

## **A importância da produção discente na graduação em comunicação social: o caso da revista *Anagrama***

**Eliza Bachega Casadei / Rafael Duarte Oliveira Venancio**

### **Resumo:**

O presente artigo busca analisar o papel dos periódicos científicos voltados à publicação de artigos produzidos por pesquisadores discentes da Graduação, especialmente aqueles do campo das Ciências da Comunicação e de sua graduação correlata, a Comunicação Social. Através do estudo do caso da revista *Anagrama*, o objetivo aqui é verificar os caminhos de pesquisa delineados pelos graduandos de diversas instituições brasileiras de pesquisa que submeteram artigos a essa publicação nesses dois anos de sua existência. Além disso, há a reflexão acerca do papel organizacional do periódico científico como um todo, bem como a promoção da interdisciplinaridade.

### **Palavras Chave:**

Comunicação Social; Graduação; Produção Discente; Artigos Científicos; Interdisciplinaridade

### **Abstract:**

This article analyzes the role of undergraduate scientific periodicals, specially those who belongs to Communication Science and its undergraduate degree (Social Communication). Studying the scientific periodical *Anagrama*, our purpose here is to verify the research paths constructed by the undergraduate students, from many Brazilians scientific institutions, whose articles were published in the past two years. Besides that, there is discussion about the organizational role of the scientific periodical as well as about the promotion of a interdisciplinary field.

### **Keywords:**

Social Communication; Undergraduate Studies; Students' Production; Scientific Papers; Interdisciplinarity Field

Para Muniz Sodré (2003), o campo epistemológico comunicacional está condicionado a um aspecto diferenciador, na medida em que os mediadores vivem do discurso que fazem sobre suas próprias simulações das outras realidades. Ou seja, ao contrário de outros campos de estudo que também se desenvolvem dentro da própria realidade que ajudam a criar e a administrar, na comunicação “não se trata de discurso sobre representações de substâncias históricas, mas de discurso sobre discurso” (SODRÉ, 2003: 309).

Este caráter do campo comunicacional, na visão de Raúl Fontes Navarro, se encontra diante de uma aporia constituidora, na medida em que, ao mesmo tempo em que a comunicação se converte em um articulador de sentidos cada vez mais importante para a compreensão de diversos âmbitos da existência social, seus estudos estariam diante de uma crise epistemológica grave. Segundo o autor, “a academia não

logra constituir um sistema de conhecimento que vá além da reprodução desta doxa, deste conhecimento cotidiano acrítico e funcional, com o qual a ciência teria que romper” (NAVARRO, 2003: 25).

Esta crise epistemológica da comunicação estaria ligada ao fato de que a autonomia científica do campo é bastante baixa, estando sujeita a uma condição em que a acumulação e distribuição dos saberes sobre a comunicação não são restritas à academia. Mais do que em outros campos, ela sofre a interferência direta de interesses políticos e econômicos alheios ao campo que, inevitavelmente, também passam pela questão de o que, por que, como e para que produzir e reproduzir esses conhecimentos dentro da instituição universitária.

Para Navarro, é fundamental, portanto, o papel institucional que deve ser legado ao campo, na medida em que este “é o lugar social em que aonde se articulam o poder e o saber, na medida em que o futuro do campo e a luta por sua orientação dependem mais das formas organizacionais do que teóricas” (NAVARRO, 2003: 29). Daí advêm a importância não só dos lugares aonde se realizam as pesquisas, mas também onde se publicam tais resultados, seja na forma de artigos científicos, dossiês ou até mesmo ensaios.

Se, por um lado, as camadas acadêmicas compostas por doutores e estudantes da pós-graduação *stricto sensu* possuem seus *lôcus* de difusão de seus trabalhos, a nova camada de jovens pesquisadores – os bolsistas de iniciação científica – ainda possui um rol de opções limitadas de publicações. É para esse público-autor que a Revista *Anagrama*, uma publicação do MidiAto - Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas – sediado no Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo –, buscou, desde sua criação no 2º semestre de 2007, se consolidar como um espaço organizacional de publicação em Ciências da Comunicação.

É como um espaço de publicização, que permite que jovens pesquisadores – em sua fase primeira da formação acadêmica, ou seja, cursando a Graduação – divulguem suas pesquisas, auxiliando-os sua entrada no campo científico e possibilitando, para o futuro, uma busca por uma maior consolidação do campo comunicacional.

Dessa forma, o objetivo do presente artigo é mostrar as linhas gerais do nosso estudo de caso, a revista *Anagrama*, e desenhar os caminhos de pesquisa delineados pelos graduandos de diversas instituições nacionais de pesquisa que submeteram artigos à publicação nesses dois anos de sua existência.

