Virgínia Moreira é doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade São Paulo, lidera o grupo de pesquisa Geografias da Comunicação e foi a organizadora do primeiro livro oriundo da produção científica dos pesquisadores do grupo.

A indústria de mídia e telecomunicações esquadrinha formas de controle do espaço, que se configuram nos conglomerados. O Estado ajusta as regras para o uso do espaço, como ente regulador e conessor de licenças para exploração de territórios, e grupos de pessoas criam comunidades que interagem em fluxos paralelos. As geografias da comunicação tratam desse contexto: privilegiam o espaço (e, nele, os fluxos informativos e as mediações tecnológicas) como campo de observação das interações reais e simbólicas entre pessoas e pessoas, entre pessoas e indústrias, entre pessoas e Estados, entre pessoas e ambientes. A observação dos sistemas de mídia e de telecomunicações é determinante para a análise das várias camadas de contextos – geográfico, midiático cultural, econômico, político, identitário – que compõem o processo contemporâneo da comunicação. O campo das geografias da comunicação se ocupa dos fluxos que movem os interesses do público, do Estado e das corporações. Nesse sentido, sua configuração demandará sempre estudos que sejam plurais, interdisciplinares e cooperativos. (MOREIRA, 2012, p.16)

A perspectiva que se busca nesta pesquisa é da geografia humanista cultural. Cosgrove (2004) propõe maneiras de como tratar a geografia como uma ciência social, investigando os domínios da atividade humana em termos espaciais e suas expressões ambientais por meio da análise de três termos: paisagem, cultura e simbolismo. Assim, de acordo com Cosgrove (2004, p.98) se dá a “interpretação do simbolismo das paisagens culturais”.

A cultura é sempre potencialmente capaz de ser trazida ao nível da reflexão consciente e da comunicação. Isto é de fato o que fazemos quando examinamos a expressão cultural ao estudar as humanidades. Assim, a cultura é ao mesmo tempo determinada por e determinante da consciência e das práticas humanas. (COSGROVE, 2004, p.102)

Assim, entendemos o território onde os veículos de comunicação estão instalados como espaços geográficos em uso pelos seres humanos. Os meios de comunicação contribuem para a disseminação das informações e devem ser atentamente considerados como replicadores do comportamento dos indivíduos. Claval conceituou ‘cultura’ de modo significativo e destacou sua relevância nos aprendizados:

Todas as realidades geográficas são apreendidas por meio de palavras e imagens. As relações entre os seres humanos e a natureza, ou as relações que os seres humanos tecem entre eles nunca são diretas. Elas sempre se apoiam em uma mediação cultural. A cultura aparece como um conjunto de gestos, práticas, comportamentos, técnicas, *know-how*, conhecimentos, regras, normas, valores herdados dos pais e da vizinhança, e adaptados através da experiência a realidades sempre mutáveis. A cultura é herança e experiência. (CLAVAL, 2003, p.158)

É preciso, também, discutir a formação histórica do território. Neste aspecto, são grandes as contribuições trazidas pelos estudos de Marcos Aurélio Saquet (2010, p.81), em que há o estabelecimento que “é fundamental entender o território e a territorialização como resultado e condição de um processo histórico, em que há relações socioespaciais em diferentes níveis escalares (trans-escalaridade)”. O autor reflete, ainda, que território, espaço e tempo são conceitos e processos diferentes, porém intimamente articulados. Não se separam. A objetividade e a subjetividade do ser humano agem simultaneamente.

Na produção do território, ideia e matéria estão em unidade. Uma está na outra e são historicamente determinadas. Os arranjos e as relações entre os diferentes elementos e aspectos das dimensões da territorialização variam para cada lugar e momento e o período histórico. (...) em cada relação espaço-tempo pode(m) predominar certa(s) dimensão(s) social(is) da constituição do território. Por isto, é importante se contextualizar os processos territoriais em cada período e lugar, em constante movimento de des-continuidades; desigualdades e diferenças, envolvendo aspectos dos domínios natural e social. (SAQUET, 2010, p.82)

Verifica-se que as territorialidades nos ambientes midiáticos são demonstradas quando identifica-se “a intenção de indivíduos ou grupos de produzir, influenciar ou controlar pessoas e relações, através de uma delimitação e defesa de uma determinada área geográfica”. (DA SILVA e DA SILVA, 2008).

