

---

## #PEstuda: mapeamento exploratório das monografias desenvolvidas no curso de Comunicação Social - Produção Editorial da UFSM (2014-2022)<sup>1</sup>

Jean Silveira ROSSI<sup>2</sup>  
Fernanda REDIN<sup>3</sup>  
Júlia BORTOLIN<sup>4</sup>  
Sandra DEPEXE<sup>5</sup>

Universidade de Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### Resumo

O objetivo do artigo é efetuar um mapeamento exploratório dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs), na modalidade Monografia, desenvolvidos no curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e defendidos entre 2014 e 2022. A coleta de dados foi realizada a partir do repositório digital institucional, composto por um *corpus* de 126 trabalhos, dos quais 54 são projetos experimentais e 72 são monografias. As monografias foram categorizadas em 13 enfoques, 33 objetos de pesquisa e 19 temáticas, os quais revelaram pistas para percebermos os movimentos, contornos e nuances a guisa de tendências de temas e objetos que têm tomado importância no cenário acadêmico comunicacional.

**Palavras-chave:** produção editorial; monografia; ensino; tendência.

### Introdução

O objetivo deste texto é efetuar um mapeamento exploratório dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs), na modalidade Monografia, desenvolvidos no curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e defendidos entre 2014 e 2022.

Em um movimento histórico sobre a temática, Margarita Valencia (2017) descreve que durante muito tempo a formação em editoração esteve centrada na educação

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa - Produção Editorial do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Professor substituto do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre em Comunicação e graduado em Comunicação Social - Produção Editorial pela UFSM, e-mail: jean.rossi@ufsm.br

<sup>3</sup> Mestranda em Comunicação e graduada em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: fernanda.redin@acad.ufsm.br

<sup>4</sup> Mestranda em Comunicação e graduada em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: julia.bortolin@acad.ufsm.br

<sup>5</sup> Doutora em Comunicação. Docente do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: sandra.depexe@ufsm.br

informal, como cursos de verão ou treinamentos promovidos por casas editoriais ou centros universitários. Conforme a autora, a força de trabalho intelectual do mundo editorial foi tradicionalmente oriunda das escolas de humanidades, com as preocupações referentes ao texto escrito e posteriormente com o crescimento da imprensa, na formação jornalística. Entretanto, no século XX, o fortalecimento da indústria editorial esteve relacionado à assimilação por grandes grupos de mídia, com seus mecanismos de produção e circulação, bem como ao crescimento da cultura letrada, em que a educação se tornou o suporte principal do negócio do livro.

Ao tratar da formação em editoração na ECA (Escola de Comunicações e Artes) da USP, Jerusa Ferreira (1997, p. 18) menciona a importância da geração de conhecimento no campo da produção editorial, sobretudo por meio da produção de “monografias sobre aspectos concretos de uma atividade que tem amplo espectro social, cultural, sócio”. Em complemento às ideias propostas, Ana Gruszynski, Márcio Souza Gonçalves e Ana Elisa Ribeiro (2014, p. 482) afirmam que “hoje, mais do que nunca, há muito trabalho a ser feito no campo da produção editorial, tanto em sua prática profissional, quanto em suas discussões teóricas e metodológicas”.

Dito isso, este trabalho soma-se aos contínuos esforços acadêmicos para visibilizar o curso de Produção Editorial da UFSM, o único da região Sul do Brasil. Enquanto alguns pontos importantes dessa trajetória, destacamos o início das atividades da pE.com, editora experimental do curso de PE, no segundo semestre de 2010<sup>6</sup>; a criação da Revista O QI, periódico experimental científico, em 2012<sup>7</sup>; o lançamento do primeiro volume da Série Caleidoscópio, *Estudos Editoriais*, que inaugura a publicação de pesquisas sobre o campo da edição, em 2017<sup>8</sup>; a publicação, em 2018, da obra *Desafios - editoração em tempos de convergência*, que promove debates sobre o campo editorial a

---

<sup>6</sup> Com a proposta pedagógica de desenvolver competências voltadas para a editoração de maneira interdisciplinar, a editora pE.com surge como espaço para desenvolver propostas aliadas ao curso ou parcerias com outros departamentos. Constitui-se em laboratório e projeto de extensão, desenvolvendo atividades sem fins lucrativos que reúnam saberes acadêmicos relacionados à proximidade com a sociedade.