## **O projeto Anagrama**

No primeiro semestre de 2007, o MidiAto - gGrupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas – representados por suas duas líderes, Profª Drª Mayra Rodrigues Gomes e Profª Drª Rosana de Lima Soares; uma pesquisadora da Pós-Graduação, Andrea Limberto Leite; e dois pesquisadores de Iniciação Científica, Eliza Bachega Casadei e Rafael Duarte Oliveira Venancio – elaboraram a ideia de criar uma revista *online* que publicasse artigos científicos dos resultados das pesquisas dos bolsistas de Iniciação Científica – tanto da bolsa PIBIC do CNPq como da Fapesp – como trabalhos científicos realizados por demais alunos de graduação. Além da demarcação do público-autor, a revista *Anagrama* só publicaria artigos com temáticas relacionadas às práticas midiáticas

Ora, em 2007, no Departamento de Jornalismo e Editoração da Universidade de São Paulo não havia ainda tal espaço de publicação na Graduação. Para esses autores, os espaços estavam dentro dos veículos laboratoriais (*Notícias do Jardim São Remo, Agência Universitária de Notícias, Jornal do Campus,*

*Claro!* e a revista *Babel*), de publicações literárias (revista *Originais Reprovados* e o *JECA*) ou de veículos midiáticos produzidos pela J. Junior, empresa júnior do curso de Jornalismo, ou pela Com-Arte Jr., empresa júnior do curso de Editoração

A escolha do nome *Anagrama* para essa publicação possui uma influência forte na definição de sua linha editorial. Tal como é descrito a cada edição:

Anagrama, de acordo com o dicionário Aurélio, significa “palavra formada pela transposição das letras de outra”. Este nome foi escolhido, justamente, pela série de relações a que esta palavra remete. Anagrama pode significar tanto a inversão das letras das palavras de forma a compor uma nova, assim como, entre outros significados, uma leitura diagonal ou transversal que traz à luz novos sentidos para um texto. Ela nos faz lembrar de jogos de linguagem, combinações de disciplinas, interpenetração de meios e isso parece ser exatamente o que queremos explorar: todas as relações que são imagináveis entre as mídias, ou seja, os meios que propagam a cultura. (ANAGRAMA, 2009: 1).

Lançada em setembro de 2007 no site [www.usp.br/anagrama](http://www.usp.br/anagrama), a Revista *Anagrama*, publicada trimestralmente, já publicou nos seus dois anos (o que perfaz 8 edições), 100 textos provenientes de 33 instituições diferentes de ensino. Na última edição do segundo ano da revista, a *Anagrama* ganhou um *mirror* indexador na Internet: o portal *Univerciência* de revistas de acesso aberto em Ciências da Comunicação. Através do endereço <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/anagrama/index>, a publicação pode ser acessada junto com outras 19 revistas lusófonas da área, possibilitando a ampliação de sua visibilidade, tanto para leitores como para futuros autores.

Atualmente, a revista *Anagrama* aceita colaborações de trabalhos originais e inéditos, de autoria individual ou coletiva, sob a forma de artigo, ensaio, resenha ou dossiê. O tamanho varia de acordo com o gênero do texto: de 10 a 15 páginas (ou de 27 mil a 34 mil caracteres) no caso de artigos e ensaios e de 03 a 07 páginas (ou 7 mil a 16 mil caracteres) no caso de resenhas e de 20 a 50 páginas no caso de dossiês.

O envio de textos pode ser de duas formas: 1) via submissão eletrônica no site do portal *Univerciência*. A partir deste método, o autor poderá acompanhar o caminho de avaliação do *paper* a partir do site; e 2) via email ([anagrama@usp.br](mailto:anagrama@usp.br)). O caminho de avaliação do *paper* será comunicado ao autor através da troca de emails com a equipe editorial da revista.

Os textos enviados são avaliados por, no mínimo, dois membros do conselho editorial escolhidos aleatoriamente. Sua avaliação será baseada em uma ficha elaborada segundo critérios de relevância. Em caso de discordância dos avaliadores, o voto de desempate cabe aos editores executivos. Todos os artigos selecionados, então, serão encaminhados para receber o aval dos editores responsáveis.

No final do seu segundo ano de publicação, a equipe editorial da *Anagrama* é composta: 1) Editores responsáveis: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Mayra Rodrigues Gomes, Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Rosana de Lima Soares e doutoranda Andrea Limberto Leite; 2) Editores executivos: mestrandos Eliza Bachega Casadei e Rafael Duarte Oliveira Venancio; e 3) Conselho Editorial: Bruno Salerno Rodrigues, Gabriel Lohner Grof, Jamila Venturini, José Muniz Júnior, Karina Negreiros, Lis de Freitas Coutinho, Luiz Fernando Dias Prado, Marina Iemini Atoji e Stefano Azevedo.

Procederemos, então, para análise dos índices da Revista *Anagrama* nesses dois anos de publicação. Através da constatação desses dados, será possível entender melhor o que significa a publicação da produção discente, um fenômeno ainda recente nas Ciências da Comunicação.



## Índices da publicação

Tal como foi dito anteriormente, a revista *Anagrama* publicou, em seus primeiros dois anos, 100 artigos de 33 instituições de ensino diferentes. 73% dos artigos publicados são provenientes de instituições públicas de ensino superior, incluindo as três primeiras da lista: a Escola de Comunicações e Artes da USP, a Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP e a Universidade Federal de Santa Maria, que abarcam 47% do total. O gráfico 1 mostra, em detalhes, a distribuição dos artigos em relação às instituições.