José Marques de Melo, ao tratar dos aportes brasileiros ao pensamento crítico ligados à Geografia das Comunicações, destaca o relevante trabalho do intelectual pernambucano Manuel Correia de Andrade. O autor considera que os instrumentos de comunicação e transportes sejam usados para beneficiar o indivíduo, trazendo autonomia e não para provocar a dominação do homem.

Esse movimento no interior do espaço geográfico é operado por uma “grande rede de comunicações”, composta por “meios de transportes” (responsáveis pela circulação de pessoas e mercadorias) e por “meios de comunicação” (transportando conteúdos afetivos, culturais ou comerciais). Trata-se de uma operação complexa e problemática, dependente do “desenvolvimento da tecnologia e acumulação do capital”. (ANDRADE, 1989b, p. 120/121 apud MELO, 2012, p. 101)

O renomado geógrafo brasileiro Milton Santos, em diversas obras, aborda a importância da geografia humanista, que observe a conduta humana na ocupação e no uso dos ambientes, indo além da observação exclusiva da natureza. O autor foi importante na evolução das discussões que norteavam a geografia crítica à época e elaborou conceitos

como ‘sistemas de ações’ e ‘sistemas de objetos’ que, conjuntamente, formam o espaço geográfico.

Considerar o espaço como esse conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações, assim como estamos propondo, permite, a um só tempo, trabalhar o resultado conjunto dessa interação, como processo e como resultado, mas a partir de categorias susceptíveis de um tratamento analítico que, através de suas características próprias, dê contada multiplicidade e da diversidade de situações e de processos. (SANTOS, 2002, p.40)

Baldessar, Moreira e Pasti (2014) reafirmam a inseparabilidade entre o que é material (a natureza) e o que é imaterial (ação humana). Além disso, destaca-se a perspectiva de as tecnologias da informação aproximaram distâncias físicas e reduziram o tempo, dando nova conotação ao sentido do termo espaço-tempo, de modo que o movimentos locais tem impactos globais, e vice-versa.

Os diferentes diálogos interdisciplinares entre Geografia e as Ciências da Comunicação devem considerar a dimensão política ao analisar os usos do território, identificando os agentes hegemônicos e hegemonzados, bem como a existência de “lugares que comandam” e “lugares que obedecem” — a partir dos fluxos de informação. Tanto a difusão seletiva e desigual das infraestruturas comunicacionais como as ações dos agentes hegemônicos no comando da comunicação trazem consequências importantes aos lugares e merecem a atenção de nossas investigações. (BALDESSAR, MOREIRA e PASTI, 2014, p. 532/532)

É notável o movimento da Universidade Vale do Rio Doce pela interdisciplinaridade. O próprio programa *Stricto Sensu* de mestrado já nasceu interdisciplinar e viabilizou ações interdisciplinares inclusive na graduação. Um bom exemplo é o caso dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Univale, que criaram um grupo de estudos em território midiático. A produção científica ficou demonstrada pelo trabalho apresentado pelo na Intercom Sudeste.

Ao utilizarmos abordagem dos estudos territoriais no Grupo de Estudos em Território Midiático, inicialmente nosso foco esteve desvelado para a interdisciplinaridade, tendo em vista o Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* da Universidade Vale do Rio Doce que concentra abordagem desse estudo. Dessa forma, procuramos partir para além dos estudos territoriais, do espaço geográfico do território (integrando as contribuições da hibridização do território), partindo para a discussão das relações sobre a mídia, e o processo de midiatização decorrente na sociedade, construídas com a sociedade de rede. (JÚLIO NETO, 2018, p.11)

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou reflexões sobre a interdisciplinaridade nas pesquisas nos campos da Geografia e da Comunicação Social. Nesse quesito, destaca-se na ciência

nacional o papel de fomento desenvolvido pelo Grupo de Pesquisas Geografias da Comunicação, da Intercom.