<sup>7</sup> Iniciou como proposta de uma revista experimental desenvolvida pelos acadêmicos da disciplina de Projeto Experimental em Revistas Científicas do curso de Comunicação Social – Produção Editorial (UFSM). Atualmente, como projeto de ensino.

<sup>8</sup> Os capítulos são provenientes de Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs 2014-2015), dos acadêmicos de Produção Editorial e seus respectivos orientadores, membros do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM. A Série Caleidoscópio contempla múltiplos olhares a respeito da editoração atendendo critérios interdisciplinares: audiovisual, produção em impresso e digital, estudos de periódicos, marketing e mídias sociais, educação, dentre outros eixos instigantes sobre o tema. Atualmente possui dois volumes. Disponível em: <https://www.ufsm.br/editoras/pecom/livros-comunicacao-social>. Acesso em 14 ago. 2023.

---

partir de textos escritos pelo corpo docente do curso entre outros especialistas na área<sup>9</sup>; e o lançamento, em 2021, da Gutenberg - Revista de Produção Editorial, inserida no portal de periódicos da UFSM, cuja missão é

[...] contribuir para a reflexão crítica no campo de estudos que versem da edição à produção editorial, agindo como um espaço de circulação para pesquisa e pensamento científico, em seus aspectos afins que aproximam outros campos de conhecimento convergentes. (REVISTA GUTENBERG, 2023, online).

Assim, cabe salientar que a proposta deste mapeamento busca dar seguimento à divulgação científica e externalizar atividades relativas à formação no curso de Produção Editorial da UFSM durante 12 dos seus 13 anos de existência, além de compreender quais tendências de temas e objetos de pesquisa parecem ocupar um espaço de maior interesse dos acadêmicos.

Conforme discorre Silveira (2018), o curso de Comunicação Social - Produção Editorial na UFSM surgiu no contexto do programa de estruturação e expansão do ensino da universidade pública, o REUNI. A opção pela formação em Produção Editorial buscou ampliar a oferta de eixos profissionais das graduações de Comunicação Social do Departamento de Ciências da Comunicação, a saber: Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda. A primeira turma ingressou, em caráter excepcional, em agosto de 2010, graduando-se quatro anos depois. A proposta curricular orienta-se a promover uma formação humanística, teórica, científica e técnica, de modo a valorizar uma ação integradora de diferentes abordagens do fazer comunicacional, em múltiplas plataformas de mídias (impressa, audiovisual e digital), principalmente voltado à convergência midiática. Livros, revistas, vídeos, produtos hipermídia, demais produtos textuais, gráficos e digitais, sejam educacionais, científicos ou de entretenimento são alguns exemplos de produções desenvolvidas em disciplinas ao longo do curso.

Os Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) são resultados de trajetória pedagógica que inicia no primeiro semestre com Teoria e Método da Pesquisa em Comunicação “N” (60 horas), seguida da disciplina de Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação II “N” (60 horas), no sexto semestre. No sétimo e no oitavo semestres são

---

<sup>9</sup> O livro aborda temas fundamentais à discussão sobre o mercado editorial em tempos de convergência, com ênfase para a repercussão das novas formas de editar, publicar, ler e distribuir livros. Disponível em: <https://www.ufsm.br/editoras/pecom/livros-comunicacao-social>. Acesso em 14 ago. 2023.

---

ofertadas, respectivamente, as disciplinas de Teorias Aplicadas em Comunicação I (60 horas) e Teorias Aplicadas em Comunicação II (210 horas). Ao final desta última, o aluno apresenta o trabalho final de graduação em formato de Monografia ou em formato de Projeto Experimental. A avaliação é realizada perante uma banca examinadora, composta pelo orientador e outros dois membros.

Segundo o Projeto Pedagógico do Curso (PPC) vigente, o Projeto Experimental compreende um conjunto de atividades práticas, desenvolvidas a partir de bases teórico-metodológicas, observadas como instrumento de pesquisa e de caráter inovador, a exemplo do desenvolvimento de produtos comunicacionais. Esses trabalhos podem ser feitos em grupos e, além da experimentação, deve ser entregue um relatório que contemple base teórica e metodológica.

Já no Trabalho Monográfico desenvolve-se uma reflexão teórica a partir de atividades de pesquisa, sua análise e procedimentos metodológicos, organizado de forma técnica adequada às normas de produção de um trabalho científico. Diferente dos Projetos Experimentais, o Trabalho Monográfico é individual<sup>10</sup> e deverá apresentar texto acabado, tendo seus elementos textuais um mínimo de 50 páginas e máximo de 100, conforme normas da ABNT.

