
O paradigma indiciário e o método comunicacional: metapesquisa do GP Teorias da Comunicação da Intercom (2011 a 2020)¹

Tiago Barcelos Pereira Salgado²
Polyana Inácio Rezende Silva³
Maria Ângela Mattos⁴

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas), Belo Horizonte, MG

Resumo

O trabalho realiza uma metapesquisa dos anais do GP Teorias da Comunicação da Intercom de 2011 a 2020 com base no paradigma indiciário. Emprega a análise indiciária como método comunicacional para o mapeamento das principais referências (autorias e obras) e do perfil de quem apresentou no evento. Os metadados dos anais, coletados manualmente e sistematizados em planilha, possibilitaram, por meio de leitura feita em linguagem R, a produção de tabelas e gráficos. Estes evidenciam índices que conduzem a investigação, orientando a formulação de perguntas que passam a derivar outras indagações. O trabalho conclui que a vinculação institucional e a ementa do GP são vetores primordiais na escolha de autorias citadas e que a tematização anual tende a centrar-se em poucas autorias de referência comuns aos trabalhos.

Palavras-chave

Comunicação; Intercom; método comunicacional; paradigma indiciário; Teorias da Comunicação.

Introdução

Desde a sua fundação, em 12 de dezembro de 1977, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), contribui para a reflexão plural sobre os problemas emergentes da Comunicação e para a formação de modelos de análise comunicacionais brasileiras (FERREIRA; PRATA, 2020). Trata-se de uma entidade científica constituída por mais de mil associados de todas as regiões do Brasil e residentes no exterior. Entre suas atividades, conforme Lopes (1999), ligadas ao ensino,

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-doutor em Comunicação pela PUC Minas, com bolsa CAPES. Doutor em Comunicação pela UFMG. Pesquisador associado ao grupo de pesquisa Campo Comunicacional e suas Interfaces (CNPq/PUC Minas). tigubarcelos@gmail.com.

³ Doutora em Comunicação pela UFMG. Pesquisadora associada ao grupo de pesquisa Campo Comunicacional e suas Interfaces (CNPq/PUC Minas). polyanainacio@gmail.com.

⁴ Docente da graduação e da pós-graduação em Comunicação da PUC Minas. Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Coordenadora do grupo de pesquisa Campo Comunicacional e suas Interfaces (CNPq/PUC Minas). mattos.maria.angela@gmail.com.

à pesquisa e à profissionalização da área, destacam-se: a promoção de eventos científicos, as publicações e o registro da produção científica brasileira.

As reuniões anuais da Intercom se iniciaram em 1978, adotando o formato de congresso em 1986. Os temas abordados têm se pautado pelos desafios dos fenômenos comunicacionais e pelas suas investigações (FARO apud LOPES, 1999). Na década de 1980, conforme Lopes (1999), houve grande impulso das pesquisas em Comunicação no Brasil, em um contexto de transição política e da crítica à dependência teórica do país em relação à produção de conhecimentos da área nos Estados Unidos e de países europeus como França e Inglaterra, principalmente. A Intercom participou de um processo fértil junto a outras entidades científicas latinas de crítica à dicotomia teorismo x empiricismo, vista como uma polarização estéril e descontextualizada das problemáticas e abordagens em ambas as tendências. Aquele momento foi marcado pela insuficiência da crítica epistemológica ao funcionalismo, à Escola de Frankfurt, à vertente estruturalista da Semiologia, e a outras correntes de estudo. A busca de alternativas teóricas e metodológicas para as pesquisas sobre novas tecnologias, políticas de comunicação e formas populares de comunicação representou um avanço expressivo nos estudos desenvolvidos naquela década.

Nos anos de 1990, segundo Lopes (1999), a Intercom e as pesquisas de comunicação no Brasil presenciaram o malogro do socialismo real (leste europeu) e o avanço do capitalismo neoliberal, que resultaram na emergência e no desenvolvimento de novas problemáticas nos estudos da área, tais como: globalização e revolução das novas tecnologias, crise dos grandes paradigmas e as teorias pós-modernas. Em 1991, os grupos de trabalho se configuraram como marco de renovação dos congressos anuais. No final daquela década, foram organizados 27 grupos de trabalho (GTs), depois nomeados como grupos de pesquisa (GPs).