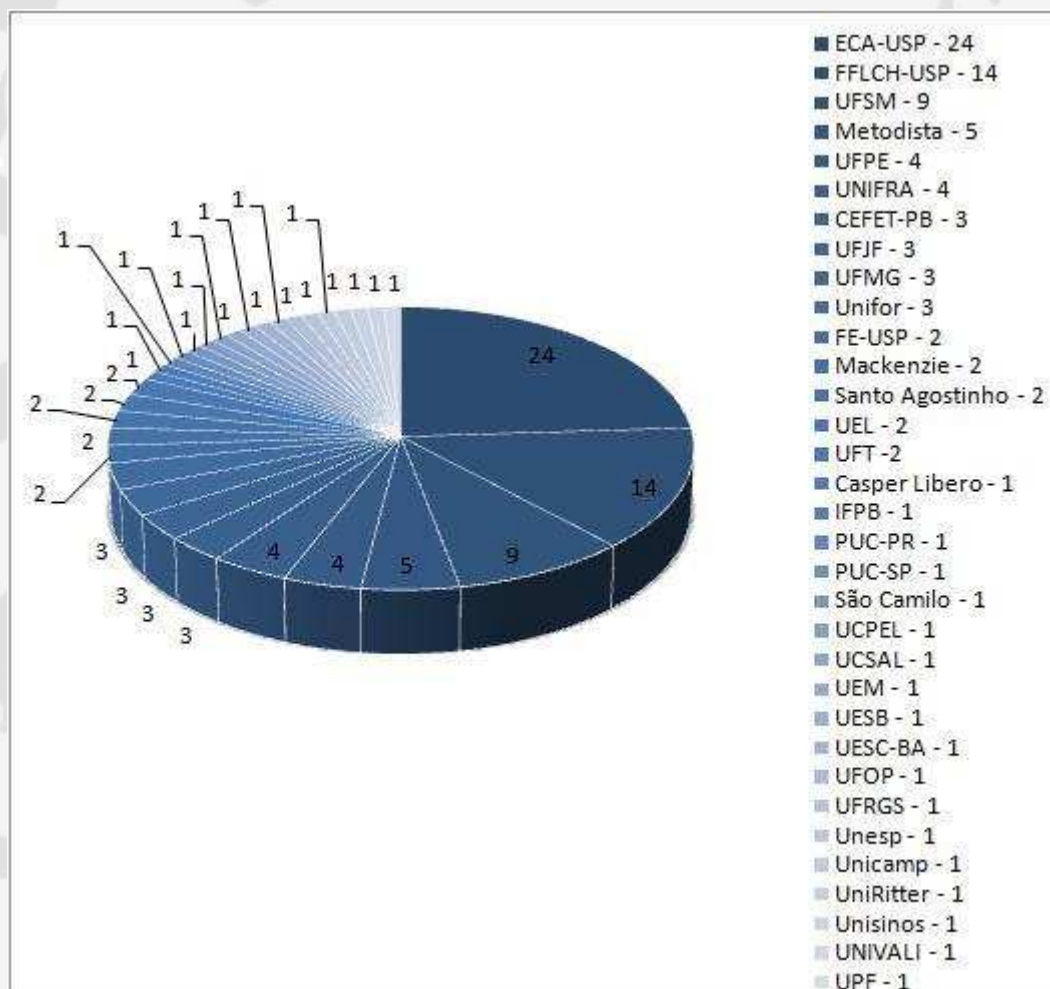


Gráfico 1 – Relação Artigos/Instituições na Revista *Anagrama*

Entre as explicações possíveis acerca da predominância das instituições públicas de ensino superior na revista *Anagrama*, podemos citar: 1) o fato da revista estar sediada em uma delas; 2) a maior amplitude dos programas de Iniciação Científica nessas instituições; e 3) a maior tradição dessas instituições na formação de quadros acadêmicos, ou seja, na formação *stricto sensu* na Pós-Graduação.

Sobre a proveniência geográfica dos autores, constatamos que, no total, a revista *Anagrama* publicou textos de autores de 12 Unidades da Federação brasileiras (44% do total), sendo apenas a Região Centro-

Oeste sem representantes. São Paulo ficou com a maioria absoluta, 51%, assim como a Região Sudeste (59%). Em segundo lugar, está a Região Sul, com 23%. O gráfico 2 mostra, em detalhes, a distribuição dos artigos em relação às Unidades da Federação brasileira.