Isto posto, na primeira etapa deste mapeamento, em julho de 2023, efetuamos coleta a partir do Manancial - Repositório Digital da UFSM, que apresenta a produção científica, técnica, artística e acadêmica da universidade<sup>11</sup>. Desde 2019, por normativa da instituição, os trabalhos de conclusão de curso estão disponíveis para acesso livre. No total, obtivemos um *corpus* de 126 trabalhos, dos quais 54 são projetos experimentais<sup>12</sup> e 72 são monografias.

### **Indicações metodológicas**

A partir da delimitação do *corpus* de 72 trabalhos monográficos, coletamos para análise as seguintes informações: ano de defesa; título; autoria; orientação; resumo; e palavras-chave, as quais foram organizadas em planilhas no aplicativo *Google Sheets* para

---

<sup>10</sup> Tal dado, juntamente aos casos de discentes com TCCs já defendidos e que porventura não tiveram a versão final publicada no Manancial, justifica que o número de egressos é maior que o número de trabalhos disponíveis no site até a data de coleta.

<sup>11</sup> Disponível em <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/778>. Acesso em 06 jul. 2023.

<sup>12</sup> A análise dos TCCs - Projetos Experimentais será efetuada em etapa posterior.

---

melhor visualização dos dados. Em grupo, a partir das informações já levantadas, definimos três categorias (enfoque, objeto e temática) provisórias para cada um dos 126 TCCs. Enquanto limitação da pesquisa, indicamos que alguns trabalhos não estão com acesso liberado por solicitação do autor, assim como TCCs mais recentes podem estar em processo de registro e trabalhos anteriores a 2019 podem não ter sido devidamente recuperados e depositados, tornando-se indisponíveis. Ainda, pode haver divergências entre o número de egressos do curso e o número de TCCs disponíveis no Manancial por conta de Projetos Experimentais poderem ser realizados em grupo, tal como identificamos ocorrer em 14 trabalhos.

Essa etapa foi a mais desafiadora e demorada, pois cada trabalho tinha suas especificidades e por vezes as palavras-chave e títulos não condiziam ou revelavam muito pouco da natureza da pesquisa, sendo necessário voltar aos resumos e relê-los para chegar a uma categoria. Isto posto, agrupamos as 72 monografias em:

- **13 enfoques:** Acessibilidade (1); Áudio (2); Audiovisual (4); Circulação (6); Consumo (16); Design (2); Digital (10); Educação (3); Livro (6); Mercado (10); Multimídia (3); Representação (7); e Revista (2).
- **33 objetos de pesquisa:** Acontecimento (1); Animação (1); Aplicativo (1); Audiovisual (3); Blog e Livro (1); Cinema (4); Desinformação (1); Documentário (1); E-book (1); Editor (3); Educação (2); Facebook (5); Feira (1); História em quadrinhos (2); Instagram (1); Livro (9); Livro artesanal (1); Livro de artista (1); Livro e Site (1); Livro Infantil (2); Marketing (3); Material didático (2); Música (1); Rádio (2); Redes sociais (2); Revista (1); Revista científica (2); Revista digital (2); Série (5); Telenovela (1); Twitter (1); Videogame (3); Websérie (1); e YouTube (4).
- **19 temáticas:** Acessibilidade (1); Arte e performance (2); Celebridade (1); Cidadania (5); Divulgação científica (2); Editoração (12); Educação (1); Esporte (2); Fãs (5); Fãs, Gênero e Sexualidade (1); Gênero e Sexualidade (12); Gestão (3); Leitura (11); Livraria (1); Moda (1); Narrativa (7); Produção de conteúdo (1); Questões raciais (2); e Religião (2).

Tivemos dificuldade em definir as categorias, por exemplo, ora “Educação” aparecia como objeto de estudo e ora como temática geral; ou ainda, “Acessibilidade”

enquanto enfoque em uma pesquisa e como temática em outra. Em alguns casos, foi necessário reler resumos, pois os trabalhos não apresentavam pistas sobre o real objeto de pesquisa do estudo em seus títulos ou palavras-chave. Mesmo após a primeira categorização, durante a visualização dos dados em tabelas dinâmicas, continuamos o refinamento e agrupamento de algumas categorias, a exemplo de um extinto enfoque denominado “Rede social” que foi alocado para o enfoque “Digital” ou do objeto intitulado “Livro impresso” que poderia adentrar no objeto “Livro”, após constatarmos que todos os projetos em “Livro” eram, de fato, impressos.