A partir de 2000, as perspectivas teóricas, conceituais e metodológicas no campo da Comunicação se multiplicam, conforme Lopes (1999). Há também a criação de várias entidades científicas para atender à crescente especialização das áreas de ensino e pesquisa (ABCiber, Politicom, Compós). No caso da Intercom, sua criação atentou para a pluralidade e a complexificação de seus congressos, nacionais e internacionais.

A principal atividade da Intercom, conforme Ferreira e Prata (2020), é o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Atualmente, são 34 grupos de

pesquisa (GPs) distribuídos em oito divisões temáticas (DTs) (FERREIRA; PRATA, 2020). Esse número expressivo de GPs evidencia a preocupação da entidade em apreender a diversidade de temáticas, seus enfoques teóricos e empíricos, buscando acompanhar as mudanças nos processos e práticas de comunicação no Brasil.

Entre os vários grupos, o GP de Teorias da Comunicação propõe analisar a Comunicação conforme várias correntes teóricas e suas perspectivas metodológicas e epistemológicas. Conforme as palavras-chave do GP são: teoria da comunicação, epistemologia, processo de comunicação e campo da comunicação.⁵

Ao longo dos anos, nenhum dos dez trabalhos identificados no banco de teses e dissertações da Capes, dedicados a investigar os grupos de trabalho da Intercom, voltaram-se para o referido GP (SALGADO; MATTOS, 2020). Em busca simples no Google Scholar, encontramos 22 trabalhos que pesquisaram os estudos do jornalismo em GPs que tratam especificamente dessa temática. Em vista dessa lacuna histórica acerca da configuração da produção científica do GP Teorias da Comunicação da Intercom é que elaboramos este trabalho. Por isso, este texto visa a apresentar e a analisar, por meio de uma metapesquisa calcada na análise indiciária, a produção científica do respectivo GP de 2011 a 2020. O recorte privilegiou a última década de atividade do grupo, tendo em vista, também, complementar a análise inicial que realizamos em 2020.

Em vista disso, estruturamos o texto nesta introdução, que realiza um breve histórico da Intercom, desde a sua fundação até os anos 2000. Reconhecemos a lacuna da primeira década do século XXI, que será tratada em trabalho futuro. A seção seguinte trata do paradigma indiciário e de sua apropriação pela Comunicação e propõe a análise indiciária como método adequado para a realização de metapesquisas na área. A terceira seção procede à análise indiciária no recorte empírico dos anais apresentados no GP Teorias da Comunicação da Intercom de 2011 a 2020. A análise se pauta nos índices⁶ presentes nas produções visuais geradas com base nos dados e é conduzida por questões que derivam da leitura desses índices, os quais, a seu turno, conduzem a outros índices e a outras perguntas. As indagações se orientam pela relação entre autorias citadas nos

⁵ A ementa do GP Teorias da Comunicação da Intercom está disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/eventos1/gps1/gp-teorias-da-comunicacao>. Acesso em: 26 jul. 2021.

⁶ Como iremos detalhar na próxima seção, os índices se configuram como pistas, ou seja, como evidências a serem seguidas por quem pesquisa. Reconhecemos a utilização dessa noção pela semiótica, sobretudo aquela desenvolvida por Charles S. Peirce, dentro da tríade primeiridade (ícone), secundidade (índice) e terceiridade (símbolo). Todavia, nossa aproximação se dá pela perspectiva histórica de Carlo Ginzburg.

textos, temáticas abordadas por essas referências, tematizações anuais do GP e perfil das autorias que apresentaram ao longo da década investigada. Por fim, apresentamos as considerações finais que sumarizam o trabalho realizado e indicam limitações metodológicas e aberturas para futuras pesquisas.

A contribuição do paradigma indiciário para metapesquisas em Comunicação

O paradigma indiciário é caracterizado pelo historiador italiano Carlo Ginzburg (1989) com base em práticas sociais, políticas, culturais e artísticas, bem como por meio de um conjunto de áreas de conhecimento denominadas pelo autor de disciplinas indiciárias. Para fins deste texto, nos detemos nas características desse paradigma a fim de articulá-lo à Comunicação, de modo a evidenciarmos os aspectos que orientam a análise dos índices identificados no corpus.

