



5^o Seminário Brasileiro
de Edição Universitária
e Acadêmica

35^a Reunião Anual
da ABEU

Ciência aberta, acessos e acessibilidades



**Anais do 5º Seminário
Brasileiro de
Edição Universitária
e Acadêmica e
35ª Reunião Anual da ABEU**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS - ABEU Diretoria 2021-2023

| | |
|--|---|
| Presidente <i>Jézio Hernani Bomfim Gutierre</i> | Conselheira Fiscal <i>Nilson Bezerra Neto</i> Conselheiro Fiscal <i>Wilson Alves-Bezerra</i> |
| Vice-presidente <i>Rita Virginia Alves Santos Argollo</i> | 1º Suplente de Conselheiro Fiscal <i>Dimas de Oliveira Estevam</i> |
| Secretária <i>Carla Rosani Silva Fiori</i> | 2º Suplente de Conselheiro Fiscal <i>Felipe Gomberg</i> |
| Diretor Financeiro <i>Murillo Almeida Cerqueira Campos</i> | 3º Suplente de Conselheiro Fiscal <i>Aline da Rosa Urbano</i> |
| Diretora de Projetos <i>Cleudene de Oliveira Aragão</i> | Comissão científica <i>Rubens Mandelli Nery</i> |
| Diretor de Difusão Editorial <i>Flávio de Lemos Carsalade</i> | <i>Rita Virgínia Argolo</i> <i>Sérgio Augusto Freire de Souza</i> |
| Diretor de Comunicação <i>João Carlos Canossa P. Mendes</i> | Comissão Organizadora <i>Flávio Monteiro de Oliveira (Diretor)</i> <i>Patrícia Carvalho de Moraes (Vice-Diretora)</i> <i>Alice de Fátima Vilela</i> <i>Damiana Joana Geraldo Souza</i> <i>Késia Portela de Assis</i> <i>Marco Aurélio Costa Santiago</i> <i>Renata de Lima Rezende</i> <i>Vitor Lúcio da Silva Naves</i> <i>Walquiria Pinheiro Lima Bello</i> <i>Maria Leandra R. de Castro</i> |
| Diretor Região Norte <i>Ruhena Kelber Abrão Ferreira</i> | Equipe ABEU <i>Rubens Mandelli Nery</i> |
| Diretora Região Nordeste <i>Susane Santos Barros</i> | |
| Diretora Região Centro-Oeste <i>Germana Henriques Pereira</i> | |
| Diretor Região Sul <i>Antonio Marcos Myskiw</i> | |
| Diretor Região Sudeste <i>Alexandre Guimarães Tadeu de Soares</i> | |
| Conselheiro Fiscal <i>Flávio Monteiro de Oliveira</i> | |

Realização:



**Anais do 5º Seminário
Brasileiro de
Edição Universitária
e Acadêmica e
35ª Reunião Anual da ABEU**

São Paulo
ABEU
2023

Sistema Universitário de Bibliotecas – SIBI/UFBA

S471 Seminário Brasileiro de Edição Universitária e Acadêmica (5. : 2023 :
Lavras, MG)
Anais [do] 5º Seminário Brasileiro de Edição Universitária e
Acadêmica e 35ª Reunião Anual da ABEU. – São Paulo : ABEU, 2023.
98 p.

Modo de acesso:
ISBN: 978-85-60442-07-2

1. Editoras universitárias - Brasil - Congressos. I. Editores e
edição - Brasil – Congressos. Título.

CDU 655.41

Elaborada por Sandra Batista de Jesus CRB-5: BA-001914/O

Associação Brasileira das Editoras Universitárias - ABEU
Rua Avenida Fagundes Filho, 77, sala 24, Vila Monte Alegre
04304-010 São Paulo SP 11 5078-8826
abeu@abeu.org.br

Sumário

- 7 **Apresentação**
- 9 **A Editora IFPA (EdIFPA): desafios e êxitos na implantação e implementação de uma editora acadêmica na Amazônia**
Raimundo Adalberto Pacheco de Pinho; Valéria dos Santos Dias; Ana Carolina Chagas Marçal; Jéssica Rejane Lima; Ana Paula Palheta Santana
- 19 **Design Editorial: o seu valor nos 30 anos da Edufba**
Edson Nascimento Sales; Susane Barros; Flávia Rosa; Gabriela Nascimento
- 33 **A Criação da Coleção de Livros de Bolso “Textos Introdutórios da UFSM”: Ensino e Pesquisa Voltados a Alunos e Professores de Graduação**
Enéias Tavares; Gilberto Moraes; Tagiane Mai; Marta Gasparetto
- 49 **A Agenda da Editora UFSM como estratégia de comunicação e marketing**
Tagiane Mai; Denise Garcia Bortolotto
- 57 **Seminários anuais como alternativa para formação de autores e lançamentos de livros: o caso da Editora IFRN**
Rodrigo Luiz Silva Pessoa; Gabriela Dalila Bezerra Raulino; Vanessa Paula Trigueiro Moura; Michelle Pinheiro Carvalho de Assis; Maria Clara Bezerra de Araújo
- 71 **15 anos da Edições Uern: experiências e perspectivas**
Francisco Fabiano de Freitas Mendes; Jacimária Fonseca de Medeiros; Emanuela Carla Medeiros de Queiros; Sara Rutinéia Medeiros da Silva; Gabriela Mabel Alves Vieira

83 **Difusão do conhecimento científico no período pandêmico: a experiência da EDUFRB**

*Rosineide Pereira Mubarak Garcia; Joane Diogo Santos Sant'Ana;
Antônio Vagno Santana Cardoso*

APRESENTAÇÃO

Em 2022 foram discutidos na 34ª Reunião Anual da ABEU o passado, o presente e o futuro da edição acadêmica, momento em que foram tratadas questões relacionadas às políticas do livro e da leitura no país. Na última Roda de Conversa foi discutido o eixo temático - O futuro da edição acadêmica no mundo. Dando continuidade ao eixo temático de 2022, a Associação Brasileira das Editoras Universitárias lança como temática para o 5º Seminário / 35ª Reunião Anual em 2023: ***Ciência aberta, acessos e acessibilidades***, aspecto que está sendo desenvolvido na ABEU desde 2015 com intensa participação e pesquisa sobre a questão da acessibilidade e que também foi trabalhado pelo GT Edição Universitária e Acessibilidade. Para se falar de livro universitário acessível, passo necessário é refletir sobre ciência aberta e os mecanismos de abertura e restrição do conhecimento produzido e refletir sobre produtos e serviços disponíveis para promover maior retorno de benefícios para a sociedade. Paralelamente a essa abordagem ampla do acesso ao livro cabe especificamente salientar que a falta de disponibilização de livros em formato acessível pelas editoras universitárias coloca-as em situação jurídica frágil frente à legislação vigente. Cabe considerar a responsabilidade das editoras frente ao Decreto nº 10.882, de 03 de dezembro de 2021, que regulamenta o Tratado de Marraqueche, que visa facilitar o acesso a livros, revistas e outros materiais em formatos acessíveis voltados para pessoas cegas, com deficiência visual, com dificuldade de percepção ou de leitura ou com

deficiência física que torne impossível sustentar ou manipular um livro. Estes são aspectos que impulsionaram a Universidade Federal de Lavras e particularmente a Editora UFLA, a dialogar coletivamente na 35ª Reunião Anual da ABEU, trazendo diferentes olhares sobre Ciência Aberta e a produção acessível e inclusiva do livro, vinda do macro - internacional até chegar ao micro - nas editoras universitárias.

A Editora IFPA (EdIFPA): Desafios e Êxitos na Implantação e Implementação de Uma Editora Acadêmica na Amazônia¹.

Raimundo Adalberto Pacheco de Pinho²
Valéria dos Santos Dias³
Ana Carolina Chagas Marçal⁴
Jéssica Rejane Lima⁵
Ana Paula Palheta Santana⁶

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará, Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação, Belém, Pará.

RESUMO

Em 2015, por meio de uma resolução do Conselho Superior do IFPA, foi instituída a Editora IFPA (EdIFPA). Entretanto, somente em 2017 foi possível estruturar um quadro mínimo de servidores para atuar de forma regular e contínua nas demandas da editora. Naquele ano, foi lançada a primeira chamada para publicação de livros e, dessa forma, foi consolidada a presença da EdIFPA no ecossistema acadêmico-institucional do IFPA. Em 2018 foram editoradas as primeiras de três obras, aprovadas na primeira chamada interna. Em 2023, a EdIFPA tem em seu catálogo de publicações 14 livros, em formato de e-book; 9 estão disponíveis também na versão impressa, e mais 6 obras encontram-se em processo finalístico de publicação, com previsão de lançamento para este primeiro semestre.

PALAVRAS-CHAVE: RFPCT; Editora acadêmica; Amazonia; Implantação; EdIFPA.

A gênese da Implantação

As primeiras editoras universitárias datam do século XVI, nas imponentes Universidades de *Cambridge* e *Oxford*, no Reino Unido. No Brasil, as editoras da Universidade de Brasília (UNB) e da Universidade de São Paulo (USP) surgem, quase que concomitantemente, em 1960 e 1961, respectivamente (FERRARI, 2022). Na Amazônia, a vanguarda das Editoras acadêmicas pertence à Universidade Federal do Pará (UFPA) fundada no final da década de 60, em 7 de abril de 1969 (BRASIL, 2019).