Nesse processo, vivenciamos o que já fora apontado por Gruszynski, Gonçalves e Ribeiro (2014): em virtude dos seus diversos ângulos de observação e reflexão, o campo da edição revela-se difícil de descrever, assim como é problemática a tarefa de resumir os estudos atuais inseridos neste leque teórico-metodológico.

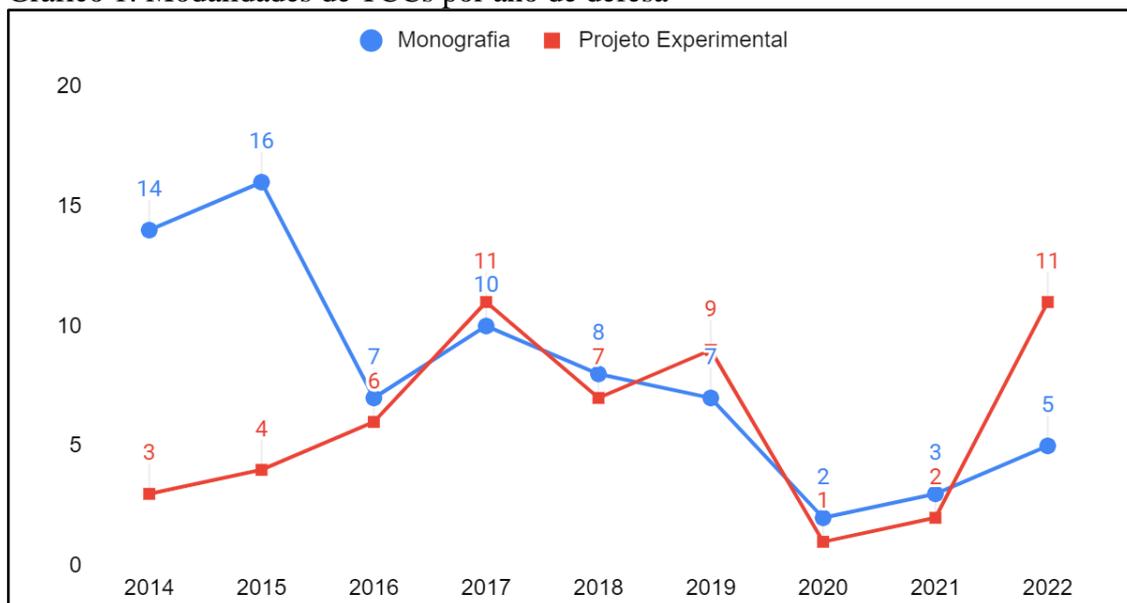
Um ponto interessante da categorização das monografias foi justamente entender que a ênfase teórica das pesquisas se sobrepõe ao suporte da mídia analisada, elemento mais importante para projetos experimentais. Por exemplo: estudos sobre consumo/representação em livros ou série de TV não foram alocados no enfoque “Livro” e “Audiovisual”, mas sim em “Consumo” e “Representação”, em virtude do “peso” da teoria perante a materialidade do meio investigado. Por outro lado, algumas pesquisas tinham particularidades que as destacavam das demais, por exemplo, trabalhavam mais de um conceito teórico principal. Essa provocação despontou no TCC sobre fãs da Lady Gaga, que aciona os estudos de fãs e de gênero, para o qual optamos criar uma categoria temática à parte a fim de contemplá-lo sem limitá-lo à “fãs” ou a “gênero/sexualidade”. Dito isso, sublinhamos que há múltiplas interseções entre enfoque, objeto e temática.

## **Resultados**

A partir da organização das informações, iniciamos as análises mediante noções de visualização de dados e, portanto, contamos com estratégias quantitativas e ordenadas cronologicamente para a construção de gráficos e tabelas. Como dito anteriormente, obtivemos um corpus de 126 trabalhos, sendo 54 projetos experimentais e 72 monografias. Apesar do número menor de projetos experimentais, apontamos que desde 2017 há crescimento desta modalidade em comparação a trabalhos monográficos, indicando uma preferência e uma possível mudança cultural dos discentes na definição

de seus trabalhos de conclusão. Ainda, evidenciamos o impacto que a pandemia de Covid-19 teve na formação acadêmica, tendo em vista a queda vertiginosa do número de TCCs disponíveis e defendidos nos anos de 2020 e 2021, bem como a recuperação em 2022, conforme ilustrado no Gráfico 1.

