

Redes Sociais na Pesquisa em Comunicação: Um Estudo Exploratório.¹

Victor Martini Gabry²
Michely Mamede Vogel³
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

Resumo

O presente estudo exploratório busca, através de métodos bibliométricos, analisar o desenvolver do interesse nas redes sociais em meio a pesquisa brasileira de comunicação no intervalo de 2014 a 2018. Identificando um crescente interesse, seja na esfera política, educacional, econômica ou social nas apropriações feitas nas e pelas redes sociais, buscamos identificar de que maneira as mesmas são abordadas pela pesquisa brasileira em comunicação. Entendemos que, mediante uma lógica de midiatização das práticas cotidianas através da comunicação, é imprescindível entender como têm-se abordado o assunto no campo.

Palavras-chave

Redes sociais. Bibliometria. Midiatização.

Introdução

Entendemos, nos baseando no conceito de midiatização de Sodré (2006) que toda a prática virtual no contexto da Web 2.0   uma comunica o. Assim sendo,   mister perceber o número crescente de usuários de redes sociais – 49 milhões ao ano nas Américas – exercendo este que   um direito humano que, segundo Guareschi (2013), possibilita todos os demais. Segundo relatório da We Are Social (2018), com uma

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunica o do XXIV Congresso de Ciências da Comunica o na Região Sudeste – Vitória – ES – 03 a 05/06/2019

² Universidade Federal Fluminense (UFF), Instituto de Artes e Comunica o Social (IACS), gradua o em Jornalismo, 5  período.

³ Universidade Federal Fluminense (UFF), Instituto de Artes e Comunica o Social, Professora Adjunta de Biblioteconomia e Arquivologia

penetração em 62% da população, o Brasil figura como 22º maior usuário de redes sociais do mundo.

Neste meio, onde perpassam Fake News, informes oficiais do governo e notícias das mais variadas fontes, a comunicação é exercida de maneira extremamente (porém não completamente) verticalizada. Medir o crescente interesse e abordagens para o campo torna-se imperativo para garantir um avanço sistemático e autêntico a prática científica da Comunicação. Como estudo exploratório, nos dispomos a apresentar os primeiros dados decorrentes de uma análise bibliométrica do campo.

O presente trabalho busca realizar uma pesquisa de caráter exploratório-descritivo do interesse sobre o tema “redes sociais” entre a pesquisa da área da comunicação no contexto brasileiro. Para isso, foram selecionados artigos dos principais periódicos exclusivos da Comunicação segundo a base de dados Sucupira – não foi encontrado periódico exclusivo da área com Qualis A1, por isso a seleção por periódicos A2. Como critério de seleção dos periódicos buscamos a incidência dos termos “redes sociais”, “mídias sociais” e redes sociais nominalmente citadas (ex: Facebook, Twitter, Instagram, etc.) para compor o corpus de análise.

Metodologia

Segundo Bufrem e Prates (2015), a Cientometria seria o conceito ao qual este trabalho estaria mais adequado. Tem como objeto de estudo, as variáveis analisadas, os métodos e os objetivos alinhados com os deste trabalho (BUFREM, PRATES, 2015, p. 16). Consideramos ainda as colocações de Maricato e Reis (2017) sobre a interdisciplinaridade possível e presente nas disciplinas das Ciências da Informação e da Ciência da Comunicação. Um exemplo desta é o trabalho de Nascimento (2018), com o qual pretendemos dialogar alguns dos resultados encontrados neste trabalho.

Trabalhos como o de Ribeiro (2015), em que se avaliam as novas apropriações das redes sociais, são exemplos da não redução do processo comunicacional que denuncia Martin-Barbero (2015, pp. 2283-284) em sistemas lineares de tratar o paradigma comunicacional-informacional.⁴ Esta lógica perpassa a sociedade contemporânea, demandando um novo

⁴ Talvez aí se encontre uma das chaves para o que foi identificado por Maricato e Reis (2017), como uma falta de interesse das Ciências da Comunicação pela interdisciplinaridade com a Ciência da Informação: a quebra de um modelo linear que não mais atende a complexidade do processo comunicacional. Isto, porém, demanda estudos que não se propõem realizar aqui.

arcabouço teórico-metodológico que tem sido amplamente debatido no campo da Comunicação. É, contudo, preocupados com a maneira como isto tem sido feito que nos debruçamos sobre este estudo.