O método indiciário abordado por Ginzburg (1989) se pauta pelo método do historiador de arte italiano Giovanni Morelli, que identificava a autenticidade de pinturas expostas em museus europeus durante o século XIX, conforme o exame de pormenores mais negligenciáveis das obras. Morelli atentava para os detalhes secundários delas, para suas particularidades insignificantes e menos para a escola a qual o pintor pertencia. O mesmo método foi adotado por Sherlock Holmes. O método indiciário o possibilitava descobrir os autores dos crimes mediante indícios imperceptíveis, como as pegadas na lama, as cinzas de cigarro, entre outros.

O método Morelli também foi utilizado pela psicanálise, pela medicina, pela filologia, pela semiótica, pela crítica textual e por outros saberes. Ginzburg (1989) considera que o ponto fundamental do paradigma indiciário foi ter penetrado nos mais variados âmbitos cognoscitivos, modelando profundamente as ciências humanas. Nas palavras dele, as “[m]inúsculas particularidades paleográficas foram empregadas como pistas que permitiam reconstruir trocas e transformações culturais [...]” (GINZBURG, 1989, p. 177). Nesse sentido, as regras desse paradigma não se prestam a formalizações, mas são submetidas a um rigor flexível. Trata-se de ajustar o percurso de investigação conforme os índices que vão sendo desvelados por quem pesquisa e segundo as perguntas e tomadas de decisão que vão sendo realizadas (BRAGA, 2011).

Segundo Braga (2008), o paradigma indiciário potencializa a adoção de estratégias relevantes nas pesquisas em Comunicação, entre as quais se destacam: o estudo de casos singulares e a busca de indícios que remetem a fenômenos não imediatamente evidentes. Esse paradigma também propicia a quem pesquisa fazer proposições de ordem geral com base em dados singulares obtidos com a pesquisa empírica. Nesse sentido, entendemos que os dados não correspondem diretamente aos índices, mas possibilitam a sua expressão.

Ao se apropriar do paradigma indiciário e abordá-lo pelo viés comunicacional, Braga (2008) ressalta que a variedade de perspectivas, evidenciadas pelas correntes e abordagens teóricas elencadas por cada investigação, tem como risco a dispersão. Esta ocorre em função de apropriações historicamente recorrentes de teorias de áreas vizinhas ao campo comunicacional, notadamente quando o estudo de caso realizado serve apenas para confirmar uma teoria.

Outro desvio identificado por Braga (2008), além da dispersão, diz respeito a quando o caso em questão é trabalhado pela pesquisa na apreensão empírica do fenômeno singular investigado, privilegiando mais a descrição do que as inferências, ou fazendo apenas inferências técnicas. Quando isso é feito, o trabalho não estabelece ordens de importância dos ângulos percebidos, ou então, limita-se a uma visão impressionista. Além da descrição do caso estudado, Braga (2008) propõe a produção de inferências. Ademais, o autor enfatiza a busca por indícios não evidentes por meio da articulação entre os estudos de caso realizados no campo da Comunicação e o paradigma indiciário. Para o autor, essa articulação contribui para a composição de um modelo epistemológico ajustado às necessidades da área.

Relacionando o paradigma indiciário com esta metapesquisa, avançamos para a produção de um conhecimento mais aprofundado sobre os indícios fornecidos pelos dados. Para tanto, procedemos àquilo que nomeamos análise indiciária. Ela atenta para os detalhes que fogem aos padrões de diversas ordens expressos visualmente pelos dados coletados. Trata-se de produzir índices fundamentados em inscrições visuais (tabelas, gráficos, figuras) que auxiliam na leitura dos dados, os quais, por si mesmos, carecem de interpretação. Nesse sentido, concordamos com Bauer, Gaskell e Allun (2002, p. 24), quando afirmam: “Não há quantificação sem qualificação.” e “Não há

análise estatística sem interpretação.”. Categorizar os dados, portanto, implica em processo interpretativo e na proposição do sentido de leitura deles.