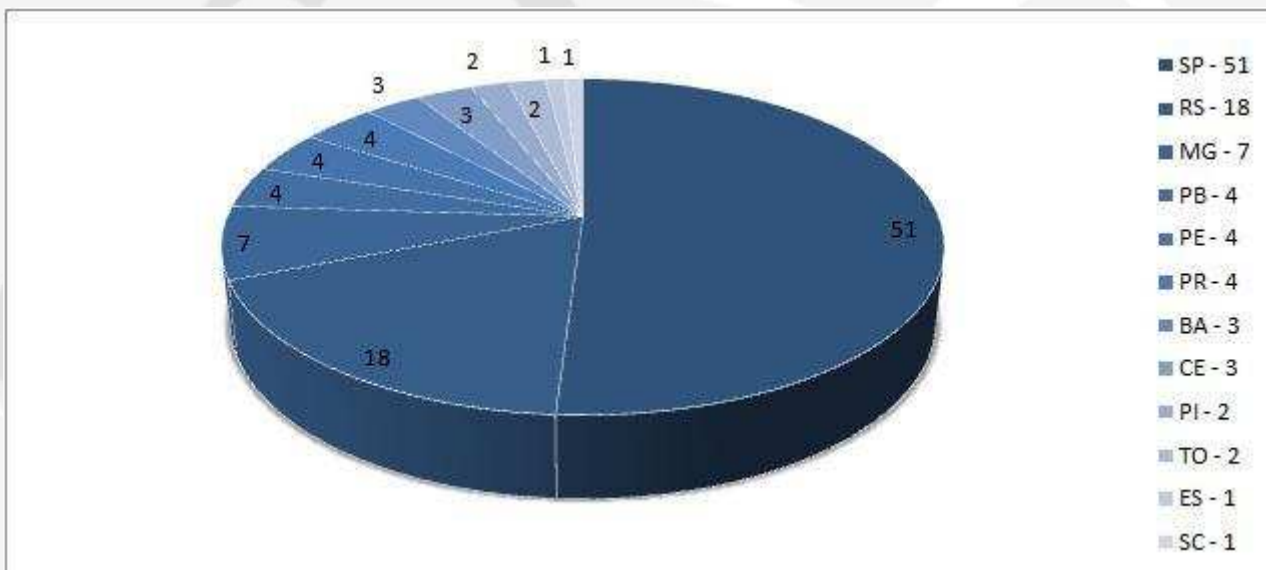


Gráfico 2 – Relação Artigos/Estados de origem na Revista *Anagrama*

Acerca dos cursos aos quais os alunos estão vinculados, constatamos que, no total, a revista *Anagrama* publicou textos de autores de 15 cursos de Graduação diferentes. Os alunos de bacharelados relacionados às Ciências da Comunicação são a maioria: 67%, sendo Jornalismo o líder com 46% do total. As demais graduações também são do campo das Ciências Humanas. O gráfico 3 mostra, em detalhes, a distribuição dos artigos em relação aos cursos de Graduação os quais pertencem os autores.

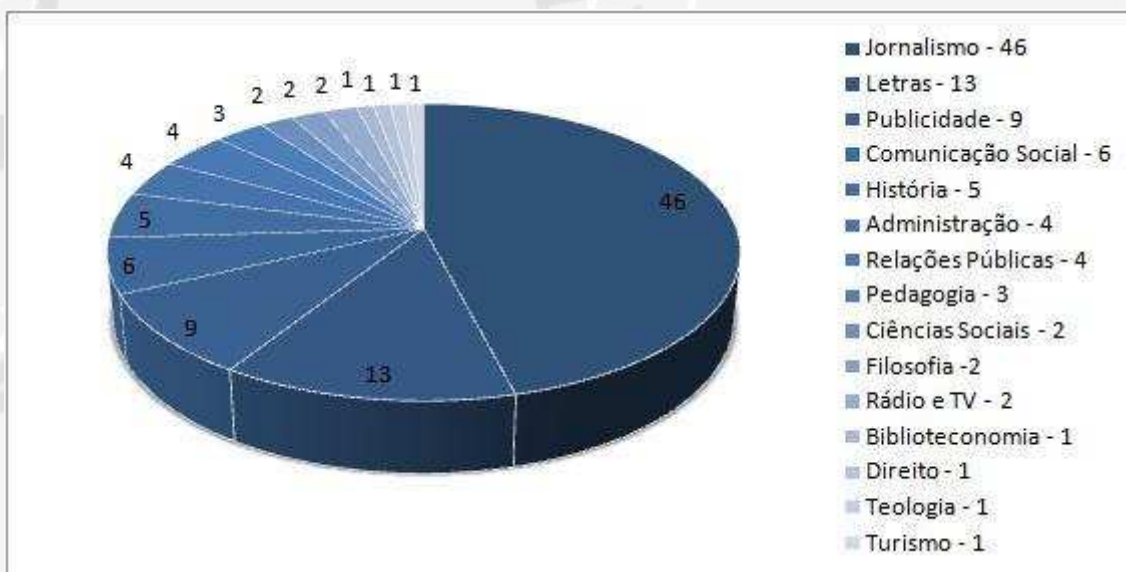


Gráfico 3 – Relação Artigos/Cursos de Origem na Revista *Anagrama*

Entre as explicações possíveis acerca da predominância dos bacharelados da Ciências da Comunicação, podemos citar: 1) o fato da revista estar sediada em um departamento dessa área; 2) a definição temática da revista acerca de um macrotema dessa área; e 3) a constatação de que, gradualmente, os objetos midiáticos estão sendo mais estudados dentro de seu campo científico independente do que como meros objetos à luz de outras epistemologias.