Nas últimas décadas, os teóricos da Geografia levantaram larga discussão sobre a importância da renovação da disciplina, com crescimento da expressão geografia crítica. Assim, a geografia humanista, que enxerga com relevância da ação do indivíduo na natureza, ganhou os holofotes e trouxe ao cenário nacional novas perspectivas de pesquisa.

A possibilidade de investigar interdisciplinarmente a comunicação e a geografia vem se convertendo em farta produção científica que une saberes de comunicólogos, de geógrafos e de profissionais de outras áreas do conhecimento que adentram em diferentes campos de pesquisa, ainda que diferente de sua área de formação, o que traz ainda mais riqueza intelectual para o produto final. Há terreno fértil para pensar as Geografias da Comunicação, como também uma comunicação geográfica, com atuação em variados domínios da geografia. Debruçar-se sobre o tema é algo instigante, um caminho que os interessados no assunto devem trilhar.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Acesso em: 17 set. 2020

CLAVAL, Paul. **A contribuição francesa ao desenvolvimento da abordagem cultural na geografia**. Introdução à Geografia Cultural. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, p. 147-166, 2003.

COSGROVE, Denis. **A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas**. COSGROVE, Denis. Paisagem, tempo e cultura. Rio de Janeiro: EdUERJ, p. 92-123, 2004.

DA SILVA, Anelino Francisco; DA SILVA, Valdenildo Pedro. **Representação e identidade de gênero na territorialidade brasileira**. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, v. 12, 2008.

FENAJ, Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Acesso em: 17 set 2020 https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2016/08/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros-1.pdf 2007.

FERENHOF, H. A.; FERNANDES, R. F. **Desmistificando a revisão de literatura como base para redação científica: método SSF**. Revista ACB, v. 21, n. 3, p. 550-563, 2016.

JÚLIO NETO, G. A.; VIEIRA, V.H. **O Território Midiático como instrumento interdisciplinar de estudos na comunicação**. In: XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2018, Belo Horizonte. Anais eletrônicos Intercom. Disponível

em: <<https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/resumos/R63-1570-1.pdf>>. Acesso em: 11 out. 2020.

MELO, José Marques de. **Triade: comunicação, cultura e mídia**. Sorocaba, SP, v.2, n.3, p. 8-17, jun. 2014

MORAIS, Osvando. J. de (Org.). Ciências da comunicação em processo: paradigmas de mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI: conhecimento, leituras e práticas contemporâneas. In: BALDESSAR, M.J; MOREIRA, S.V; PASTI, A. **Geografia e comunicação: diálogos mais que possíveis**. São Paulo: INTERCOM, 2014, cap. 18, p. 520 - 535.

MOREIRA, Sonia Virginia. **Diálogo internacional: novos focos, antigos parceiros**, In: PINHO, J. B., org. – Comunicação Brasileira no Século XXI, São Paulo, INTERCOM, 2007. p. 169-178.

MOREIRA, Sonia V. **Geografias da comunicação: espaço de observação de mídia e de culturas** / Organização, Sonia Virgínia Moreira. – São Paulo: INTERCOM, 2012.

MOREIRA, Sonia V. Geografias da comunicação: espaço de observação de mídia e de culturas. In: MELO, José Marques de. **Geografias das Comunicações: aportes brasileiros ao pensamento crítico**. São Paulo: INTERCOM, 2012, cap. 6, p. 87 - 106.

SAMPAIO, R.F.; MANCINI, M. C. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. **Brazilian Journal of Physical Therapy**, v. 11, n. 1, p. 83-89, 2007.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. Edusp, 2002.

SAQUET, Marcos Aurélio. **Proposições para estudos territoriais**. GEOgraphia, v. 8, n. 15, 2010.