Assim, consideramos pertinente a busca por métodos que vão além da quantificação do volumoso material de dados referentes aos textos apresentados em eventos científicos da área. O desafio enfrentado foi acionar métodos analítico-interpretativos desses dados, ultrapassando uma análise puramente descritiva. Em outras palavras, em como adotarmos uma perspectiva mais holística das metapesquisas. Para isso, testamos neste trabalho a análise indiciária.

Uma vez que tenhamos as inscrições visuais dos dados, que retratam nuances do todo, torna-se possível identificar momentos, circunstâncias, situações que constituem pontos de virada. Esses pontos, então, escapam à recorrência ou ao padrão, como os picos de um gráfico: quando um/a autor/a é mais citado/a ou uma tendência de aumento de citação em algum ano específico. Essas são algumas pistas com os quais iremos trabalhar na próxima seção, seguindo os passos que os próprios dados vão revelando.

O argumento central deste artigo é que a análise indiciária é pertinente e relevante para a realização de metapesquisas em Comunicação. Esta área se configura, conforme Braga (2008), como disciplina indiciária, por buscar índices que conduzem a questionamentos sobre o corpus. Tais indagações se configuram como problemas de pesquisa que se atrelam a objetivos de pesquisa para serem respondidas. Dito de outra maneira, a estratégia metodológica parte dos dados para fazer inferências acerca deles. Em seguida, formula questões, e não o inverso — ter questões prévias antes de ler os dados. Portanto, a análise indiciária, a nosso ver, é um processo tentativo e de tensionamento mútuo, pois, conforme Braga (2008), requer processos de idas e vindas entre os dados, os índices presentes nas inscrições visuais, as questões formuladas e os objetivos de pesquisa.

Análise indiciária dos anais do GP Teorias da Comunicação

Iniciamos a coleta manual dos metadados dos anais apresentados ao GP Teorias da Comunicação da Intercom entre 2011 e 2020 conforme as seguintes categorias: a) autorias de referência citadas, b) coautoria da obra ou texto referenciado, c) título da

referência, d) GP e o ano em que os anais foram apresentados, e) nome das autorias que escreveram os textos dos anais, f) coautoria dos textos apresentados, g) universidade de vinculação e h) estado no qual está localizada a universidade. Organizamos os dados em uma planilha, distribuindo-os em colunas referentes a cada categoria. Também coletamos manualmente os títulos, os resumos, as palavras-chave e o conteúdo textual de todos os anais.

Primeiramente, a questão que orientou a coleta foi: quais foram as autorias mais citadas por quem escreveu e apresentou no referido GP no período delimitado? Para responder a essa indagação, realizamos a leitura dos metadados por meio da execução de fórmulas específicas na linguagem R. Em resposta a essa pergunta, elaboramos a Tabela 1.

Com base nela, produzimos o Gráfico 1, de modo a termos uma visualização das onze autorias mais citadas distribuídas por ano. Essa representação visual nos possibilitou iniciar a análise indiciária, tendo em vista os índices que puderam ser apreendidos do gráfico conforme os picos. Foram esses picos, entendidos como momentos de ruptura com o padrão que orientaram o recorte de nossa análise, delimitada nos anos de 2012, 2015, 2017, 2019 e 2020.