Gráfico 1: Modalidades de TCCs por ano de defesa



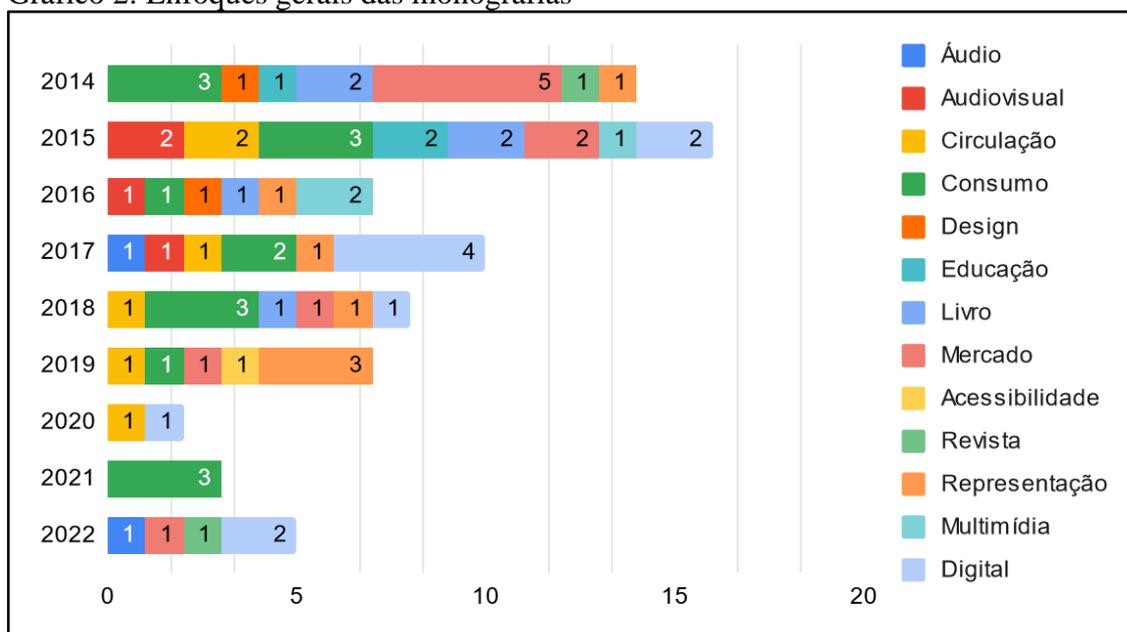
Fonte: Elaborado pelos autores.

Relativo aos dados quantitativos das monografias e projetos experimentais, contabilizamos uma média geral anual de 14 TCCs: oito trabalhos monográficos e seis trabalhos experimentais. Considerando o ingresso de 32 estudantes por ano, poderíamos pensar que cerca de metade dos discentes ingressantes não conclui a graduação em Comunicação Social - Produção Editorial na UFSM. Entretanto, segundo o Observatório da Evasão da UFSM, em 2021 a média geral de evasão do curso de PE era de apenas 6%<sup>13</sup>. Uma das hipóteses para justificar tal incoerência, além das limitações de acesso aos estudos, citadas anteriormente, seria a escolha pessoal de alguns alunos por não finalizar o curso dentro do período de quatro anos (em 2021 havia 153 discentes com matrícula ativa, maior número já registrado segundo o site), o que explicaria a média de defesas anuais desproporcional ao número de ingressantes.

<sup>13</sup> A taxa de evasão considera a evasão anual de matrículas, por meio da relação entre o número de matrículas que foram efetivadas por alunos já matriculados no ano anterior pelo número de alunos que poderiam ter-se matriculado. Disponível em: <https://www.ufsm.br/orgaos-suplementares/cpd/observatorio-evasaio>. Acesso em 14 ago. 2023.

Ao retornar para a análise das monografias, mediante os enfoques elencados no Gráfico 2, percebemos a concentração de estudos em cinco frentes: do consumo/recepção (16), acerca dos cenários digital (10) e mercadológico (10), além de trabalhos que englobam livro (6) e circulação (6).

Gráfico 2: Enfoques gerais das monografias



Fonte: Elaborado pelos autores.