Buscamos começá-lo com o corpus reduzido supracitado: os principais periódicos de Comunicação do Brasil indexados junto a base de dados Sucupira, tendo como intervalo de tempo os anos 2014 a 2018⁵. Para selecionar os artigos que seriam futuramente analisados, reduzimos a busca aqueles que contivessem entre as palavras-chave, título ou resumo a incidência dos termos “redes sociais”, “mídias sociais” e qualquer citação nominal a uma rede social (ex: Facebook, Twitter, Youtube, etc.). Os artigos foram então discriminados em uma tabela, onde se avaliou a reincidência das palavras-chave, os autores mais produtivos sobre o assunto, o fluxo da pesquisa por ano e os periódicos que mais acolheram artigos na temática.

Dado o vasto universo de palavras-chave, que abrangeu 425 diferentes termos nos 108 artigos selecionados em um universo de mais de 1150 artigos no total (considerando a média de artigos por periódico = 10, com três edições por ano, num universo de 6 diferentes periódicos selecionados), as agrupamos em categorias temáticas, nos baseando na análise contextual (FALKINGHAM, REEVES, 1998). Nos respectivos periódicos, também ignoramos as sessões temáticas que estivessem ligadas explicitamente a temas não relacionados a prática jornalística e publicitária (como cinema e relações internacionais, por exemplo) – observamos, porém, que a incidência de artigos relacionados ao tema nestas demais sessões não eram significativas.

Os resultados foram então trabalhados no programa Excell para geração de gráficos. Dos 28 grupos de palavras-chave formulados, selecionamos os cinco mais relevantes para medir seu interesse, assim como as palavras-chave que apareceram, nominalmente, mais de cinco vezes (apenas 10 tiveram este resultado). Os autores aparecem citados nominalmente a partir de duas produções publicadas, somando 14 autores com mais de uma publicação neste intervalo de tempo e periódicos, sendo que 157 se situam como tendo publicado apenas 1 artigo no mesmo intervalo.

⁵ Esta marcação temporal se deve pela correlação que o presente estudo tem com uma linha mais geral desenvolvida no sentido de explorar a disseminação das Fake News, que tiveram seu auge de divulgação quando desta data

Resultados

Como relatado, discriminamos os autores que mais publicaram neste intervalo de tempo sobre o assunto, assim como as palavras-chave de maior incidência, os grupos de palavras-chave de maior incidência, os periódicos que mais acolheram o tema e os anos de pico de interesse sobre o assunto.

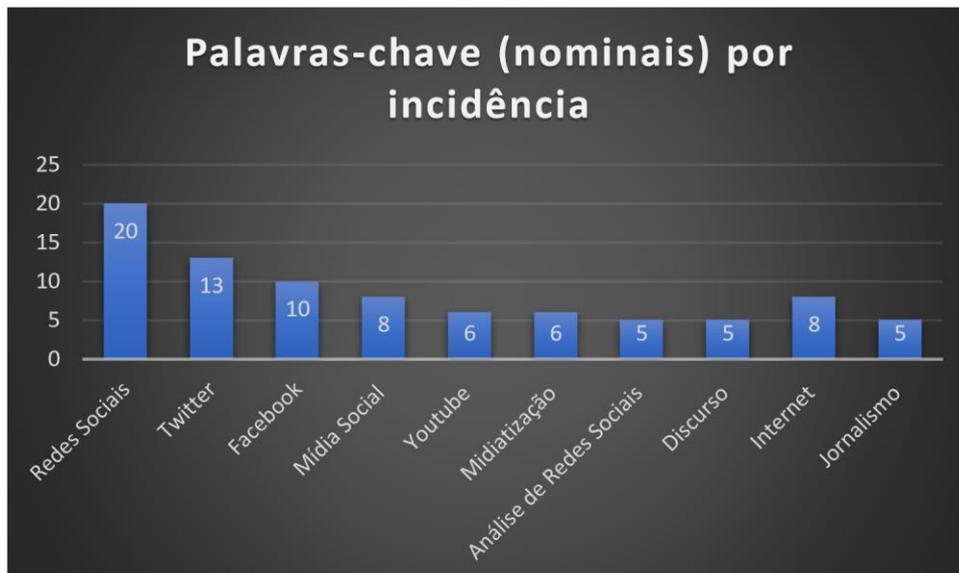


Tabela 1. Produzido pelo autor.