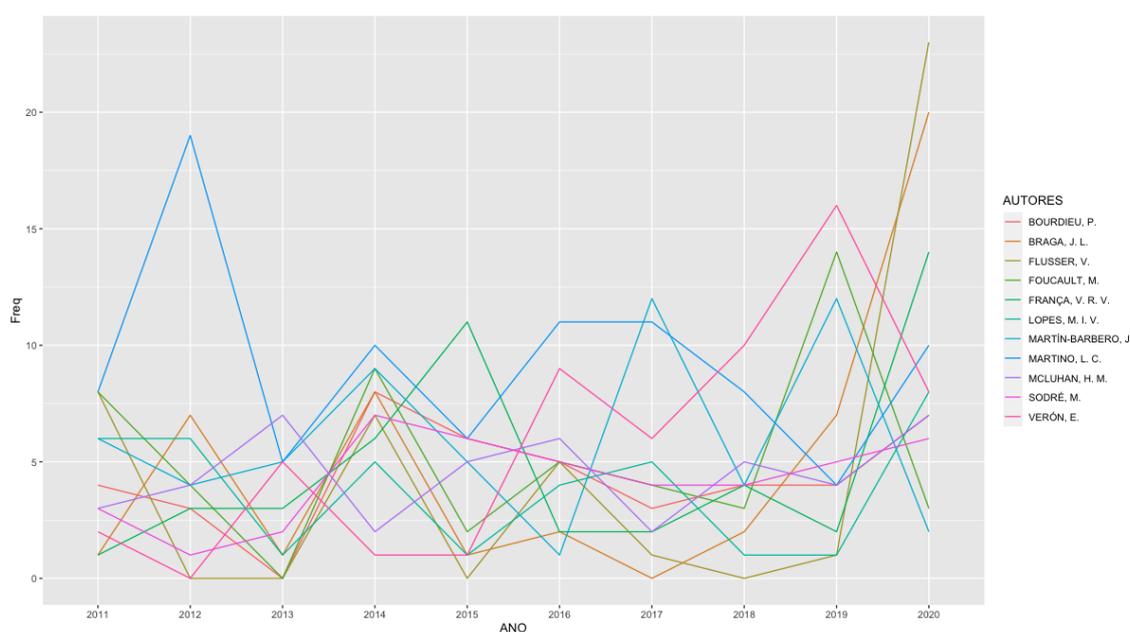
TABELA 1 - Autorias de referência - GP Teorias da Comunicação - Intercom - Brasil - 2011 a 2020

AUTORES	C/AUTOCITAÇÃO	S/AUTOCITAÇÃO	REPRESENTATIVIDADE	TOTAL
Luiz Cláudio Martino	11	81	40	132
Jesús Martín-Barbero	0	60	36	96
Michel Foucault	0	52	28	80
José Luiz Braga	0	49	31	80
Muniz Sodré	0	43	37	80
Eliseo Verón	0	58	20	78
Vera França	0	48	30	78
Marshall McLuhan	0	45	28	73
Pierre Bourdieu	0	44	28	67
Maria Immacolata	0	38	28	66
Vilém Flusser	0	45	11	66

Fonte: dados de pesquisa, 2021.

O primeiro índice corresponde ao primeiro pico no gráfico, em 2012, expresso pela linha em azul, referente ao nome do professor brasileiro da Universidade de Brasília (UNB), Luiz Cláudio Martino. Naquele ano, Martino foi citado 19 vezes. Esse número ultrapassa a frequência de citação das demais autorias de referência nos textos apresentados, que fica abaixo de oito. O pico corresponde ao salto de 11 citações em 2011 para 19 citações no ano seguinte. Em 2012, seis textos distintos o citaram nas referências. No texto “Perspectivas Críticas e Epistemologia da Comunicação: o papel central do debate sobre a tecnologia”, escrito pelo próprio Martino, ele se autocita duas vezes. Os outros cinco textos, escritos por autorias distintas, citam Martino em sua argumentação teórico-metodológica.

GRÁFICO 1 - Frequência de citações por autoria de referência mais citada por ano - GP Teorias da Comunicação - Intercom - Brasil - 2011 a 2020



Fonte: elaboração própria, 2021.

Em vista disso, os dados encontrados apontam para outra questão, decorrente daquela primeira: sendo Martino um dos autores mais citados, o que o leva a ser o autor mais citado em 2012, considerando seu destaque conforme o pico expresso no Gráfico 1? Para responder a essa indagação, analisamos o que foi tematizado no GP naquele ano. Para isso, recorreremos às ferramentas digitais nuvem de palavras e árvore de

**FIGURA 2 - Árvore de palavras - termo "Martino" -
anais GP Teorias da Comunicação - Intercom - 2012**



Fonte: dados de pesquisa, 2021.

Soma-se a essa constatação a visibilidade que Martino tem para o GP de Teorias da Comunicação da Intercom, pois constantemente apresenta no grupo e no evento, bem como participa em anos em que não apresenta. Martino tem a maior frequência de participação ao longo da década, tendo apresentado em 2012, 2013, 2016, 2018 e 2020. Apenas em 2018 há coautoria. Igualmente, os textos escritos por ele são especificamente orientados por conceitos, noções e proposições próprias afins à ementa do GP, o que favorece a sua citação e inserção nos anais do GP.

