

A Agenda da Editora UFSM como estratégia de comunicação e marketing¹

Tagiane MAI²

Denise Garcia BORTOLOTTO³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul

Resumo

Este trabalho objetiva apresentar a Agenda da Editora UFSM, idealizada como publicação mensal que noticia os lançamentos, promoções, atividades culturais e outras novidades relacionadas ao setor. São descritas as seções que compõem a Agenda e detalhados os aspectos relativos a cada uma delas. Conclui-se que a agenda representa uma nova estratégia de marketing editorial e uma tentativa diferenciada de anunciar os livros, ao integrar as estratégias comunicacionais e estreitar o relacionamento com o público leitor.

Palavras-chave: Agenda; Calendário; Editora; Marketing; Comunicação.

Introdução

O projeto da Agenda mensal da Editora da Universidade Federal de Santa Maria (Editora UFSM) iniciou em setembro de 2022, como uma publicação mensal que noticia os lançamentos, as promoções, as atividades culturais, o cronograma do *podcast Ineditados*, entre outras novidades relacionadas ao nosso setor. A distribuição da agenda é feita gratuitamente entre docentes, discentes e técnicos da instituição, bem como leitores, autores, distribuidores e livreiros de fora da UFSM. A cada mês, privilegiamos uma das oito grandes áreas/unidades de ensino da universidade, consoante o calendário anual de lançamentos da nossa editora.

Em termos de comunicação e marketing editorial, a criação da Agenda representa uma estratégia que visa facilitar a divulgação das obras publicadas. Como

¹ Trabalho apresentado no 5º Seminário Brasileiro de Edição Universitária e Acadêmica & 35ª Reunião Anual da ABEU.

² Mestre em Edição de Texto pela Universidade NOVA de Lisboa, revisora de textos na Editora da UFSM. E-mail: tagiane.mai@ufsm.br

³ Mestre em Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Santa Maria, assessora de comunicação na Editora da UFSM. E-mail: denise.bortolotto@ufsm.br

publicamos livros com temáticas diversas – desde livros resultantes de pesquisas de mestrado e doutorado, obras técnicas e profissionais, divulgação científica, cultural e artística, até obras de interesse social mais amplo, como publicações dedicadas a revelar o patrimônio cultural, histórico, literário, artístico e arquitetônico da região –, sempre tivemos alguma dificuldade em atingir o público-alvo específico de cada publicação.

Como sabemos, a dificuldade em divulgar e comercializar livros acadêmicos não vem de hoje e não representa um desafio unicamente nosso: “Alvo de severas críticas, [...] a divulgação, circulação e comercialização dos livros universitários tem sido o **ponto nodal** do ciclo que se inicia com a produção para chegar ao uso da obra editada, que, por sua vez, estimula-o e fomenta-o” (BUFREM, 2001, p. 390, grifo nosso).

Assim, representando uma nova estratégia de marketing e uma tentativa diferenciada de anunciar nossos livros, a Agenda integra nossas estratégias comunicacionais, ao mesmo tempo que estreita o nosso relacionamento com o público. Através da Agenda, conseguimos planejar praticamente todas as nossas atividades de divulgação, com base na área em destaque a cada mês.

Segundo Zenone (2011, p. 227),

É importante que seja definido um mix de comunicação eficaz em termos de cobertura dos consumidores e quantidade de mensagens recebidas para assegurar a efetividade da comunicação. O termo ‘comunicação integrada’ defende a utilização de vários meios diferentes, para que a repetição da mensagem alcance o impacto necessário ao consumidor.

Nesse sentido, a criação da Agenda mensal da Editora UFSM centralizou as nossas ações e favoreceu a organização do nosso cronograma de divulgação anual. A seguir, descrevemos, mais detalhadamente, a estrutura da Agenda e trazemos algumas imagens que ilustram o que vimos apresentando.

Relato de caso

A Agenda é editada em formato 31×45cm e impressa em papel Couché Brilho Linho 120g, tendo uma tiragem média de 500 cópias – número que varia, por exemplo,



conforme os eventos de que participamos e nos quais pretendemos distribuí-la. O texto que abre a Agenda traz o editorial, assinado pelo diretor da nossa editora. Na sequência, consta o cronograma de eventos do mês – tanto os que promovemos como aqueles de que participamos ou apoiamos. A seguir, temos a seção que destaca as publicações do mês, elencando os novos títulos da área e, na sequência, outros títulos selecionados. Para cada um deles, são apresentadas a capa e uma descrição pontual da publicação, como o resumo, nome do(s) autor(es), formato, ISBN e preço. Outra seção da Agenda traz o cronograma de entrevistas do *podcast* Ineditados, que é realizado semanalmente. No material, são divulgados ainda o endereço e os dados de contato da Editora, Livraria, Grife e Gráfica da UFSM. Na Figura 1, podemos visualizar a Agenda do mês de outubro de 2022, que foi dedicada à área de Sociais e Humanas da universidade.