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

² Docente e coordenador da EdIFPA, e-mail: raimundo.pacheco@ifpa.edu.br

³ Técnico-administrativos em Educação, e-mail: valeria.dias@ifpa.edu.br

⁴ Diagramadora, e-mail: ana.marcal@ifpa.edu.br

⁵ Revisora de textos, e-mail: jessica.lima@ifpa.edu.br

⁶ Docente e Pró-reitora de Pesquisa e Pós-graduação, e-mail: proreitor.ifpa@ifpa.edu.br

Em seguida, na década de 80, o número de editoras universitárias se expandiu, foram criadas 37 editoras. Esse aumento significativo se deu em decorrência do Programa de Estímulo à Editoração do Trabalho Intelectual nas Instituições de Ensino Superior (Proed), implementado pelo MEC em 1981, que trouxe incentivo financeiro e despertou o interesse das universidades em se envolverem na atividade editorial durante esse período (ROCHA, 2015).

Dentro deste arcabouço histórico de implantação das Editoras acadêmicas, em 2015, por meio de uma resolução do Conselho Superior (CONSUP) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA), foi instituída a Editora do IFPA (EdIFPA), a qual é um órgão vinculado à Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação, responsável pelas publicações técnico-científicas e institucionais. A alçada da EdIFPA perpassa pela edição ou coedição, publicação e divulgação de trabalhos relacionados ao ensino, à pesquisa, à extensão, à pós-graduação e à inovação (BRASIL, 2015^a).

A ideia de institucionalizar uma editora acadêmica foi concebida pela professora Ana Paula Palheta Santana, atual pró-reitora de Pesquisa, em uma Reunião Anual dos Dirigentes das Instituições de Educação Profissional e Tecnológica (Reditec). No evento, ela vislumbrou a possibilidade de a editora tornar-se um canal de divulgação de trabalhos realizados pelos grupos de pesquisa da instituição.

Àquela época, dentro da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (RFPCT) na região Norte existia apenas a Editora do IFAC. Assim, a implantação e implementação da EdIFPA contribuiria para a difusão do conhecimento produzido na Amazônia e traria um “ar acadêmico para o IFPA”, segundo a pró-reitora.

O preâmbulo para implantação da Editora foi o Plano de Desenvolvimento Institucional do IFPA, para o quadriênio 2014 a 2018, que objetivava estimular a difusão do conhecimento através da publicação de livros impressos e em formato digital. Além disso, determinava a criação, normatização e implementação do Núcleo Editorial do IFPA (BRASIL, 2015^b).

No ano de 2017, objetivando a formação de recursos humanos, foram alocados servidores na coordenação e nos setores de serviços de editoração, que contava com uma programadora visual, uma diagramadora e uma técnica em assuntos educacionais – efeito de uma ampla movimentação junto ao reitor, para nomeação destes servidores.

Algumas ações foram realizadas para a implantação da EdIFPA. Neste sentido, foi de suma importância o intercâmbio de conhecimentos, no âmbito editorial, entre a incipiente gestão da Editora - que vinha se configurando - e outras editoras da Rede Federal. A primeira coordenadora, a servidora Valéria dos Santos Dias, relata que participou do Encontro da Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU) Nordeste, para buscar informações relativas ao funcionamento de uma editora acadêmica, o que suscitou ações efetivas para que a gênese da Editora do IFPA “saísse do papel”.

Ainda neste âmbito, foram realizadas capacitações dos servidores da EdIFPA, através da participação em eventos de instituições congêneres, como a participação em reuniões da ABEU e o ENEDIF, e de um curso de *Open Journal System (OJS)*, que fora ofertado para gerentes e editores de revistas. No que concerne aos recursos de suporte ao serviço de diagramação da Editora, foram adquiridas as licenças dos *Softwares Corel Draw* e pacote *Adobe*.

Neste interim, foi concebida a identidade visual da EdIFPA, fruto da criatividade da diagramadora Ana Carolina Marçal Chagas, servidora do quadro técnico da Editora, o que representa um marco para a trajetória de implantação da Editora. A marca da EdIFPA é caracterizada por um livro aberto, no qual uma de suas metades é composta por duas letras estilizadas formando a sigla “IF” (figura 1). A inspiração surgiu a partir de um estudo prévio, baseado nas demais editoras da rede federal e da marca dos Institutos Federais.

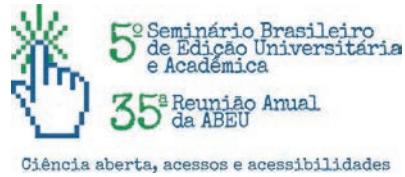


Figura 1 - Marca da Editora, criada pela servidora Ana Carolina Marçal, em 2017.



Fonte: Editora IFPA

Entre as demais ações da gestão de impacto para a implantação da Editora, destacam-se o cadastro do IFPA na biblioteca Nacional – responsável, àquela época, pela emissão de ISBN e ISSN, a elaboração do site, do manual de publicações e de uso da marca da Editora (disponível em <https://proppg.ifpa.edu.br/guia-do-autor-manual-de-formatacao-de-originais>), a definição das linhas editoriais. Em seguida, foram adotadas providências para a composição do primeiro conselho editorial, formado por representantes Docentes e representantes dos Técnicos-Administrativos em Educação (TAE) (Figura 2).

Figura 2 – Registro da posse do primeiro Conselho Editorial, em 2017.



Fonte: Assessoria de Comunicação (ASCOM) do IFPA.

Na segunda metade de 2017, por intermédio de chamadas internas, foi composto um banco de pareceristas *ad hoc*, para avaliar as obras que seriam submetidas. Em concomitância, foi lançada a primeira chamada para publicação de livros e, desta forma - entre outras ações, foi consolidada a efetiva presença da EdIFPA no ecossistema acadêmico-institucional do Instituto Federal do Pará.

Iniciando os trabalhos de Editoração

A implantação e implementação da EdIFPA estavam alinhadas ao planejamento da gestão do IFPA para o quadriênio 2014-2018. A criação do núcleo editorial e aprovação da normativa da editora, através do seu regulamento, consolidadas em 2017, representaram avanços significativos no processo de implantação. Com a EdIFPA já implementada, o ano de 2018 trouxe como desafios notáveis a editoração de três obras,

aprovadas na primeira chamada interna, e a estruturação dos fluxos que envolvem esse processo.

O desafio foi suplantado, culminando na publicação dos três primeiros livros no ano seguinte (figura 3). A experiência dessas obras piloto serviu para sistematizar os processos internos e externos que envolvem a produção de livros digitais e impressos, ficando, assim, o legado para as próximas publicações, que se beneficiariam de um processo mais eficiente e ágil.

Figura 3 – Registro do lançamento dos 3 primeiros livros publicados pela EdIFPA, em 2019.



Fonte: Assessoria de comunicação (ASCOM) do IFPA.

No ano de 2019, a EdIFPA foi inserida, em definitivo, no planejamento estratégico do IFPA, no intuito de estimular a difusão do conhecimento através de publicações e gestão de serviços editoriais. Nessa nova fase, houve uma intensa busca por elevar o número de publicações, bem como implantar um repositório institucional; além de crescer, anualmente, em 20% a quantidade de livros cadastrados junto à Biblioteca Nacional.

Naquele ano, a meta institucional estabelecia a publicação de 5 livros no formato e-book. Esse indicador foi superado com destreza, com a publicação de 6 livros somente

no ano de 2019, apesar da limitação de recursos humanos no corpo técnico. Essa barreira tem sido transpassada através de parcerias firmadas com a comunidade acadêmica, para colaboração em etapas do processo de editoração. Relacionado ao ISBN, a meta previa 18 títulos de livros cadastrados; foram alcançados 38.

A partir de 2020, foram disponibilizados recursos institucionais, por intermédio da Pró-reitoria de pesquisa, para a impressão dos livros publicados, o que tem contribuído para a disponibilização das obras às bibliotecas dos 18 campi do IFPA, possibilitando o uso em sala de aula – apesar das limitações orçamentárias.

Resultados dos Primeiros 5 Anos da EdIFPA

As celebrações dos 5 anos de efetivo funcionamento foram iniciadas em 2022 e continuaram ao longo de 2023. Atualmente, a EdIFPA tem em seu catálogo de publicações 14 livros, em formato de e-book, disponíveis para download gratuitamente na página da editora (<https://proppg.ifpa.edu.br/e-books>); 9 estão disponíveis também na versão impressa, e mais 6 obras encontram-se em processo finalístico de publicação, com previsão de lançamento para este primeiro semestre.

Cabe ressaltar que o advento da pandemia da COVID-19 trouxe novos desafios às ações da EdIFPA. No período do isolamento, foram realizadas, virtualmente, 2 edições de uma oficina para capacitação de autores, intitulada “Preparação de originais”, que contou com 400 inscritos (Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bwuAx5pSuk>).

Além dos lançamentos de livros – em transmissões simultâneas – pelas mídias sociais do IFPA, foram lançados 5 livros em eventos realizados de forma remota, 3 na 45ª Reditec, e 2 no Encontro Nacional dos Editores da Rede Federal (Enedif) em 2021 (BRASIL, 2021^d), evidenciando a região Norte no cenário nacional das editoras acadêmicas.