Em seguida, identificamos os títulos dos cinco textos que referenciaram Martino. Com isso, também encontramos afinidade direta entre os textos mais citados de Martino e os textos que o citam, de modo que o índice "ser mais citado" conduz ao índice "textos mais citados do autor mais citado". Este, por sua vez, leva ao índice "trabalhos apresentados que mais citaram o autor mais citado". Nesse sentido, constatamos os movimentos de idas e vindas destacados por Braga (2008) ao retomar o paradigma indiciário. Assim, vamos dos metadados às perguntas e das perguntas aos textos e, com isso, elaboramos outras perguntas.

O índice "textos que mais citam Martino" conduziu às seguintes questões, diretamente relacionadas: a) como as universidades de vinculação institucional influenciam Martino a ser o autor mais citado em 2012? e b) qual é a relação entre os vínculos institucionais das autoras dos textos apresentados com a frequência de citação do autor mais citado? Os metadados coletados auxiliaram na resposta de ambas as perguntas. Desse modo, verificamos que duas autoras que apresentaram eram

doutorandas no PPGCom da UNB no momento de escrita do paper. Uma delas cita Martino como autor de texto escrito por ambos. Soma-se a isso a vinculação de Martino ao mesmo programa, na mesma universidade. Podemos inferir, então, que possivelmente ambas foram alunas de Martino e/ou tiveram acesso aos textos dele em programas de disciplinas cursadas em tal PPGCom. Logo, a vinculação institucional impacta diretamente na escolha de autorias que serão citadas nos textos, sejam elas professores/as do curso ou autorias utilizadas nos programas das disciplinas cursadas.

O segundo pico do Gráfico 1 foi em 2015. Naquele ano, a professora brasileira, da Universidade Federal de Minas Gerais, Vera França, foi a mais citada. Ao todo, oito textos a referenciaram. Vera foi referência de textos com os seguintes temas e conceitos: representações sociais, memória e identidade, jornalismo, tecnologias digitais e comunicação política, experiência, espiral do silêncio. Também identificamos abordagens relacionadas com o pragmatismo. Em decorrência, o índice "textos que mais citam França" nos conduziu à questão: em que medida a vinculação institucional de quem apresentou influenciou a predominância de Vera em 2015? No Brasil, Vera é referência para estudos em Teorias da Comunicação, orientada, principalmente, pelo pragmatismo norte-americano e com foco no jornalismo. Assim como em Martino, o vínculo institucional de quem apresentou impacta na frequência de citações dela, visto que estudantes, em nível de mestrado ou doutorado, orientados por ela ou que tiveram aula com ela, participam do GP citando-a em seus textos.

De modo geral, o ano 2015 tematizou a ação e o agir comunicativo, a convergência midiática em cenário de novas tecnologias e redes sociais, a Teoria Crítica, os estudos em mídia e em religião. Em conformidade com essa tematização, Vera é referência em seis textos daquele ano. Como verificamos, os artigos apresentados em 2015 tratam de temas afins àqueles discutidos por Vera em suas publicações, sobretudo os fundamentos teóricos e metodológicos da comunicação — temáticas afins ao GP. França também foi uma das autoras mais citadas em 2020, em terceiro lugar, o que aponta para sua importância no cenário brasileiro como autora da área e de discussões afins à ementa do GP.

Conforme o terceiro pico do Gráfico 1, relativo a 2017, o autor mais citado foi o espanhol radicado colombiano Martín-Barbero, referência para os estudos latinos em Comunicação. Com base nesse índice, verificamos que houve relação entre as obras

referenciadas do autor e os temas dos seis trabalhos que o citaram. Em vista disso, questionamos se houve relação entre a temática dos demais trabalhos apresentados naquele ano e os trabalhos em que Martín-Barbero foi referenciado. Verificamos que nem todos os temas dos trabalhos apresentados evidenciam relação estrita com a produção de Martín-Barbero, pois, em 2017, as correntes, as abordagens teóricas ou os conceitos trabalhados foram: Teoria Crítica, Cultura, Mídias Sociais, Política e Mídiação. No caso desse autor, então, não foi possível inferir outros índices ou perguntas com base na vinculação institucional das autorias dos anais.