Acerca do objeto central de estudo dos textos, constatamos, no total, a presença de 21 tipos de objetos de estudo, todos eles com uma abordagem comunicacional. Sem nenhum ter a maioria absoluta, o objeto mais estudado foi a Televisão com 11%. O gráfico 4 mostra, em detalhes, a distribuição dos artigos em relação aos tipos de objetos centrais de estudo.



Gráfico 4 – Relação Artigos/Objetos de Estudo na Revista *Anagrama*

Outro dado interessante é das referências bibliográficas utilizadas em cada texto. Utilizando a metodologia de enumerar as referências utilizadas e citadas na seção Bibliografia/Referências Bibliográficas de cada texto, encontramos o uso de 1242 fontes bibliográficas provenientes de 893 autores diferentes. Os 25 primeiros mais citados estão na faixa de 16 a 4 citações, compreendendo 38 autores devido aos empates. O gráfico 5 ilustra bem esse rol dos autores mais citados.



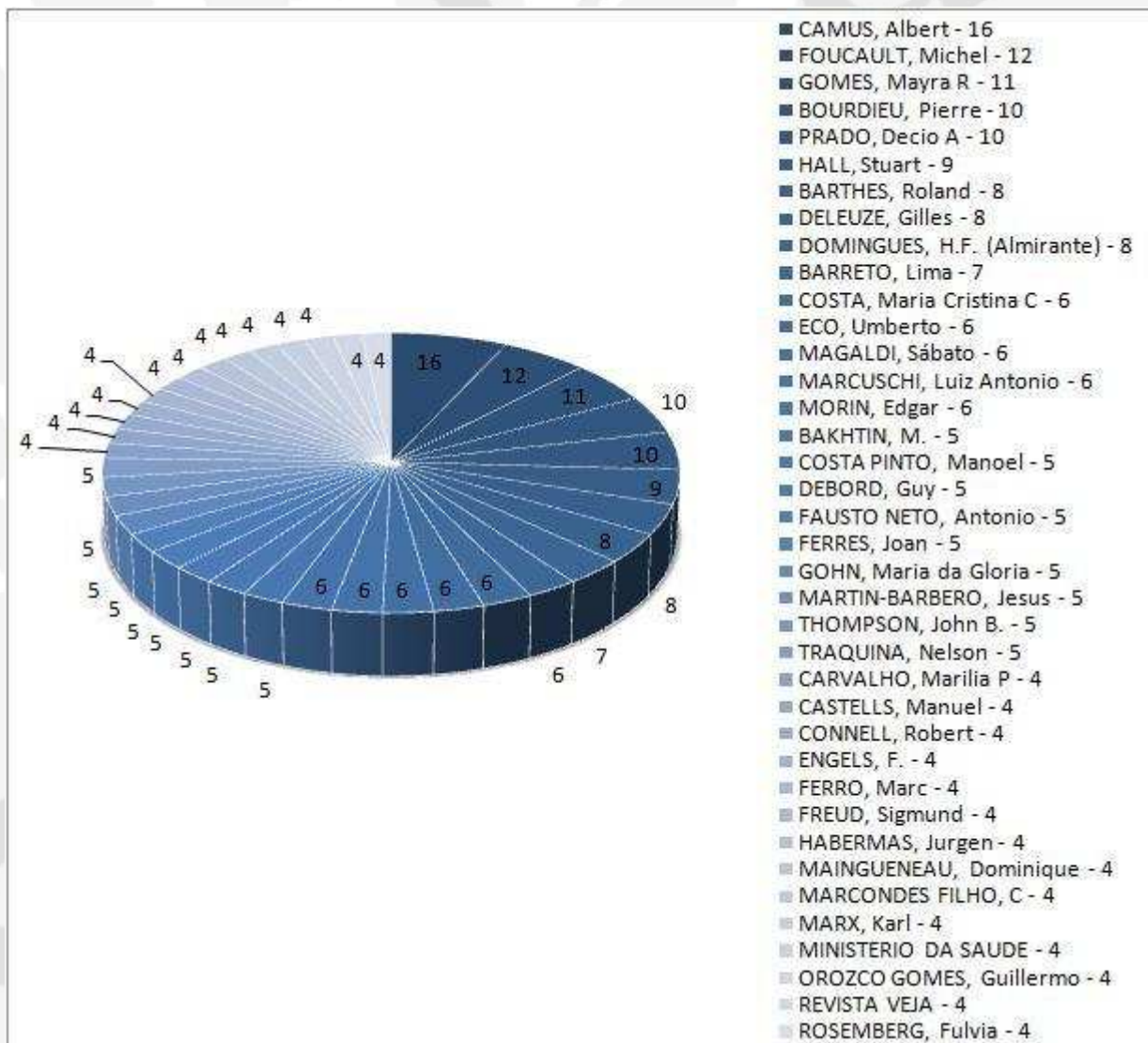


Gráfico 5 – Top 25 dos autores mais citados na Revista *Anagrama*

Desses 38 autores, 34% são lusófonos demonstrando uma superioridade numérica dos autores de línguas estrangeiras. O autor mais citado é Albert Camus (1,3% do total) e o autor brasileiro mais citado é Mayra Rodrigues Gomes (0,9% do total). Já os autores que apareceram em mais edições foram Stuart Hall, Roland Barthes, Antônio Fausto Neto e Nelson Traquina, todos em 5 edições (62,5% do total de edições).

O autor mais velho citado foi Sófocles (nascido a 496 a.C.) e o autor lusófono mais velho citado foi o Pe. Antônio Vieira (nascido a 1608). Outro dado interessante está que, entre o rol dos mais citados, podemos encontrar um radialista (H.F. Domingues, o Almirante), uma fonte governamental de informação (Ministério da Saúde) e uma publicação jornalística (*Revista Veja*).

Essas citações pouco usuais podem ser explicadas pelo fato de ser uma revista feita por graduandos da área de Comunicação Social. Nesse momento de sua formação – em que não são nem acadêmicos nem jornalistas – os jovens pesquisadores podem amalgamar, em suas referências bibliográficas, o que seria uma fonte para uma pesquisa acadêmica com o que é uma fonte jornalística, tal como o são as três citadas

anteriormente.

Acerca do suporte material das referências bibliográficas, constatamos, no total, a presença de 29 tipos de suportes materiais bibliográficos em seis línguas diferentes (português, inglês, espanhol, francês, italiano e alemão). Os materiais impressos em língua portuguesa – traduzidos ou não – são a grande maioria com 82,5% do total. O gráfico 6 mostra, em detalhes, a distribuição das referências bibliográficas em relação aos suportes materiais.