Para a pesquisadora Leilah Santiago Bufrem (2015), “um dos papéis relevantes das editoras universitárias é o lançamento de novos nomes”. Nesse sentido, a EdIFPA oportuniza a publicação de trabalhos produzidos pela comunidade acadêmica e possibilita parcerias editoriais com toda a Rede.

Publicar um livro por uma editora acadêmica atesta a credibilidade de um pesquisador-professor, haja vista que a publicação é submetida a um rigoroso fluxo editorial. Ademais, reflete o progresso de uma carreira acadêmica ao servir de referência a outros pesquisadores.

A prova incisiva de que a EdIFPA tem causado impacto na instituição é a mobilização dos grupos de pesquisa para organizar publicações, como ressalta a pró-reitora Ana Paula Palheta Santana: “A editora torna sonhos em realidade, isso se reflete na publicação das obras” de relevante impacto científico e educacional, provenientes de coletâneas de artigos ou livros monográficos. Desde sua gestação, em 2015, a EdIFPA vem cumprindo seu papel: “compartilhar conhecimento produzido na Amazônia”.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Portal UFPA**, 2019. UFPA celebra os 50 anos de sua Editora. Disponível em: <https://www.portal.ufpa.br/index.php/ultimas-noticias2/9973-ufpa-celebra-os-50-anos-de-sua-editora>. Acesso em. 23 de jun. 2023.

BRASIL^a. **RESOLUÇÃO IFPA/CONSUP- Nº 200/2015, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2015**. Disponível em: <https://proppg.ifpa.edu.br/resolucoes/29-resolucao-200-2015-consup/file>. Acesso em. 23 de jun. 2023.

BRASIL^b. **Plano de Desenvolvimento Institucional (IFPA) 2014 – 2018**. Disponível em: www.ifpa.edu.br/documentos-institucionais/0000/docs-inst/4032-pdi-2014-2018-revisado/file. Acesso em. 23 de jun. 2023.

BRASIL. Site do IFPA, 2021. **Livros publicados pela EdIFPA serão lançados no Encontro Nacional de Editores da Rede**. Disponível em: <https://ifpa.edu.br/ultimas-noticias/1672-livros-publicados-pela-edifpa-serao-lancados-no-encontro-nacional-de-editores-da-rede>. Acesso em. 03 de jun. 2023.

BUFREM, Leila. Santiago. **Editores universitárias no Brasil: Uma crítica para a reformulação prática**. 2^a edição. São Paulo: Com-Arte, 2015.

FERRARI, Marcio. **Os desafios das editoras universitárias - Edusp completa seis décadas em momento de queda da produção editorial do setor. Pesquisa FAPESP**, São Paulo, ed. 319, 2022. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/os-desafios-das-editoras-universitarias/>. Acesso em: 15 jun. 2023.

ROCHA, Maria Amália. **A contribuição à educação para além da publicação de textos: perspectiva histórica do trabalho da editora da Universidade Federal de Uberlândia**. 2014. 197 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2014.

Design editorial: o seu valor nos 30 anos da Edufba¹

Edson Nascimento SALES²

Susane BARROS³

Flávia ROSA⁴

Gabriela NASCIMENTO⁵

Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia

Resumo

A revolução estética do design editorial no Brasil promoveu mudanças em casas publicadoras de todos os segmentos editoriais, especialmente as comerciais. A partir da década de 1980 mobilizou também editoras universitárias que deixam de ser confundidas com gráficas passando a implantar conselhos editoriais para garantir uma produção mais qualificada. Nessa conjuntura foi criada a Editora da UFBA, cujo catálogo abrange todas as áreas do conhecimento e é composto por mais de 2.500 títulos. O objetivo deste trabalho é evidenciar a evolução do design editorial dos livros publicados pela Edufba como parte de sua trajetória ao completar três décadas de atuação. A metodologia envolveu a análise documental tendo como base projetos editoriais e ações de capacitação promovidas pela própria editora bem como executadas por iniciativas individuais que se reverteram para a atuação na editora e aplicação de questionário com a equipe de designers da editora. Destaca-se a busca por qualificação por parte desses, investimento da própria editora em capacitação e o perfil dos designers que têm a prática da leitura inclusa também nos seus momentos de lazer.

Palavras-chave: editoração; design editorial; Edufba; capacitação profissional.

1 INTRODUÇÃO

A ênfase no desenvolvimento do projeto gráfico do livro e a definição de uma identidade visual ocorreu no contexto brasileiro para editoras comerciais a partir do início do século XX. Para editoras universitárias esse movimento começa a acontecer nos anos 1980. Durante muito tempo essas editoras atuaram sem ter critérios, objetivos, políticas editoriais definidas e sem

¹ Trabalho apresentado no 5º Seminário Brasileiro de Edição Universitária e Acadêmica & 35ª Reunião Anual da ABEU, realizada em Lavras, Minas Gerais, na Universidade Federal de Lavras.

² Doutorando em Artes Visuais na Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia e coordenador gráfico da Edufba. e-mail: ensales@ufba.br.

³ Doutoranda em Educação e Contemporaneidade, professora do Instituto de Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia, e-mail: direcaoedufba@ufba.br.

⁴ Doutora em Cultura e Sociedade, professora titular aposentada, da Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia. e-mail: flaviagr@ufba.br.

⁵ Especialista em Design gráfico e de interface, pela Unifacs, graduação em Design na Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia e produtora gráfico-editorial da Edufba.

preocupação com o design editorial. Quando passam a adotar avaliação por pares e a considerar o mercado no qual estão inseridas iniciam também um movimento agregador, para discutir problemas comuns, que culmina na criação da Associação Brasileira de Editoras Universitárias (Abeu), em agosto de 1987.

Nesse contexto foi criada a Editora da Universidade Federal da Bahia (Edufba), órgão que dialoga com todas as instâncias da UFBA, por ser responsável pela publicação e disseminação da sua produção científica, acadêmica e artística. O objetivo deste trabalho é, através da evolução do design editorial dos livros produzidos, apresentar a trajetória da Edufba que completa três décadas de atuação neste ano de 2023. Os objetivos específicos foram: levantar documentos que evidenciem a história e a memória da Edufba, mostrar o perfil dos designers que fazem parte da equipe da editora e analisar o design das capas ao longo de três décadas. O texto está dividido em três seções além desta introdução: uma que aborda o contexto histórico do design editorial brasileiro, outra que traz uma breve trajetória da Edufba e, em seguida, apresenta-se a metodologia empregada e os resultados sobre o investimento em formação continuada, o perfil dos designers e a análise do design editorial das capas selecionadas. Por fim, as considerações finais fazem um exercício reflexivo e algumas recomendações para estudos futuros.

2 BREVE CONTEXTO HISTÓRICO DO DESIGN EDITORIAL BRASILEIRO

Tanto o acesso ao livro como a sua publicação no Brasil, começou tardiamente. É importante contextualizar esse atraso destacando duas questões: uma de ordem econômica e outra educacional. Desde o período do descobrimento, os propósitos da expansão mercantilista europeia estavam vinculados à descoberta de fontes de fornecimento de matérias-primas para os colonizadores. Importava a obtenção do lucro “[...] e a função da população colonial era propiciar tais lucros às camadas dominantes metropolitanas”. (RIBEIRO, 1987 p. 21)

No que diz respeito a educação, estava voltada apenas para a camada dirigente – pequena nobreza e seus descendentes. Aos jesuítas, coube a tarefa de catequizar e instruir os indígenas, respeitando os Regimentos da Metrópole e os seus ditames. Estendeu-se aos filhos dos colonos esse aprendizado, no qual incluía o ensino do português, da doutrina cristã e a

escola de ler e escrever. Na prática, comenta Ribeiro “[...] os instruídos serão descendentes dos colonizadores. Os indígenas serão apenas catequizados” (RIBEIRO, 1987 p. 25).

Chega-se ao século XIX sem nenhum ordenamento no que diz respeito à edições. Somente com a vinda da Família Real para o Brasil, em 1808, no contexto da Guerra Napoleônica, é que se decide pela criação da Imprensa Régia, no Rio de Janeiro, por ordem de D. João VI, com o objetivo de atender às necessidades oficiais e governamentais do príncipe regente, ou seja, não há um direcionamento formal de liberdade para a produção de impressos.

Mesmo com esse início um tanto desastroso e frustrante para a atividade editorial brasileira, devemos destacar a ousadia do negociante português, Manuel Antônio da Silva Serva ao trazer a primeira tipografia de caráter particular, atuante, que funcionou no Brasil, em Salvador. Produziu livros e editou, em 1818, a primeira publicação criada pela iniciativa privada que circulou no país, denominada *Idade D’Ouro do Brasil*. Não nos aprofundaremos nesse histórico, já contemplado em outras publicações como: Moraes (2006), Paixão (1995), Rosa (2022), Rosa e Barros (2004), Rosa e Tavares (2010) dentre outros.