No quarto pico do gráfico, em 2019, Martín-Barbero ocupou a terceira posição entre as referências mais citadas, após Eliseo Verón e Michel Foucault, respectivamente. Nesse sentido, Martín-Barbero é autor de referência para o GP no que diz respeito ao contexto latino e à tematização da comunicação pela via da cultura. Os trabalhos que o citam em 2019 recorrem a ele como referência auxiliar na contextualização dos trabalhos e não propriamente como autor central, pois tangenciam as temáticas da mídiação e da esfera pública — principais temas daquele ano.

O argentino Eliseo Verón foi o autor mais referenciado em cinco textos apresentados em 2019. Apenas um trabalho o referenciou para discutir política. Os demais trabalhos construíram reflexões relacionadas com as noções de mídiação, jornalismo e epistemologia da Comunicação segundo o pensamento de Verón. As autorias dos trabalhos que o citaram se vinculam a três programas de pós-graduação da Bahia, de Goiás e do Rio Grande do Sul. Esse índice aponta que autorias do Nordeste e do Sul, com programas voltados para a semiótica e a mídiação, tendem a citar mais vezes Verón em seus trabalhos.

O segundo autor mais referenciado em 2019 foi Michel Foucault. Ele foi referenciado em trabalhos sobre estudos culturais, mídiação, cibernética e construção do saber em sociedade. Certamente que os assuntos presentes nas obras de Foucault se diferem de tais tematizações. Nesse sentido, inferimos que Foucault é utilizado como autor periférico, que auxilia no aprofundamento dos temas centrais dos textos: definições sobre discurso, vigilância e sociedade do controle, e como contraponto ao pensamento de Habermas, que critica a noção de sujeito de Foucault. No caso desse autor, não foi possível fazer inferências com base na vinculação institucional das autorias que o citaram.

Em 2020, os dois primeiros autores com picos foram, respectivamente, Vilém Flusser e José Luiz Braga. Ambos foram citados por textos com discussões metodológicas relacionadas com cartografia, metapesquisa e consolidação do pensamento comunicacional brasileiro. Quatro textos citaram Flusser, e cinco textos citaram Braga, mas a frequência de citações de Flusser excede a de Braga pela variedade de textos daquele autor (representatividade). Ademais, podemos inferir que a recorrência e a frequência de citações a Flusser se deve à comemoração de 100 anos de nascimento dele, celebrada pelo GP em evento prévio e também durante as sessões de 2020. No caso de Flusser, observamos a recorrência de citações desse autor por parte da maioria das autorias dos textos apresentados, sobretudo daquelas do Sul, em outros anos. Para Braga, não foi possível inferir que a vinculação institucional das autorias dos textos incida na frequência de citações dele. No entanto, verificamos que Braga é um dos autores mais representativos em 2020 e também em toda a década analisada. Logo, inferimos que este índice aponta para a importante contribuição de Braga para diferentes temas de trabalhos brasileiros sobre comunicação.

Considerações finais

A metapesquisa realizada neste trabalho pautou-se pelo paradigma indiciário, proposto por Carlos Ginzburg e recuperado por José Luiz Braga, para realizar uma análise indiciária dos textos apresentados no GP Teorias da Comunicação da Intercom entre 2011 e 2020. O período recortado considerou a ausência de trabalhos que tivessem investigado o referido GP no recorte selecionado.

A escrita do texto foi guiada pelos índices expressos nas inscrições visuais produzidas com base nos metadados dos anais da última década, como tabelas, gráficos e figuras. Estas inscrições possibilitaram algumas leituras dos índices nelas presentes, bem como a derivação de questionamentos e a elaboração de inferências. Isso visou a ultrapassar a mera descrição estatística por meio da interpretação contextual dos números obtidos. Para isso, buscamos, inicialmente, verificar quais foram as autorias de referência mais citadas por quem escreveu e apresentou entre 2011 e 2020.