Compreendemos que, dado o perfil de seleção dos artigos, o termo “redes sociais” apareça nominalmente como o mais citado – um bias previsível na execução desta primeira etapa, que pode nos apontar para outras maneiras de tratar o corpus no futuro. Porém, é marcante observar que “Twitter”, “Facebook” e “Youtube” figuram nominalmente tanto ou mais que “Mídia Social” – que pode ser entendido como sinônimo de “rede social” e “mídia social” – conceito teórico para compreensão dos processos comunicacionais que ocorrem no interior das redes. A Análise de Redes Sociais enquanto método também figura entre os mais citados, assim como o Discurso, implicando em dois aportes teórico/metodológicos que são muito usados no campo. Termos como “Jornalismo”, “Internet”, “Mídia Social” e “Redes sociais” são aqui entendidos como usados enquanto palavras-chave para situar o campo de atuação da pesquisa.

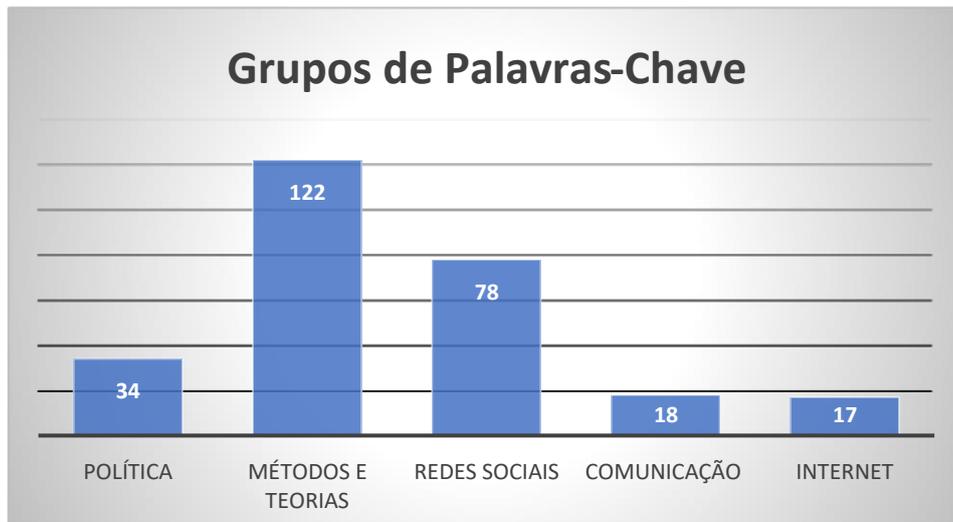


Tabela 2. Produzido pelo autor

Analisando os grupos, já observamos outros resultados. Foram agrupados junto a “métodos e teorias” toda referência direta a conceitos, teorias, métodos de pesquisa, autores e noções teóricas, levando-se em conta o conteúdo dos resumos. Cabe observar que os grupos não tem a mesma amplitude de termos, sendo a amplitude de termos do grupo “redes sociais” similar ao de “política”, e ambos significativamente menores que o de “métodos e teorias”, enquanto apenas ligeiramente mais amplos que o de “internet” e “comunicação”.

Embora estes resultados em específico dialoguem mais com a prática e o fazer científico do campo da Comunicação, também traz interessantes resultados quando contrastado com os gráficos trazidos por Nascimento (2018) sobre a mesma reincidência no contexto nacional e internacional da Ciência da Informação.



Tabela 3. NASCIMENTO, 2018, p. 82

Como se pode ver, assim como a categoria “comunicação” e “jornalismo” enquanto palavra-chave figuram significativamente entre periódicos de comunicação, algo correlacional ocorre nas Ciências da Informação. Porém, no que tange a especificidade do termo “redes sociais” ambos apresentam uma relação mais tangível – diferente do exposto por Maricato e Reis (2017). O trabalho de Nascimento (2018), porém, visava analisar o interesse crescente pela Web 2.0, e não sobre as redes sociais nominalmente. Porém, entendendo conceitualmente que a Web 2.0, uma Web feita de relações, interações, em que se constrói e comunica-se integralmente, é natural uma correlação destes resultados com aqueles relativos aos estudos de redes sociais.

Porém, cabe ainda assinalar que, diante do universo de palavras-chave (425), classificadas em 28 diferentes grupos, esses resultados são ainda muito parciais do tamanho das informações extraíveis da amostra.