No âmbito desse histórico, é importante mencionar a atuação de designers e mudanças gráfico-editorial no mercado de livros brasileiros. Atribui-se a Monteiro Lobato, o impulso do mercado editorial do Brasil com a fundação da Monteiro Lobato & Cia., em 1919, e de acordo com Hallewell (2005), além do pioneirismo deste no lançamento de novos autores, pagamento de direito autoral e na distribuição e circulação das obras publicadas. Destaca-se, também, pelo novo design para as capas dos livros, tornando-as mais atraentes, graças ao uso das cores.

Outra editora que inovou no design das publicações, já nos anos 1940, foi a José Olympio que investiu de modo especial no projeto editorial de seus livros, tendo como ilustrador e artista gráfico Tomás Santa Rosa, ao lado de nomes como Cândido Portinari, Cícero Dias e Poty Lazarotto, montou capas e projetos gráficos inovadores para livros de autores como José Lins do Rego, Guimarães Rosa e Graciliano Ramos, autores desta editora. (HALLEWELL, 2005)

Na segunda metade do século XX foi o austríaco, Eugênio Hirsch, radicado no Brasil, e considerado um dos pioneiros do design gráfico no país, que revolucionou o design gráfico-editorial da Editora Civilização Brasileira juntamente com o seu editor Ênio Silveira. Hirsch inovou ao aliar de maneira definitiva o conteúdo editorial ao trabalho gráfico nos livros. Soube como ninguém, usar o design das letras, o *lettering* para compor as suas capas, tornando-as uma

marca das suas criações. Além da Civilização Brasileira produziu capas para a editora Globo, de Porto Alegre; passou um período nos Estados Unidos da América (EUA), atuando na editora madrilenha Codex como diretor de arte da Coleção Museus do Mundo e, ao retornar ao Brasil, trabalhou na José Olympio Editora. (NOGUEIRA, 2009)

Um designer que também se destaca no século XX é o brasileiro Victor Burton, que começou a atuar no mercado editorial do país, em 1977, a convite de Carlos Lacerda da editora Nova Fronteira. Inicialmente atuaria no novo projeto, denominado Confraria dos Amigos do Livro, uma editora especializada em livros de arte que infelizmente não teve continuidade e ele passou a designer exclusivo da Nova Fronteira. Em 1986, passou a atuar para diversas editoras, dentre elas a Companhia das Letras, se firmando com seu estilo próprio em projetos gráficos de livro que facilmente se identificava a autoria. Inspirou uma geração de designers e consolidou o design editorial como elemento inseparável da boa qualidade do livro. (AZEVEDO; LIMA, 2014)

Outras editoras devem ser destacadas pelo design próprio e marcante que desenvolveram, como foi a Brasiliense e a Cosac Naify. Esse movimento que levou as editoras comerciais a explorar o design editorial começou no início do século XX. É digno de nota que as editoras universitárias, embora tenham sido criadas nas décadas de 1950 e 1960, não tinham inicialmente uma preocupação com a estética. O projeto gráfico era algo secundário num contexto de estruturação de políticas editoriais no qual precisavam se desvincular de práticas pouco ou nada criteriosas de publicação. O objetivo neste tópico foi destacar alguns nomes e editoras que compõem essa história editorial brasileira para ilustrar um pouco do que foi essa revolução estética do design editorial, sem, no entanto, esgotar o assunto.

3 METODOLOGIA

Para alcançarmos o objetivo proposto, foi realizada uma análise documental devido ao compromisso de resgatar o histórico da Edufba, através do seu design editorial. Alguns documentos evidenciaram ações de capacitação promovidas pela própria editora para essa equipe. Além disso, um levantamento para conhecer as trajetórias profissionais designers foi realizado por meio da aplicação de um questionário utilizando o software Survey Monkey buscando evidenciar o investimento em formação feito por cada um deles e o impacto na

evolução estética das capas. Foram selecionados e analisados, entre outros documentos, 30 livros, considerando-se dez por década buscando-se contemplar diferentes designers da equipe de forma a se construir uma amostra representativa. Os títulos selecionados foram comparados a outros publicados, antes de a editora ser oficialmente criada.

4 EDUFBA, SUA TRAJETÓRIA

O início da atividade editorial na Universidade Federal da Bahia data de 1959, 13 anos após sua fundação, e ocorre, nesse primeiro momento em coedição para dois anos depois começarem a ser produzidas publicações criadas em instâncias informais no âmbito da universidade. Em 1970 é criado o Programa de Textos Didáticos, idealizado pelo reitor Roberto Santos, após a extinção do Departamento Cultural que era responsável pela publicação da revista *Universitas* e do *Jornal da Universidade*. O programa buscava viabilizar a publicação de edições experimentais de forma econômica, auxiliando os estudantes nas diversas disciplinas ministradas na universidade. (ROSA; BARROS; MEIRELLES, 2015)

Em 1971, foi criado formalmente o Centro Editorial e Didático (CED), englobando as atividades do Programa de Textos Didáticos. No mesmo espaço, funcionava o Núcleo de Publicações e o Núcleo de Recursos Didáticos, bem como a pequena Gráfica Universitária. Quatorze anos depois é instituído um Conselho Editorial, constituído de professores das diversas áreas de ensino da universidade, além de um setor de promoção e vendas e uma livraria dentro do *campus* universitário rumo à transformação do CED em editora. Uma proposta tramitava desde 1987, mas foi aprovada pelo Conselho Universitário somente em 1992 como um órgão suplementar da instituição. Em abril de 1993 é que o CED passa a denominar-se Editora da Universidade Federal da Bahia (Edufba) com a autorização do Conselho Federal de Educação. Dois anos depois a Edufba passa a ter um logotipo criado por meio de concurso. (ROSA; BARROS; MEIRELLES, 2015)

Uma fase de reestruturação interna que foi fundamental para a Edufba ocorreu em setembro de 1998 quando o Setor de Editoração foi criado e passou a contar com equipamentos e *softwares* adequados à atividade editorial. Houve também a contratação de estagiários do curso de Design da Escola de Belas Artes (EBA) da UFBA. Dez anos depois a Edufba quase quadruplicou sua produção, adquiriu reconhecimento no segmento editorial entre as editoras

universitárias e foi convidada a participar do Projeto Piloto SciELO Livros desenvolvido pelo Centro Latino-Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde (Bireme/Opas/OMS) em cooperação com a Editora Fiocruz, Editora Unesp e Edufba para a criação de uma plataforma de livros *on-line* para gestão editorial e publicação dos livros. (ROSA; BARROS; MEIRELLES, 2015)

Dois anos mais tarde, é implantado o Repositório Institucional da UFBA, produto da tese da prof. Flávia Rosa apresentado à comunidade UFBA no dia 9 de setembro, tendo como projeto-piloto a Editora, com 123 livros, e a comunidade Memória, com 230 documentos. Em 2011, a editora publica seu primeiro audiolivro e lança também a primeira edição do Programa de Edição Eletrônica de Textos de Pesquisa, Criação e Inovação da UFBA (E-Livro – 01/2011) que contemplou dez propostas. No ano seguinte o Portal SciELO Livros é lançado e, em 2013, recebe o Prêmio Jabuti com a publicação da obra *Namibia não!*, de autoria de Aldri Anunciação. Em 2018, na quarta edição do Prêmio ABEU, a Edufba recebeu dois prêmios e duas menções honrosas. Lançou, em parceria com a Reitoria da UFBA, o Programa de Incentivo à Leitura Bora Ler e publicou *Rainhas*, seu primeiro livro infantil, de autoria de Ladjane Alves de Sousa com ilustrações de Tamires Lima. Em 2020, começou a comercializar seus livros em plataformas de *e-commerce* como forma de superar as dificuldades geradas pela pandemia de covid-19 e o fechamento dos canais físicos de vendas. (ROSA; BARROS; MEIRELLES, 2015)

5 O VALOR DO DESIGN EDITORIAL PARA A EDFUBA

Antes da editora ser oficialmente, criada atuava no Centro Editorial e Didático (CED) uma programadora visual, com Curso Superior em Artes Plásticas, um artista gráfico sem formação na área, terceirizado, e um desenhista, ilustrador autodidata. A reestruturação interna da Editora iniciou-se em 1998, quando foi criado o setor de editoração, dotando-o de computadores e softwares adequados à atividade editorial. Devido à falta de pessoal técnico da própria Instituição que dominasse as tecnologias, alunos do Curso de Design Gráfico da UFBA, que já tinham cursado a disciplina Desenvolvimento do Projeto de Programação Visual Editorial IV, voltada para o design editorial foram convidados a estagiar na Edufba através de um programa de bolsa de estágio. Atualmente a equipe é formada por 11 designers, sendo oito designers já formados. Apenas um deles não estagiou na Edufba durante a graduação, três deles

estão na equipe desde 1998 e três são estagiários. No caso dos estagiários, há uma certa rotatividade, sendo o tempo máximo de permanência dois anos, de acordo com a lei de estágio.

Procedeu-se um levantamento da trajetória profissional da equipe atual de designers, realizado por meio da aplicação de um questionário utilizando o software Survey Monkey e buscando evidenciar o investimento em formação feito por cada um deles e o impacto desse aprendizado na evolução estética das capas. Algumas questões revelaram a vinculação desses designers com os livros, ou seja, a relação deles com a leitura. O questionário foi estruturado em 32 perguntas, sendo três abertas, oito de múltiplas respostas, quatro sobre o perfil do respondente (idade, formação, tipo de vínculo profissional com a Editora). Foram 11 respondentes, com idade média de 39 anos, ressaltando que a dos estagiários é de 25 anos. No Quadro 1 apresentam-se os dados da formação e vínculo com a Edfb.