Em seguida, por meio de um gráfico fundamentado na sistematização dos dados em uma planilha, que considerou as variáveis de autocitação, sem autocitação e

representatividade (diversidade ou textos distintos) para considerar as autorias mais citadas, delimitamos os principais picos desse gráfico. Assim, entendemos que os picos de gráficos são índices que apontam para pontos de virada, ou seja, quando um padrão é rompido, de modo a considerar aquele sinal.

Em consonância com a recuperação histórica por décadas que empreendemos na introdução deste texto, realizamos a análise indiciária para os principais anos que tiveram picos no gráfico produzido. Desse modo, a fundamentação teórico-metodológica, calcada no paradigma indiciário, propiciou tratarmos os dados, relativos à apresentação dos textos, como pistas ou evidências dos assuntos mais tematizados na última década. Isso foi feito por uma perspectiva histórica, que parte dos elementos evidentes para aqueles que não são desvelados simplesmente com a categorização e a interpretação dos dados.

Em síntese, apenas os dados não podem ser considerados índices. Os índices expressam visualmente os dados e possibilitam que sejam lidos. A análise indiciária não se limita à leitura e à descrição dos dados, pois contextualiza e relaciona tanto os dados entre si quanto os contextos de produção dos dados, em perspectiva histórica, cronológica, temporal. É nesse caminhar com os dados que inferências são produzidas e questões são derivadas, sendo respondidas tentativamente em movimentos de idas e vindas dos dados e aos textos e destes àqueles.

Dito isso, cabe destacar que esta metapesquisa se limitou apenas a analisar, de maneira indiciária, as autorias de referência, as principais obras ou temas dessas autorias citadas, os anos em que foram mais citadas e o contexto de citação. Para este último ponto, consideramos dois aspectos: a) quem citou a autoria mais referenciada no ano específico e b) qual era a vinculação institucional dessa autoria. Isso poderia indicar a escolha de abordagens, correntes, teorias e conceitos conforme o PPGCom de inserção. De fato, a vinculação institucional é vetor preponderante, mas não exclusivo, para a escolha de quais autorias e obras/textos serão citados.

Nesse sentido, reconhecemos a necessidade de aprofundamento em outras categorias, não tratadas neste texto, como gênero, e se há tendência de citação de mais mulheres que homens com o passar dos anos. Em futuros trabalhos, será válido investigar as nacionalidades das autorias referenciadas e quais são os campos de saber ou áreas do conhecimento aos quais elas se vinculam. Também é válido pesquisar se

homens tematizam mais algum tema do que mulheres, entre outras questões que podem se orientar conforme os índices investigados, que vão revelando problemáticas de pesquisa e caminhos de trilha possíveis.

Referências

- BRAGA, J. L. Comunicação, disciplina indiciária. **MATRIZES**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 73-88, 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38193>. Acesso em: 3 ago. 2021.
- BRAGA, J. L. A prática da pesquisa em comunicação - abordagem metodológica como tomada de decisões. **E-Compós**, [S. l.], v. 14, n. 1, 2011. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/665>. Acesso em: 3 ago. 2021.
- FERREIRA, G. M.; PRATA, N. Reflexões e Ações no Campo Comunicacional: a presença da Intercom na área da comunicação. In: BIANCO, N. R. D.; LOPES, R. S. (Orgs.). **O campo da comunicação: Epistemologia e Contribuições Científicas**. São Paulo: Sosiscom Livros, 2020. p. 214-236.
- GINZBURG, C. Sinais: raízes de um paradigma indiciário. In: GINZBURG, C. **Mitos, emblemas, sinais – morfologia e história**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p. 143-275.
- LOPES, M. I. V. A Intercom e as Ciências da Comunicação no Brasil. In: LOPES, M. I. V. (Org.). **Vinte anos de Ciências da Comunicação no Brasil: avaliação e perspectivas**. Santos: Universidade de Santa Cecília, 1999. Cap. 5, p. 103-110.
- SALGADO, T. B. P.; MATTOS, M. A. O pensamento comunicacional na Intercom: anais do GP Teorias da Comunicação de 2018 e 2019. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43, 2020, Virtual. **Anais [...]**. Virtual, 2020. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-0691-1.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2021.