Métodos e Teorias	122
Redes Sociais	78
Política	34
Comunicação	18
Internet	17
Consumo	12
Avulso	12
TV	11
Gênero e Sexualidade	11
Ativismo	10
Juventude	10
Jornalismo	8
Entretenimento	8
Cultura	7
Emoção	7
Violência	6
Dados	5
Vídeo	5
Arte	5
Espaço	5
Imagem	4
Esporte	4
Leitura	4

Música	4
Memória	4
Mulher	3
Engajamento	3
Mentira	2
Corpo	2
Cinema	2
Séries	2

Observa-se com isto que as redes sociais estão sendo trabalhadas como um meio onde ocorrem práticas discursivas e comunicacionais – seja sobre determinados objetos, como construções do corpo, do espaço, juventude, e etc. Isto, porém, como observamos no gráfico I [Palavras-Chave (nominais) por incidência] não necessariamente está acompanhado de noções teóricas como a de “mediação” ou “mídiatização”. Não procuramos aqui fazer um juízo de valor sobre a validade destas frente a outras abordagens teóricas que deem conta de abarcar o universo virtual, mas reconhecemos sua validade enquanto tal e questionamos então, se não desta forma, de que forma estamos abarcando as diferenças conceituais entre o exercer comunicacional dentro e fora das redes sociais? A Análise de Redes Sociais, incorporada ainda junto ao grande grupo dos “Métodos e Teorias”, tendo aparecido nominalmente tanto no gráfico 1 quanto no gráfico 3, em contextos distintos, também pode ser problematizada. No trabalho de Venturini, Munk e Jacomy (2018), aborda-se como a Teoria Ator-Rede, Análise de Redes Sociais e as Redes Sociais que são aqui objeto de nossa análise muitas vezes provocam uma confusão semântica que se traduz em uma confusão na execução da pesquisa científica. Abordando que ambas podem, sim, dialogar, porém apenas sob certas condições, os autores defendem a posição de teoria de um, método de outro e de objeto empírico da terceira.

Enquanto nossos trabalhos focam em vislumbrar as diferenças entre as abordagens dadas ao objeto empírico, o trabalho de Venturini, Munk e Jalcomy é essencial para que vislumbremos outro bias possível para a pesquisa. Entretanto, o alerta que trazem em seu artigo é também congruente com aquilo que encontramos em nosso levantamento e que também dialoga com o que Nascimento (2018) traz em sua pesquisa: uma confusão semântica que tem levado os trabalhos acadêmicos sobre Redes Sociais a se aventurarem em uma profusão de outros sentidos e contextos. Uma noção mais ampla ainda, como a

de Sociedade em Rede (CASTELLS, 2009) pode implicar em abordagens ainda mais confusas.

Esta última constatação encontra ainda respaldo em seu alarme no trabalho de Maricato e Reis (2017), em que constataram que, em 20 teses analisadas em programas de pós-graduação em Comunicação no intervalo 2009-2014, Castells figurava como sexto autor mais citado. Considerando que as palavras-chave em artigos científicos orientam a pesquisa bibliográfica daqueles que se dispõem a se situar sobre determinado tema, tal confusão pode acarretar em atrasos e falhas na comunicação científica sobre o assunto. Percebemos que o entendimento do que são e como são tratados as Redes Sociais não é algo sólido, conciso, e tem se desmembrado para uma miríade de direções.

Dos seis periódicos estudados, temos a seguinte relação de produção:



Tabela 4. Produzido pelo autor

Divida, ainda, nos seguintes anos:



Tabela 5. Produzido pelo autor

Podemos ainda citar os autores que figuram como os expoentes dentre o tema redes sociais. Alguns dos nomes, conhecidos no meio pelas abordagens que tratam sobre as redes sociais, são indiscriminados de se autores ou coautores. Em consulta a base de dados da Plataforma Acácia, encontramos que muitos dos autores que possuem apenas um artigo publicado foram, por vezes, orientadores dos abaixo nominados como os que mais publicaram no intervalo. Notavelmente o caso das pesquisadoras Raquel Recuero e Gabriela Zago que foram orientadas por Alex Fernando Teixeira Pinto, que publicou um artigo e também orientou William Fernandes Araujo, que também publicou apenas um artigo. Acreditamos que analisar, futuramente, estas relações entre alunos e professores que levaram ao desenvolvimento de pesquisas no campo pode enriquecer o conhecimento sobre este desenvolvimento, as instituições que mais ativamente se dedicam ao assunto e apresentar olhares para o futuro.