Quadro 1 – Formação e tipo de vínculo

| Formação | Vínculo com a Edfb |
|---|---|
| Graduandos(as) em Design (Escola de Belas Artes da UFBA) | 3 estagiários (bolsa UFBA) |
| Graduados em Design (antigo Curso de Desenho Industrial habilitação em Programação Visual (Escola de Belas Artes da UFBA) - Um dos designers possui Especialização em design gráfico e de interfaces (Unifacs) | 3 designers terceirizados (contrato através do projeto institucional com a Fundação de Apoio à Pesquisa e à Extensão – Fapex) |
| Design (Escola de Belas Artes da UFBA) – Selecionada para o mestrado na Universidade de Aveiro - Portugal | 1 designer terceirizado através da UFBA |
| Graduados em Design (antigo Curso de Desenho Industrial habilitação em Programação Visual (Escola de Belas Artes da UFBA) - Um doutorando em Artes Visuais (Escola de Belas Artes da UFBA) - Uma designer com MBA em gestão de projetos em UX Design. | 3 designers concursados (servidor público – categoria programador visual) |
| Graduando do Bacharelado Interdisciplinar em Artes (UFBA) | 1 estagiário – bolsa permanecer UFBA |

Fonte: elaboração dos autores.

No que se refere ao perfil dos designers que fazem parte da equipe da editora, alguns dos que estão no quadro há mais de 20 anos atuam no setor editorial e contribuíram para a construção dessa história marcada por desafios, mudanças tecnológicas, mas a criatividade e o

domínio técnico prevaleceram, e sempre com o objetivo de surpreender e encantar o autor(a) e seus leitores(as), graças a um projeto gráfico-editorial representativo do conteúdo do livro.

Destaca-se na análise dos dados coletados através do questionário que 100% dos respondentes adotam a leitura de livros em seus momentos de lazer, a preferência é pelo livro impresso (45%) e 36% responderam que depende da situação quanto à preferência do suporte impresso ou digital. Quanto ao gênero (poderiam marcar mais de uma resposta), 54% declararam história/filosofia como preferencial, e os gêneros romance, ficção, contos e crônicas, obtiveram o mesmo percentual de preferência (45%).

Alguns documentos dão conta também de ações de capacitação promovidas pela própria editora para essa equipe e por membros do grupo, para um público mais amplo e com a participação também da equipe, conforme Quadros 2 e 3.

Quadro 2 - Cursos promovidos pela Edfba

| Evento | Curso | Facilitador | Período |
|---|---|--|--|
| Abeu Técnico - Encontro Abeu Nordeste | "Cuidados referentes ao direito autoral e de imagem dentro da produção editorial" | Edson Sales Equipe da Edfba | 19 de abril de 2022 |
| | Curso "Introdução à criação e edição de e-books no formato ePub via InDesign" | Josias Almeida Júnior Equipe da Edfba | 29 de junho a 1 de julho de 2021 |
| Abeu Técnico - 33ª Reunião Anual e 3º Seminário Brasileiro de Edição Universitária e Acadêmica Abeu | "Articulando atores no processo editorial" | Susane Barros e Gabriela Nascimento Equipe da Edfba | 23 e 24 de junho 2021 |
| | Mesa Redonda "Plágio e Fake News" | Edson Sales Equipe da Edfba | 30 de outubro de 2020 |
| | Curso "O Lado de Fora: a capa" | Maria Helena Pereira da Silva da Azeviche Design | 30 de novembro a 2 de dezembro de 2017 |
| Abeu Técnico - II Encontro de Produção e Difusão Científica do Nordeste, realização Universidade Tiradentes | "Passo a passo da produção editorial" | Gabriela Nascimento Equipe da Edfba | 10 de outubro de 2017 |
| | Palestra/Workshop "Design Editorial: do texto ao objeto" | Elaine Ramos, diretora de arte da UBU | 23 a 26 de novembro de 2016 |
| | Curso "Produção Gráfica com Aline Valli" | Aline Valli, produtora gráfica da Cosac Naify | 19 de setembro de 2015 |
| | Workshop "Produzir Ebooks no formato ePub" | Simplíssimo Livros | dezembro de 2012 |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | Primeira empresa brasileira na produção de epubs | |
|--|--|--|--|

Fonte: elaboração dos autores.

Quadro 3 - Cursos/Eventos incentivados pela Edufba

| Evento | Curso | Facilitador | Período |
|--|---|--------------------------------------|----------------------------|
| 33ª Reunião Anual e 3º Seminário Brasileiro de Edição Universitária e Acadêmica Abeu | "Primeiros passos para a produção de Epubs" | Amanda Ramalho – Scielo Livros | 23 e 24 de junho 2021 |
| | Curso "Desenho gráfico de livros" | Rita Aguiar -Espaço Revista Cult | 06 a 08 de abril 2016 |
| | "Enobrecimento de produtos impressos" | Américo Lunardelli - Revista Publish | São Paulo, outubro de 2009 |

Fonte: elaboração dos autores.

Em relação à análise das capas de livros, é importante lembrar das limitações técnicas das décadas de 1970 e 1980. Os processos eram analógicos e mecânicos, as capas monocromáticas em papel alta alvura e sem plastificação. Posteriormente evoluíram para o papel cartolina 180 gr, mas continuavam monocromáticas. A partir dos livros selecionadas para análise, uma pequena amostra de um catálogo com mais de 2.500 títulos, são perceptíveis as mudanças ocorridas. Os elementos gráficos-visuais, a tipografia, as cores ou a ausência delas, em capas em preto e branco, diversidade de elementos: ilustrações autorais, fotografia, ou apenas exploração de cores a tipografia; todos esses elementos de capa, dialogam com o projeto gráfico do miolo de forma indissolúvel.

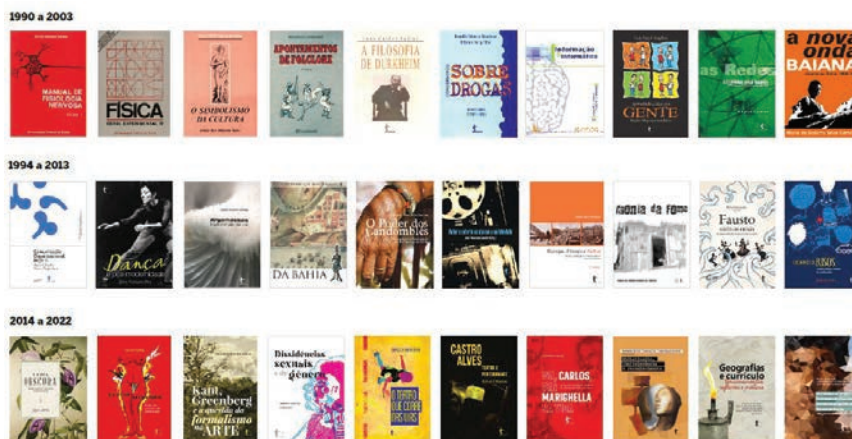
Na Edufba, diferente do que acontece com algumas editoras universitárias as marcas de estilo são dos designers da própria equipe que formam seus repertórios e vinculam suas experiências e leitura de mundo com a realidade e cultura local. O cuidado na escolha da melhor fonte para o texto do miolo, com serifa ou sem serifa, não é uma escolha aleatória, e antes da decisão final, ela é testada a partir de uma prova impressa de um capítulo e páginas iniciais para se verificar o equilíbrio da mancha gráfica, margens, entrelinhamento, legibilidade e fonte escolhida. Quando essa parte do processo é terceirizada, argumenta Ribeiro (2015, p. 86),

Nem sempre há uma coerência tipográfica e cromática entre o layout da capa e o layout do miolo, o que parece ser sintoma dessa separação. É possível notar, nesse

sentido, que as marcas de estilo nas capas das editoras estão mais relacionadas a um estilo próprio dos designers ou estúdios de design responsáveis pelas artes do que a um estilo fixo da editora.

Percebe-se que a capacitação da equipe e a evolução tecnológica de fato contribuíram muito para os resultados alcançados. A busca por refinamento estético é algo constante e inegável, conforme mostram as capas selecionadas. Na década de 1990 ocorrem mudanças devido ao uso de computadores e da exploração de vários estilos gráficos. Evidente que as gráficas foram também atingidas por essa evolução tecnológica e puderam com isso oferecer mais opções de impressão e redução de custos

Figura 1 – Capas selecionadas para análise



Fonte: elaboração dos autores.

Os elementos artísticos, estéticos e autorais se destacam. Esses são resultados também do empenho pessoal de cada colaborador do setor de editoração, e para a Edufba isso resultou numa ampliação de mercado com um maior número de títulos comercializados por anos; a inserção em livrarias privadas e, a partir de 2019, no comércio eletrônico que se consolidou no período da pandemia; confiabilidade das editoras com quais a Edfuba coedita, possibilitando que o desenvolvimento do projeto gráfico editorial seja assumido pela Editora; maior satisfação dos autores com a qualidade final do seu livro; ampliação do número de leitores e valorização

da pesquisa desenvolvida no âmbito da Instituição que passou a dispor de uma representação visual cuidadosa.