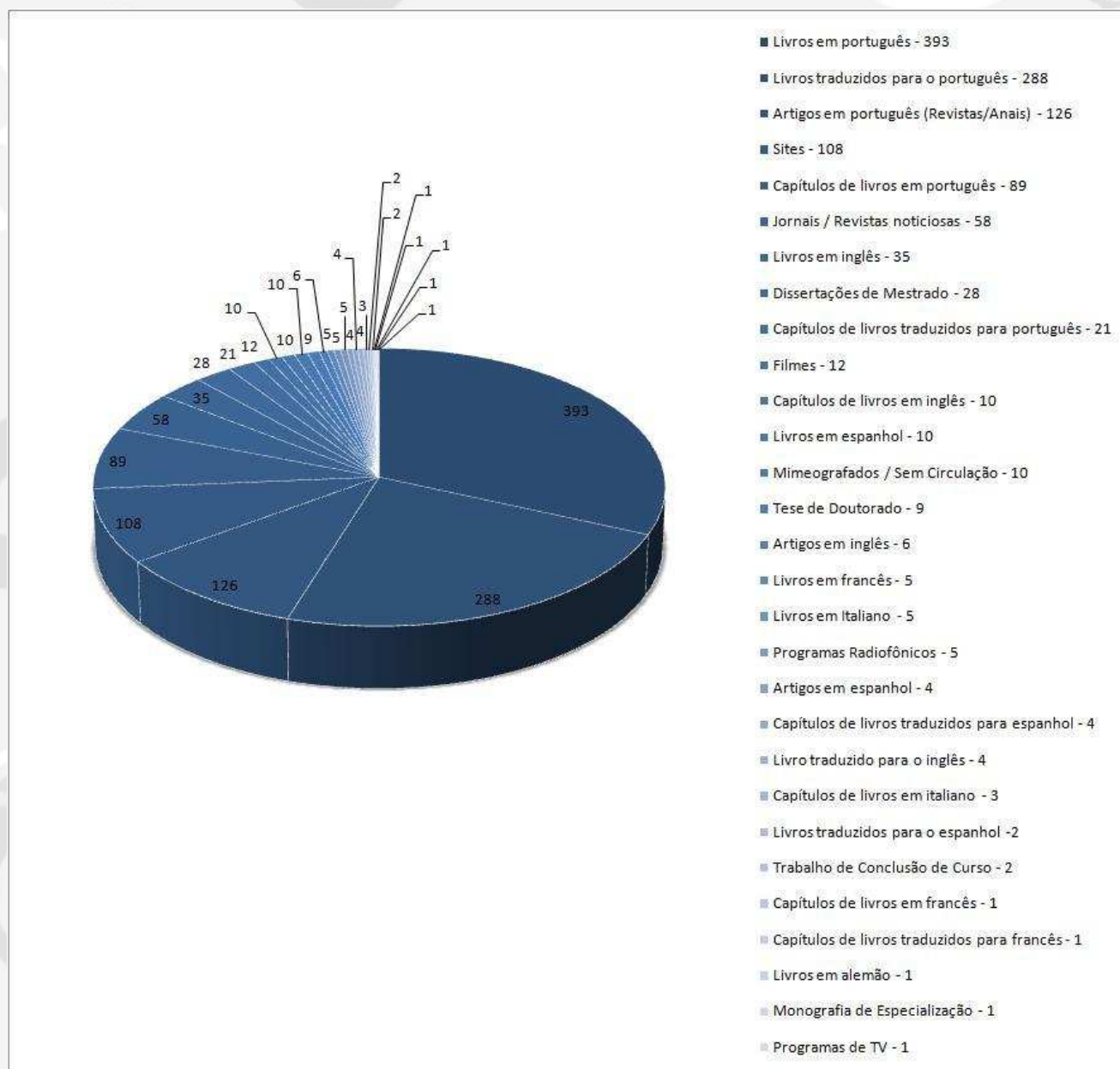


Gráfico 6 – Relação Referências/Suportes na Revista *Anagrama*



Alguns dados são interessantes e mostram algumas peculiaridades dentro do campo acadêmico. Primeiramente, verificamos a alta citação de fontes não-acadêmicas, incluindo sites da Internet (8,7% do total) e veículos noticiosos impressos (4,7% do total). Além disso, as dissertações de mestrado são 3 vezes mais citadas que as teses de doutorado, considerado o passo final na formação de um pesquisador acadêmico.

Tal confiança, novamente, nos parece devido à indistinção entre fontes acadêmicas e fontes jornalísticas pelos graduandos, um passo decisivo importante dentro de sua formação. A alta presença de fontes digitais possui provável relação com: 1) o fato de a revista ser online também; e 2) o meio digital estar em uma tendência crescente nas reflexões das práticas midiáticas.

Levando em consideração todos esses dados, podemos agora, com maior profundidade, refletir sobre o nosso estudo de caso, a revista *Anagrama*, e sobre a importância de um espaço organizacional de publicação discente na formação acadêmica dos jovens pesquisadores graduandos.

### **A interdisciplinaridade como marca**

A variedade de temáticas trabalhadas pelos autores, bem como suas diversas origens institucionais e inspirações metodológicas apontam para uma tendência de pesquisa no campo da comunicação em nível de graduação que já foi exposta, por muitos autores, no que concerne à pesquisa em comunicação no geral: o caráter interdisciplinar das investigações deste campo. Ou, ainda, como prefere Maria Immacolata Lopes, seu estatuto pós-disciplinário, na medida em que “a consciência crescente do estatuto transdisciplinar do campo permite dar conta da multidimensionalidade de que na sociedade se revestem os processos comunicativos e de sua crescente importância para a produção da modernidade em países como os da América Latina” (LOPES, 2004: *online*).

Na visão da pesquisadora, muitas das problemáticas da comunicação estariam alocadas nesta característica implícita a este campo de estudos, na medida em que:

Para que a interdisciplinaridade não seja apenas uma petição de princípios, praticá-la exige o domínio de teorias disciplinares diversas integradas a partir de um objeto-problema. Assim, é importante salientar que não se trata de “dominar tudo”, mas de um “uso útil” de teorias e conceitos de diversas procedências, um uso que seja sobretudo bem fundamentado e pertinente à construção do objeto teórico. Hoje, os problemas de comunicação surgem como importantes nos mais diferentes domínios — economia, política, estética, educação, cultura, etc., em que a pesquisa não pode ficar confinada a uma única dimensão. Além disso, deve-se distinguir entre teorias globais, parciais, disciplinares e temáticas para que elas possam ser trabalhadas ou usadas em função de um problema de estudo. Não há como resolver o domínio de teorias a não ser mergulhar e transitar entre pistas teóricas férteis para fazê-las germinar através de uma contribuição individual que todo o pesquisador deve trazer ao problema investigado (LOPES, 2006: *online*).

Esta característica, no entanto, pode ser observada a partir de dois eixos de articulação paralelos. Por um lado, podemos pensar a interdisciplinaridade como “1) o concurso de várias disciplinas científicas que se

debruçam sobre uma matéria comum e empírica (objeto empírico)”. Mas podemos pensá-la, igualmente, como “2) a constituição de uma disciplina com objeto de estudo singular a partir das contribuições de várias outras disciplinas” (MARTINO, 2001: 59).

Na campo de pesquisa em comunicação no nível de graduação, podemos notar a presença de estudos nestes dois eixos, o que mostra o caráter superabundante dos objetos teóricos e das perspectivas metodológicas envolvidas. Podemos notar, a partir dos artigos publicados, que o conceito de comunicação envolvido nos textos abarca diferentes perspectivas sobre seu significado, desde o estudo dos mediadores de comunicação de massa até perspectivas da comunicação interpessoal e organizacional, passando pelas formas culturais de expressão artísticas. Podemos traçar, portanto, uma estrutura de conceitos a partir dos artigos publicados, onde há diferentes núcleos centrais de definições sobre o que significa a comunicação e diversos modos de expansão e interligação entre eles.