Já em relação aos objetos de pesquisa, categoria mais dispersa das três, predominam as monografias voltadas ao livro impresso (9), séries de TV (5) e Facebook (5). Aqui cabe lembrar que correspondem exatamente às três plataformas de mídias (impressa, audiovisual e digital) contempladas no Projeto Pedagógico do Curso, o que demonstra a sincronicidade entre os eixos de formação em Produção Editorial na UFSM e as áreas de interesse de pesquisa entre discentes. Ainda assim, vale apontar que diversos estudos demonstram ênfase, temáticas e objetos que direcionam para a convergência midiática, por isso a etapa de categorização desafiou-nos mais do que o esperado.

Por último, entre as temáticas que mais se destacam nos objetos investigados, elencamos três principais: editoração, leitura e gênero/sexualidade. Tal retrato revela a aderência por temas inseridos no campo da edição, a exemplo de análises sobre agentes do mercado editorial ou acerca da editoração de produtos impressos, digitais e audiovisuais em diferentes formatos. Além disso, evidencia a preocupação e interesse

---

discente por objetos com interface aos estudos queer, feministas, de gênero e de representação, mediante temáticas como protagonismo feminino, homossexualidade, assexualidade, corpo, entre outras.

Concebemos que este pequeno recorte de 72 monografias de graduação, defendidas entre 2014 e 2022 no Curso de Produção Editorial da UFSM, revela, nas palavras de Aníbal Bragança (2018, p. 10) a “maturidade acadêmica de um campo, sempre aberto e em movimento, [...] sempre desafiado por uma tradição que se renova, transforma e atualiza com a permanente mudança de sujeitos e objetos”.

### **Considerações finais**

Em virtude do caráter introdutório da pesquisa, elencamos apenas algumas informações, discussões e resultados iniciais encontrados até o momento. Contudo, em posterior versão mais desenvolvida, pretendemos criar um glossário das categorias enfoque/objeto/temática, a fim de elucidar de modo mais transparente o que está contido em cada eixo analítico, além de elaborar nuvens de palavras com base nos títulos, resumos e palavras-chave de cada TCC.

Nesse sentido, como fase primária de uma investigação maior em andamento, apontamos que examinar os TCCs (o que PE Estuda) serviu tanto como artifício para compreender a formação em Produção Editorial do único curso da área na região Sul do país, quanto para perceber os movimentos, contornos e nuances a guisa de tendências de temas e objetos que têm tomado importância no cenário acadêmico.

Devido ao histórico e relevância do GP Produção Editorial da Intercom, entendemos que seu espaço consolidado de intercâmbio prova-se valioso para o pontapé inaugural e futuros desdobramentos desta empreitada, como a posterior análise dos 54 projetos experimentais encontrados e previamente categorizados junto às monografias. Da mesma maneira, esperamos que este esforço incipiente possa inspirar projetos similares nos demais cursos de ensino superior que formam editores no país, enquanto estratégia para estreitarmos nossos vínculos institucionais e seguirmos na construção coletiva de um mapa dos estudos em edição no Brasil.

---

## Referências

FERREIRA, Jerusa Pires. A proposta. In: MARTINS FILHO, Plínio (Org.). **Livros, Editoras e Projetos**. São Paulo: Ateliê Editorial, 1997, p. 11-24.

GRUSZYNSKI, Ana; GONÇALVES, Márcio Souza; RIBEIRO, Ana Elisa. A pesquisa em produção editorial: objetos, interfaces e perspectivas teóricas. In: MORAIS, Osvando de (Org.). **Ciências da Comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI**. São Paulo: Intercom, 2014, p. 459-485.

GUTENBERG, Revista de Produção Editorial. Página Sobre. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/gutenberg/about>. Acesso em: 14 ago. 2023.

SILVEIRA, Ada C. M. Sonho e ousadia na criação do Curso de Produção Editorial da UFSM. In: BOMFÁ, Cláudia R. Z. (Org.). **Desafios: editoração em tempos de convergência**. Santa Maria, RS: Ed. PE.com UFSM, 2018, p.11-26.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. Projeto Pedagógico do Curso. Curso de Comunicação Social - Produção Editorial. Processo administrativo n. 23081.139369/2022-78, de 16/12/2022. Santa Maria, 2022.

\_\_\_\_\_. Cursos de Graduação - Produção Editorial - TCCs defendidos. Disponível em: <https://www.ufsm.br/cursos/graduacao/santa-maria/producao-editorial/tccs-defendidos>. Acesso em: 6 jul. 2023.

VALENCIA, Margarita. Nuevos editores, nuevos maestros. In: ESTEVES, Fernando; PICCOLINI, Patricia (Orgs.). **La edición de libros en tiempos de cambio**. Ciudad de México: Paidós, 2017, p.321-337.