A atualização da marca da Editora também fez parte do processo de renovação e atualização, preparação de um manual cuidadoso da aplicação dessa marca que foi desenvolvida no final dos anos 1980.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para além de todos os resultados apontados, considera-se a busca de capacitação da própria equipe de editoração que hoje conta com um doutorando e no momento professor substituto do Curso de Design da UFBA; três especialistas em áreas vinculadas ao design editorial e a participação em cursos de curta duração para ampliar e atualizar os conhecimentos adquiridos, um ganho imensurável pessoal e institucional. Embora sem ter ainda conquistado uma premiação com o design editorial, o reconhecimento vem através dos depoimentos e comentários de autores e leitores que percebem o cuidadoso fazer editorial, iniciado na avaliação do original e culminando na materialização do livro.

Recomenda-se que sejam feitas pesquisas em profundidade sobre o tema, até porque existem premiações que têm o projeto gráfico como categoria, a exemplo do Prêmio Jabuti e do Prêmio Abeu. Percebe-se que algumas editoras contratam estúdios de design, já que não possuem equipes e isso afeta a construção de um estilo da própria editora.

Outro aspecto merece destaque nesse sentido é que essa contratação de estúdios de design nem sempre significa uma decisão em âmbito institucional. As editoras são levadas à terceirização por força de vedação de contratação de determinados cargos para conseguir atender as demandas por publicação num contexto de estímulo à produtividade. Diante da impossibilidade de contratação de cargos essenciais – como revisor, editor de publicações, editor de imagens, jornalista e tradutor – para editoras universitárias por força de vedação federal, ponto defendido na *Carta de Lavras* (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDITORAS UNIVERSITÁRIAS, 2023), as consequências são prejudiciais, especialmente para as Regiões Norte e Nordeste do país, que não encontram, por meio de licitação de empresas terceirizadas, mão de obra qualificada localizadas nestas regiões que entendam as demandas regionais específicas, desconhecem as realidades locais executando os serviços de forma padronizada.

Terminamos afirmando como diz, Beto Guedes “A lição já sabemos de cor só nos resta aprender.” Aprender e compartilhar sempre.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDITORAS UNIVERSITÁRIAS. **Carta de Lavras**. Lavras, 2023. Carta redigida por ocasião do 35º Encontro Nacional da ABEU. Disponível em: https://abeu.org.br/documents/31/Por_uma_pol%C3%ADtica_nacional_do_livro_universit%C3%A1rio_-_Lavras_2023.pdf

AZEVEDO, C. N. da S.; LIMA, G. C. O estilo de Victor Burton: um olhar sobre o design do livro iconográfico brasileiro. **Blucher Design Proceedings**, São Paulo, v. 1, n. 4, p. 1-12, nov. 2014. Trabalho apresentado no 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2014, Gramado. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/o-estilo-de-victor-burton-um-olhar-sobre-o-design-do-livro-iconografico-brasileiro-12689>. Acesso em: 27 jun. 2023.

FONSECA, I. M. P. da. **Design Editorial**: produção da revista científica digital TPU - Território, Planejamento e Urbanismo: teoria e prática. 2017. Dissertação (Mestrado em Design de Comunicação) – Faculdade de Arquitectura, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2017.

HENDEL, R. **O design do livro**. Tradução: Geraldo Gerson de Souza e Lúcio Manfredi. São Paulo: Ateliê Editorial, 2017.

HALLEWELL, L. **O livro no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

MORAES, R. B. de. **Livros e bibliotecas no Brasil colonial**. 2.ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2006.

NOGUEIRA, J. C. G. **Letra e imagem**: A tipografia nas capas de livros desenhadas por Eugênio Hirsch. 2009. Dissertação (Mestrado em Artes) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2009.

RIBEIRO, M. L. S. **História da educação brasileira**. A organização escolar. São Paulo: Cortez, 1987.

RIBEIRO, L. G. M. **O projeto visual-gráfico das editoras universitárias públicas**: estudos de caso da Edusp e da Editora Unesp. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2015. Relatório final de pesquisa PIBIC 2015. Disponível em: <https://encr.pw/YxOF3>

ROSA, F. BARROS, S.; MEIRELLES, R. Do livro impresso ao digital: trajetória de uma editora universitária. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 11., 2015,



Porto Alegre. **Anais eletrônicos** [...]. Porto Alegre: UFRGS, 2015. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/17861/1/ALCAR2015_gthistoriadamidiaimpresa%20%281%29.pdf

PAIXÃO, F. (coord.). **Momentos do livro no Brasil**. São Paulo: Editora Ática, 1995. Edição comemorativa dos 30 anos da Editora Ática.

ROSA, F. G. M. G. **A comunicação científica na Universidade Federal da Bahia: caminhos entrelaçados**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2022.

ROSA, F.; BARROS, S. Panorama da História da Editoração em Salvador/Bahia. *In*: SEMINÁRIO BRASILEIRO SOBRE LIVROS E HISTÓRIA EDITORIAL. 1., 2004, Rio de Janeiro. **Anais** [...] Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 2004. Disponível em: <https://docplayer.com.br/41233809-Panorama-da-historia-da-editoracao-em-salvador-bahia.html>. Acesso em: 25 nov. 2022.

ROSA, F.; TAVARES, L. G. Apontamentos para a história do livro na Bahia. *In*: BRAGANÇA, A.; ABREU, M. (org.). **Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros**. São Paulo: UNESP, 2010. v. 1, p. 221-233.

A criação da coleção de livros de bolso “Textos Introdutórios da UFSM”: aprimorando a divulgação científica e engajando professores e alunos¹

Enéias TAVARES²

Tagiane MAI³

Gilberto de MORAES⁴

Marta GASPARETTO⁵

Denise Garcia BORTOLOTTO⁶

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

Resumo

Este ensaio objetiva apresentar o trabalho de planejamento, editoração e lançamento da Coleção Textos Introdutórios UFSM, uma coleção de livros de bolso voltada às oito grandes áreas do conhecimento da instituição. Faremos isso em quatro etapas. Primeiro, descrevemos as motivações iniciais para o projeto. Segundo, detalhamos o projeto gráfico criado a partir de outras iniciativas similares. Terceiro, elencamos os passos do nosso edital de submissão. Por último, relatamos o lançamento da coleção, que aconteceu, em sua primeira etapa, em maio de 2023 e, num segundo momento, no segundo semestre desse ano. A nosso ver, essa ação representa um passo importante para nossa editora e instituição, ao fomentar a produção textual por parte de professores de graduação e o consumo de livros por parte de alunos de primeiro e segundo semestres, além de consolidar a parceria entre nossa editora e a pró-reitoria de graduação de nossa universidade. Trata-se de uma ação que, acima de tudo, incentiva a produção e a divulgação científica em nossa instituição, sobretudo por significar uma reflexão sobre os saberes e a forma como os transmitimos a outras gerações de leitores, professores e estudantes.

Palavras-chave: Livros de bolso; Divulgação científica; Editora; Editoração.

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

² Doutor em Estudos Literários pela UFSM, Diretor da Editora da UFSM. E-mail: eneiastavares.ufsm@gmail.com

³ Mestre em Edição de Texto pela Universidade NOVA de Lisboa, revisora de textos na Editora da UFSM. E-mail: tagiane.mai@ufsm.br

⁴ Programador visual na Editora UFSM. E-mail: gilberto.junior@ufsm.br

⁵ Secretária administrativa na Editora UFSM. E-mail: martagasparetto25@gmail.com

⁶ Mestre em Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Santa Maria, assessora de comunicação na Editora da UFSM. E-mail: denise.bortolotto@ufsm.br

Introdução

Fomentar o conhecimento, fortalecer a ciência, buscar a inovação, valorizar a pesquisa e inspirar o aprendizado constituem a força motriz da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), uma instituição que, há mais de sessenta anos, tem graduado profissionais e se consolidado como essencial à economia, à cultura e ao bem-estar da região central do Rio Grande do Sul, sendo também referência nacional e internacional.

Fundada em 14 de dezembro de 1960, pelo professor José Mariano da Rocha Filho, a UFSM tem colaborado com diferentes áreas e saberes, atuando em todos os campos da pesquisa, do ensino e da extensão – além da inovação. É essa unidade na diversidade que caracteriza a complexidade da ação universitária, sem perder de vista a inclusão, a democracia e a interculturalidade. Consolidam essa atuação as oito áreas que constituem nossa organização acadêmica e que norteiam as linhas de produção da nossa editora (Figura 1), a saber: Artes e Letras, Ciências Rurais, Ciências da Saúde, Ciências Naturais e Exatas, Ciências Sociais e Humanas, Ciências Tecnológicas, Educação e, por fim, Ciências Interdisciplinares.



Figura 1 – Catálogo da Editora da UFSM dividido em áreas e cores

É ao redor desses oito eixos que a presente coleção se organiza, caracterizando-se como iniciativa voltada à graduação, em especial a professores que há anos – senão há décadas – têm pensado no espaço de sala de aula como central à criação de saberes, ciência e tecnologia. Além desses, a coleção se dedica também aos alunos que muitas vezes chegam à nossa instituição e desejam um primeiro passo em termos de aprendizado e referencial teórico e crítico.