Tabela 6. Produzido pelo autor

Conclusões

O presente estudo propõe-se a realizar uma análise exploratória do campo da produção científica sobre redes sociais dentro da área da Comunicação. Procuramos, com isso, ajudar a orientar e balizar futuros estudos sobre o tópico, entendendo sua importância para as práticas da comunicação dos dias de hoje. O estudo vislumbra ainda futuras etapas onde os conhecimentos apreendidos neste momento serão melhor elaborados. Dentre as ideias

que podemos apreender neste primeiro momento está a compreensão de que por seu alto valor semântico e a facilidade de ser re-apropriado nos mais variados contextos, o termo “redes sociais” parece levar a confusão metodológica e/ou teórica no momento de relacionar conceitos à realidade da análise em redes sociais. Um misto de interface, algoritmo, meio e arena pública, as redes sociais são um laboratório com todo um novo arsenal de vícios e virtudes onde a pesquisa em comunicação pode mergulhar. Trabalhos como o de Venturini, Munk e Jacomy (2018) apontam, mas não são o resumo destes vícios.

Acreditamos que as relações entre professores e orientandos, destes com seus núcleos de pesquisa, possa nos ajudar a situar este que é, decerto, uma arena onde a pesquisa em Comunicação tem por definição um lugar de excelência para a produção de conhecimento. Esperamos tornar a isto futuramente, assim como melhor situar de que maneira as redes sociais vêm sendo trabalhadas dentro da academia. A velocidade da informação e da tecnologia, um enganoso fetiche como bem expresso por Moretzsohn (2017) não pode estar na frente do rigor científico, por mais que a fluidez das manifestações culturais e comunicacionais pareça demandar o contrário.

Referências bibliográficas

BUFREM, Leilah, PRATES, Yara. O saber científico registrado e as práticas de mensuração da informação. In: *Ciência da Informação*, Brasília, V. 34, N. 4, p. 9-25, 2015.

CASTELLS, Manuel. *Sociedade em Rede*. Paz e Terra, São Paulo, 2009.

FALKINGHAM, L. T., REEVES, R. Context Analysis - A Technique for analysing research in a field, applied to literature on the management of R&D at the section level. In: *Scientometrics*, V. 42, N. 2, p. 97-120, 1998.

GUARESCHI, Pedrinho A. *O Direito Humano à Comunicação: pela democratização da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

GUEDES, Vania Lisboa da Silveira. A Bibliometria e a gestão da informação e do conhecimento científico e tecnológico: uma revisão da bibliografia. In: *PontodeAcesso*, Salvador, V. 6, N. 2, p. 74-109, 2012.

MARICATO, José de Melo, REIS, Filipe. Relações interdisciplinares entre a Ciência da Informação e a Ciência da Comunicação: uma análise a partir de citações, formação das bancas e palavras-chave das teses das áreas. In: *Perspectivas em Ciência da Informação*, V. 22, N. 1, p. 112-132, jan./mar 2017.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. “Uma legião de imbecis”: hiperinformação, alienação e o fetichismo da tecnologia libertária. In: *Liinc em Revista*. Rio de Janeiro, V. 13, N. 2, p. 294-306, nov. 2017.

NASCIMENTO, Lucas Sobral do. *A Produção Científica da Ciência da Informação Estrangeira e Brasileira sobre a Web Social: Um Estudo Métrico*. Monografia (Graduação em Biblioteconomia). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

RIBEIRO, Renata Rezende. *A morte midiaticizada: como as redes sociais atualizam a experiência do fim da vida*. Niterói, Eduff, 2015.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: MORAES, Denis de (Org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p.19-32.

VENTURINI, Tommaso, MUNK, Anders, JACOMY, Mathieu. Ator-rede versus Análise de Redes versus Redes Digitais: falamos das mesmas redes? In: *Galaxia*, São Paulo, N. 38, p. 5-27, mai-ago, 2018.

WE ARE SOCIAL. *Global Digital Report 2018*. 2018. Disponível em: <<https://digitalreport.wearesocial.com/>>. Acesso em 15/04/2019.