Esta característica, no entanto, não é tanto algo inerente às pesquisas em graduação, quanto é fruto das investigações em comunicação em um âmbito mais geral. Uma pesquisa de Luís Martino, sobre o conteúdo dos livros intitulados “Teoria da Comunicação” publicados por autores brasileiros nos últimos dez anos, aponta para o fato de que há apenas 23,25% de coincidência a respeito dos modelos, teorias e autores considerados como teorias da comunicação (MARTINO, 2008: pg). Ou seja, não há uma concordância entre os saberes que deveriam ser agrupados sob a rubrica de “teorias da comunicação” e, conseqüentemente, sobre qual conteúdo deve ser passado nos livros e nos cursos em sala de aula.

Diante deste contexto de aparente dispersão do campo de estudos da comunicação, precisamos pensar no papel dos periódicos acadêmicos na constituição das disciplinaridades. De acordo com Dely Miranda e Maria Pereira, os periódicos científicos remontam a 1665 - certamente com formatos e finalidades diferentes das atuais – mas que, desde então, já possuíam entre as suas funções a tarefa de “definir e legitimar novas disciplinas e campos de estudo, constituindo-se em um legítimo espaço para institucionalização do conhecimento e avanço de suas fronteiras” (MIRANDA e PEREIRA, 1996: 376).

Sem a pretensão de definir o que deve ser a comunicação, o objetivo da revista *Anagrama* é o de contribuir para este debate, a partir da publicização de um campo de estudos pouco abarcado pelas revistas tradicionais. Neste sentido, a revista espera atuar como um fator de estímulo para jovens pesquisadores que, no futuro, colaborarão para a consolidação do campo de estudos em comunicação. Como bem colocam Miranda e Pereira, “como veículo de comunicação entre os pares, o periódico científico cumpre funções que permitem ascensão do cientista para efeito de promoção, reconhecimento e conquista de poder em seu meio” (MIRANDA e PEREIRA, 1996: 376). É como um indicador de prestígio e reconhecimento das pesquisas em nível de graduação que a revista busca atuar.

Podemos assim indicar que a revista *Anagrama* cumpre com o seu “lema” não-oficial, porém presente em todos os editoriais, que a publicação dos artigos de jovens pesquisadores não signifique apenas um passo na carreira dos autores, mas sim um exercício de divulgação de pesquisas para seus pares e para a sociedade em geral.

### **Bibliografia:**

ANAGRAMA, Revista. “Quem somos”. *Revista Anagrama*. v. 2, nº 4. São Paulo: MidiAto - Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas, jun-ago/2009. Disponível na Internet em: [http://www.usp.br/anagrama/quem\\_somos.html](http://www.usp.br/anagrama/quem_somos.html). Acesso em 05/07/2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. “As fronteiras entre as ciências sociais vistas da comunicação: uma

aproximação aos estudos sociais das ciências”. *Revista Eletrônica E-Compós*. Edição 01, Dezembro de 2004. Disponível em <http://www.compos.org.br/e-compos>. Acesso em 06/07/2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. “Pesquisa de Comunicação”. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. Volume 27, número 01, 2006.

MARTINO, Luiz Cláudio. “Interdisciplinaridade e Objeto de Estudo da Comunicação”. In: Fausto, Antônio (org.). *Campo da Comunicação*. João Pessoa: Editora Universitária, 2001.

MARTINO, Luis Mauro Sá. “A ilusão teórica no campo da comunicação”. *Revista Famecos*. Número 36, Agosto de 2008, p. 111-117.

MIRANDA, Dely Bezerra de; PEREIRA, Maria de Nazaré Freitas. “O periódico científico como veículo de comunicação: uma revisão de literatura”. *Ciência da Informação*. Volume 25, número 03, 1996, p.375-382.

NAVARRO, Raúl Fuentes. “La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: hacia la construcción de un marco epistemológico para los estudios de la comunicación”. In LOPES, Maria Immacolata Vassallo (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.

SODRÉ, Muniz. “Ciência e Método em Comunicação”. In LOPES, Maria Immacolata Vassallo (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.

### **Mini Currículo :**

Eliza Bacheга Casadei é mestranda em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) e graduada em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela mesma instituição. Também é colaboradora do livro *Palavras Proibidas: pressupostos e subentendidos na censura teatral* (Bluecom, 2008) e autora do livro *Saiu da História para entrar nas revistas: enquadramentos da memória coletiva de Getúlio Vargas em Veja. Realidade e Time* (E-Papers, 2009, no prelo). O presente trabalho foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq – Brasil).

Rafael Duarte Oliveira Venancio é mestrando em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), na área de concentração I: Teoria e Pesquisa em Comunicação e graduado em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela ECA-USP. Bolsista de Mestrado do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Também é autor dos livros *Difusão Metropolitana e Divulgação Científica* (Plêiade, 2007) e *Jornalismo e Linha Editorial* (E-papers, 2009).