Nesse sentido, a Coleção Textos Introdutórios UFSM – uma iniciativa da Editora da UFSM em parceria com a Pró-Reitoria de Graduação (Prograd) – foi pensada como um projeto que visa oportunizar uma publicação de bolso, leve e instrutiva para professores, alunos e leitores que desejam iniciar sua formação em uma área específica ou tão somente saber mais sobre disciplinas diversas e, no entanto, sabem exatamente por onde começar.

Com essa meta, a coleção volta-se primeiramente para alunos de primeiro e segundo semestres, sendo sua autoria assinada por professores que ministram disciplinas essenciais em seus respectivos cursos e áreas de atuação, numa ação editorial que também objetiva a valorização do trabalho de docentes experientes e reconhecidos por seu ensino e pesquisa.

A coleção foi inicialmente idealizada pelo professor, escritor e pesquisador Enéias Tavares, em parceria com a equipe da Editora e Livraria da UFSM. Desde janeiro de 2022, ele tem atuado como diretor da editora da universidade. Entre suas primeiras ações, esteve a proposição de ideias, projetos e iniciativas que aproximassem o setor das pró-reitorias da instituição, como a Pró-Reitoria de Extensão (PRE), a Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa (PRPGP) e a Prograd, como no presente projeto.

No caso desta última, a conversa e o planejamento com o pró-reitor de graduação, o professor Jerônimo Tybusch, deram início ao que se tornaria a Coleção Textos Introdutórios UFSM. A coleção também contou, desde seu planejamento e execução, com os profissionais da editora que assinam esse trabalho, ao lado de Tavares e Tybusch. Aqui, destacam-se Gilberto de Moraes, designer responsável pelo projeto visual da coleção; Marta Gasparetto, que foi a responsável pela administração das submissões e pelos encaminhamentos administrativos aos pareceristas; Tagiane Mai, que cuidou, junto de

sua equipe, da preparação e da revisão dos livros da coleção; e Denise Garcia Bortolotto, responsável pelas ações de comunicação e marketing, que culminaram no lançamento da coleção.

Relato de caso: da pesquisa ao planejamento visual e gráfico

Inicialmente, fizemos uma pesquisa de mercado, com vistas a identificar coleções similares tanto em nosso país quanto em universidades de renome internacional. Com essa pesquisa prévia, chegamos a séries introdutórias como “Primeiros Passos”, da Editora Brasiliense, “Que sais-je?”, da Presses Universitaires de France (PUF), alguns títulos da coleção Cambridge Companion, da Cambridge University Press, e “Very Short Introduction”, da Oxford University Press – esta uma das nossas grandes influências não só em termos gráficos/editoriais, mas também em termos de visibilidade e modelo de negócios.

Na Figura 2, apresentamos algumas de nossas influências para o desenvolvimento do projeto, reunindo coleções de livros de bolso e também produções acadêmicas de relevância para o nosso projeto.



Figura 2 – Mosaico com capas de coleções de bolso e/ou livros acadêmicos

Em nosso caso, a coleção objetivava servir de estímulo ao aprendizado e à reflexão, objetivos centrais à nossa visão de universidade e ao trabalho que executamos em nossa instituição. Todavia, para que tal intento fosse realizado, seria necessária uma materialidade editorial atraente em termos visuais e gráficos, acessível da perspectiva do tamanho e do preço, e condizente com a qualidade gráfica e editorial que caracteriza e identifica a Editora da UFSM nos seus mais de quarenta anos de existência.

Assim, Gilberto de Moraes dedicou-se um projeto gráfico e a uma proposta visual hipotética, para que pudéssemos apresentar o projeto na instituição, prospectando seu visual futuro. A seguir, vemos três imagens que registram esse estágio inicial de planejamento, prospecção e proposição: a) logo do projeto, b) estrutura da capa e da lombada e c) *mockup* da coleção em seu formato final.





Figura 3 – Fases de planejamento da Coleção Textos Introdutórios UFSM

Os livros foram planejados no formato 11×17cm, com limite de 156 páginas. A impressão da capa seria feita em 4 cores de seleção, no papel Cartão Supremo Alta Alvura 250 g/m², com acabamento plástico fosco, e o miolo seria impresso em tons de cinza, no papel Pólen Soft 90 g/m². A tiragem inicial de cada volume da coleção seria de trezentas unidades, tiragem atualmente praticada em nossa editora. Porém, levando-se em conta que seriam oito títulos, o total somaria 2.400 exemplares.

Com o projeto lançado e comunicado à comunidade, entre professores, diretores e coordenadores de curso, e com a recepção positiva a ele, dedicamo-nos à composição do edital de lançamento da iniciativa. Este foi publicado pela Prograd e contou com revisão de nossa parte, sobretudo porque seus prazos e cronogramas impactariam diretamente a produção e o fluxo de trabalho da editora.

Assim, chegamos a alguns critérios para a execução da chamada pública e o recebimento de propostas. Por exemplo, para inscrição, em duas fases, definimos que seus autores – preferencialmente um ou excepcionalmente dois – deveriam ter vínculo ativo como docente da UFSM e estar vinculados a um departamento da área pretendida pela publicação, além de ministrarem ou já terem ministrado a disciplina que originaria o livro. Esse cuidado objetivou inicialmente comunicar que se tratava de um projeto local,

visando valorizar e engajar professores da instituição. Além disso, pretendeu evitar que tivéssemos um número muito grande de submissões caso recebêssemos, ao mesmo tempo, um número muito grande de propostas externas – vale mencionar que todas as demais submissões à nossa editora são de fluxo contínuo e abertas também a professores e autores de outras instituições, como atesta o nosso *Guia do Autor*.

Na primeira fase de submissão, que foi de 6 de setembro a 5 de outubro de 2022, os autores deveriam enviar ao *e-mail* “textos.introdutorios@ufsm.br” a sua Proposta de Livro, conforme modelo disponibilizado na chamada pública. Nesta, os autores explicitariam o título do livro, o escopo, a sua relação com a disciplina que originou a proposta e os seus dados de contato. Após a avaliação das propostas, feita entre 6 e 10 de outubro de 2022, a comissão avaliadora da Coleção Textos Introdutórios UFSM informou aos autores, três de cada área, que sua proposta foi selecionada para a fase seguinte.

Na segunda fase, que foi de 11 de outubro a 12 de novembro de 2022, os autores enviaram os originais, a Ficha de Informações sobre Autor e a Declaração de Ineditismo da Obra também ao *e-mail* “textos.introdutorios@ufsm.br”. Nessa etapa, solicitamos que os originais fossem ser redigidos e estruturados em editor de texto com extensão “.doc” ou “.docx”, fonte Times New Roman, corpo 12, entrelinha 1,5, folha em formato A4, paginados, e tivessem entre 60 e 90 páginas. Caso o original excedesse este número, deveria ser explicitado o motivo e apresentada a justificativa para tal quantidade. Em relação a ilustrações, figuras e outros componentes gráficos (quadros, tabelas), aconselhamos que fosse utilizado apenas o estritamente necessário.

Assim, os originais que estivessem em conformidade com as normas de publicação do *Guia do Autor* da Editora UFSM seriam encaminhados para análise. Para que o processo de avaliação tivesse sequência e critérios de transparência, também informamos, na chamada aberta, quais seriam os itens levados em conta na avaliação dos originais:

- Ineditismo da obra: os materiais não devem ter sido publicados ou estar sendo avaliados em outra editora;
- Adequação dos originais às normas previstas no item 3.5 da chamada;

- Aderência a uma das áreas seguintes: Ciências Rurais, Ciências Sociais e Humanas, Artes e Letras, Ciências da Saúde, Ciências Naturais e Exatas, Ciências Tecnológicas, Educação e Ciências Interdisciplinares;
- Atualidade, abrangência e adequação do tema aos propósitos da pesquisa e do ensino universitários;
- Interesse social e potencial de contribuição social;
- Adequação aos objetivos da Prograd/UFSM;
- Linguagem clara e objetiva, visando sobretudo à compreensão do tema abordado.

Os originais submetidos foram, então, pré-selecionados pela Prograd e Editora UFSM e, em seguida, enviados à apreciação do Conselho Editorial, trabalho que contou com a dedicação da servidora Marta Gasparetto e com o empenho dos integrantes do Conselho, uma vez que muitos tiveram de fazer suas avaliações e emitir seus pareceres entre dezembro de 2022 e fevereiro de 2023.

O encaminhamento dos originais aos conselheiros editoriais e conselheiros *ad hoc* foi árduo e intenso, sobretudo devido aos prazos reduzidos para avaliação, levando-se em conta a data planejada para o lançamento (maio de 2023) e os trabalhos ainda necessários de preparação, diagramação, revisão e impressão dos exemplares. Assim, nossa secretaria contactou os pareceristas por telefone, e-mail e mensagens via aplicativo WhatsApp, explicando-lhes a importância da coleção para a instituição e também para a editora. Como resultado desse trabalho mais pessoal e personalizado, o comprometimento e a responsabilidade se fizeram presentes entre todos os avaliadores.