Figura 1 – Agenda de outubro de 2022

A produção da Agenda da Editora UFSM segue o ano letivo da UFSM – ou seja, são publicadas quatro edições no primeiro semestre e quatro edições no segundo semestre acadêmico – e está estruturada de acordo com o nosso calendário anual de lançamentos (Figura 2). A cada mês, há uma cor predominante, consoante o nosso catálogo de publicações, o qual prevê uma cor para cada grande área de conhecimento do livro (Figura 3).

Figura 2 – Calendário anual de lançamentos da Editora UFSM



Figura 3 – Catálogo de publicações da Editora UFSM, com as respectivas cores/áreas de conhecimento



No primeiro ano de edição, a Agenda reproduziu, no verso, um mural da nossa universidade, como forma de dar visibilidade à arte que existe dentro do *campus*. Buscamos retratar, a cada mês, um mural que tivesse alguma relação com a área de conhecimento do referido mês ou que estivesse situado na unidade de ensino em questão. Como está impressa em página inteira, a imagem também pode ser usada como pôster (Figura 4). Para bem informar o público sobre a obra em questão, no anverso da Agenda, junto à seção com as informações de contato da editora, há uma breve explicação sobre o mural, autor, tamanho, localização e técnica utilizada. Já recebemos, inclusive, relatos de pessoas que têm colecionado e exposto em casa, como quadros, os murais de cada uma das Agendas.

Seguindo o cronograma da Agenda, a cada mês, conseguimos oferecer uma condição especial tanto aos clientes que compram diretamente conosco de forma *on-line* (desconto e frete grátis em nosso site) quanto aos clientes PJ (frete grátis). Além disso, para contemplar também os clientes que optam pela compra presencial, na Livraria UFSM, damos destaque aos livros do mês e oferecemos desconto de 40% em livros da



Ciência aberta, acessos e acessibilidades

área publicados pela nossa editora e 20% em títulos da área publicados por outras editoras (Figura 5). Assim, conseguimos atingir um público bastante amplo e obter ganhos significativos.

Figura 4 – Pôster da agenda de outubro de 2022



Figura 5 – Banner de divulgação das promoções do mês de outubro de 2022



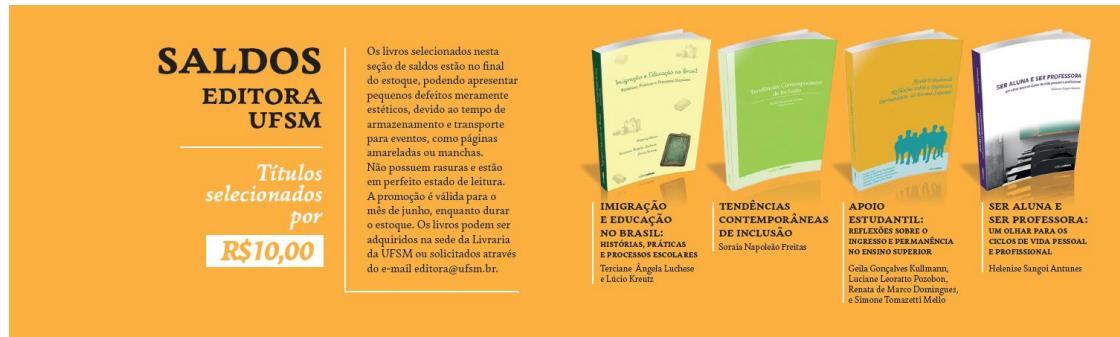


No *site* da editora (ufsm.br/editora), a agenda está disponível para acesso no menu superior (“Agenda”), podendo ser baixada em formato .pdf. A inclusão da agenda em nosso *site* visa integrar, em um mesmo local, todas as edições que vêm sendo publicadas, funcionando também como um repositório desse material (Figura 6).

Figura 6 – Página web em que são disponibilizadas as agendas

A partir do mês de abril de 2023, a Agenda passou a integrar, ainda, uma seção dedicada aos saldos da Editora. São anunciados livros que estão no final do estoque, podendo apresentar pequenos defeitos, devido ao tempo de armazenamento e transporte para eventos, como páginas amareladas ou manchas. Eles costumam ser comercializados a um preço padrão de R\$ 10,00 (Figura 7).

Figura 7 – Seção de saldos do mês de junho de 2023 (área da Educação)



Considerações finais

As nossas ações de comunicação e marketing envolvem o público externo e interno à UFSM, e a Agenda mensal segue essa mesma linha de ação. Ao anunciar os lançamentos e as promoções da área do mês, a programação cultural da nossa Editora e Livraria, os livros selecionados na seção de saldos e o cronograma do nosso *podcast* Ineditados, a Agenda tem recebido uma boa acolhida da comunidade universitária, o que se reverte em ganhos significativos. Assim, representa uma nova estratégia de marketing editorial e uma opção diferenciada de anunciar nossos livros, ao integrar nossas estratégias comunicacionais e estreitar o nosso relacionamento com o público leitor. É uma estratégia, portanto, passível de reprodução em outras editoras universitárias.

Referências

BUFREM, L. S. **Editoras Universitárias no Brasil:** uma crítica para a reformulação da prática. São Paulo: Edusp: Com-Arte; Curitiba: Editora da Universidade/UFPR, 2001.

ZENONE, L. C. **Gestão estratégia de marketing:** conceitos e técnicas. São Paulo: Atlas, 2011.