Sendo aprovados pelo Conselho, os textos foram encaminhados a pareceristas *ad hoc*, seguindo os procedimentos do *Guia do Autor* da Editora UFSM. Foi então que a próxima etapa do processo editorial teve início, com os seguintes títulos sendo escolhidos para a abrir a coleção: *Gerontologia: o envelhecimento humano em 10 pontos*, de Marco Aurélio de Figueiredo Acosta; *Leitura em língua inglesa*, de Patrícia Marcuzzo; *Criação publicitária*, de Juliana Petermann; *Pedagogias da dança*, de Neila Baldi; *Sistemática e taxonomia vegetal*, de Guilherme Bordignon Ceolin; *Matemática computacional com*

Python, de Tiago M. Buriol; *Equilíbrio químico: uma abordagem aplicada*, de Cláudia S. Barin e Martha B. Adaime; e *Organização curricular*, de Débora Ortiz de Leão.

Definidos os títulos a serem editados, passamos à preparação dos originais. Nessa etapa, a equipe de revisores estabeleceu, primeiramente, uma série de critérios e padrões específicos para a edição dos textos, uma vez que o *Manual de Estilo* da Editora da UFSM prevê regras de uniformização para os livros da editora como um todo, e a coleção possui especificidades que demandam um trabalho particular sobre o texto. Como o projeto gráfico da coleção se propõe mais limpo e sintético, dado o tamanho menor dos livros, optamos, por exemplo, pela inicial em caixa baixa na chamada de figuras, quadros, tabelas etc. ao longo do texto, diferentemente do padrão acadêmico mais usual.

Além disso, quando as figuras, tabelas, diagramas ou outras ilustrações tivessem sido elaboradas pelo próprio autor do texto, preferimos não mencionar a fonte (“Elaborado pelo autor”) logo após o elemento visual, também em conformidade com a opção por concisão e leveza do projeto gráfico. Ainda, no que se refere ao texto de orelha da capa, que contém a minibiografia do autor, pensamos em um texto menos acadêmico que o costumeiro resumo do currículo Lattes. A proposta agora era voltar-se mais para a trajetória do docente na UFSM, as disciplinas ministradas ao longo dos anos, os projetos que o autor coordena ou de que participa, enfim, iniciativas estreitamente relacionadas ao assunto do livro. Essa estratégia visou apresentar o autor do Texto Introdutório não só para o público acadêmico, mas também para possíveis leitores de fora da universidade, que não estejam tão familiarizados com as nomenclaturas acadêmicas, tais como áreas e grupos de pesquisa, instituições de formação, entre outras classificações.

A seguir, na revisão de cada um dos livros, após o texto diagramado, tomamos o cuidado de atribuir essa tarefa a um profissional diferente daquele que fizera a preparação, de modo a possibilitar diferentes leituras sobre o texto e a garantir o máximo rigor textual possível. Nessa etapa, a colaboração das bolsistas do Setor de Revisão da Editora UFSM foi fundamental, nomeadamente das alunas do curso de Letras Ana Carolina Leal Buzzetto e Thaine Sell. Igualmente, o diálogo com os autores, estabelecido tanto na etapa de preparação quanto na de revisão, foi importante para o esclarecimento de dúvidas, o reconhecimento das variações de linguagem entre as diferentes áreas, respeitando-as, bem

como o acerto de divergências pontuais. Dessa forma, as intervenções buscaram aperfeiçoar os textos, dar-lhes certa uniformidade e identidade, considerando o escopo da coleção, e prepará-los para ganhar vida pública e circular entre os leitores.

O lançamento dos primeiros quatro títulos ocorreu no dia 4 de maio de 2023, durante a 50ª Feira do Livro de Santa Maria (Figura 4). A cerimônia de lançamento contou com um público significativo, que aproveitou a oportunidade para conversar com os autores e pegar um autógrafa no seu exemplar. Segundo a vendedora Cárin Zuchetto, que trabalhou no estande da Editora e Livraria UFSM, a recepção do público foi muito boa, o que se refletiu em um volume expressivo de vendas.



Figura 4 – Mosaico de fotos do lançamento de Textos Introdutórios UFSM

No caso do livro *Gerontologia* (Figura 5), o título ficou entre os dez mais vendidos da feira, e tanto ele quanto *Criação publicitária* e *Leitura em língua inglesa* já estão indo para uma segunda impressão. A publicação dos outros quatro títulos, completando o primeiro ciclo da coleção (Figura 6), está prevista para setembro de 2023, durante o evento *Editoração em Debate*, promovido anualmente pela Editora.



Figura 5 – Destaque do primeiro número da Coleção Textos Introdutórios UFSM



Figura 6 – Mosaico com as capas do primeiro ciclo de Textos Introdutórios UFSM

A recepção mais do que positiva à coleção se justifica por vários fatores. Primeiro, devido ao fato de a coleção se caracterizar por livros pequenos e práticos, de modo a caberem em qualquer lugar e serem facilmente manejados. Além disso, seu preço é acessível. O preço de capa ficou em R\$ 40,00, sendo R\$ 32,00 o preço promocional praticado no lançamento e em feiras (20% de desconto). Assim, o consumidor poderia comprar três diferentes livros por menos de R\$ 100,00, o que, em nossa atual economia, significa um ganho interessante.

Além disso, o fato de sua autoria ser assinada por professores da UFSM valoriza o trabalho de docentes experientes e reconhecidos por seu ensino e pesquisa na instituição, além de engajar familiares, colegas e alunos, o que pôde ser observado na ocasião do lançamento dos primeiros quatro títulos, que contou com grande número de presentes.

Enquanto futuras ações, estamos prospectando o lançamento da segunda chamada de Textos Introdutórios (Ciclo 2024) para setembro de 2023, no mesmo evento em que lançaremos o ciclo completo. Outra estratégia adotada é a preparação de um fôlder com as principais informações sobre a chamada, a proposta e a coleção de um modo geral. Além disso, negociamos junto à reitoria um *outdoor* de divulgação para o segundo semestre deste ano. Por fim, estamos estudando formas de apresentar a coleção em livrarias e outros espaços, como revelam os estudos a seguir (Figura 7).





b)

Figura 7 – Outdoor (a) e mockup (b) de futura exposição dos livros em livrarias

Conforme o planejamento geral da nossa editora para cada ano, as sessões de lançamento de livros são realizadas em dois importantes eventos: a Feira do Livro de Santa Maria e a de Porto Alegre. Para o lançamento em maio de 2023, na 50ª Feira do Livro de Santa Maria, foi possível lançarmos os quatro primeiros títulos da coleção. Por ser tratar de um projeto com autores da própria instituição, programamos também um lançamento interno à UFSM, para o início de setembro, quando teremos os oito títulos finalizados e também a versão eletrônica de todos eles disponível para venda em nosso *site*. A apresentação do primeiro ciclo da coleção culminará com o lançamento na Feira de Porto Alegre deste ano.

Enquanto reflexão atual, reforçamos aqui a necessidade de um planejamento cuidadoso e do cumprimento do cronograma por parte de todos os envolvidos no processo (Figura 8). Mesmo assim, nosso cronograma inicial passou por ajustes e continua sendo motivo de debates, reflexões e alterações, a partir da experiência que tivemos com o primeiro ciclo da coleção. Embora o cronograma seja importante, tais ajustes são essenciais, a fim de mantermos um ritmo de trabalho condizente com a capacidade da nossa equipe.



Figura 8 – Cronograma de implementação da Coleção Textos Introdutórios UFSM

Considerações finais

De modo geral, em termos comunicacionais, temos notado uma grande receptividade da comunidade, sobretudo pelo interesse que muitos professores já vêm manifestando em publicar o seu livro futuramente. Desde que foi lançado a primeira Chamada Pública, recebemos muitos questionamentos, através das redes sociais, na nossa livraria ou até mesmo nos eventos dos quais estávamos participando. As pessoas nos procuravam para saber mais informações sobre o novo projeto, na expectativa de publicar o seu Texto Introdutório também.

Além disso, o fato de nos dedicarmos a um projeto dessa magnitude aproximou a equipe ao redor de uma meta comum, demonstrando o nosso potencial de inovação, prospecção e comunicação, de modo a fortalecer a marca da editora e alcançar novos públicos leitores. Assim, a Coleção Textos Introdutórios UFSM tem resultado num dos projetos mais instigantes da nossa editora, com perspectivas de novos títulos chegando e com a compreensão da comunidade de professores e alunos da instituição de que a Editora da UFSM está de portas abertas para novos projetos e ações.

Referências

ACOSTA, Marco Aurelio de Figueiredo. **Gerontologia**: o envelhecimento humano em 10 pontos. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2023. (Coleção Textos Introdutórios UFSM).

BALDI, Neila. **Pedagogias da dança**. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2023. (Coleção Textos Introdutórios UFSM).

BARIN, Cláudia Smaniotto; ADAIME, Martha Bohrer. **Equilíbrio químico**: uma abordagem aplicada. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2023. (Coleção Textos Introdutórios UFSM).

BURIOL, Tiago M. **Matemática computacional com Python**. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2023. (Coleção Textos Introdutórios UFSM).

CEOLIN, Guilherme Bordignon. **Sistemática e taxonomia vegetal**. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2023. (Coleção Textos Introdutórios UFSM).

CORONEL, Daniel Arruda *et al.* (org.). **Guia do autor**. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2014.

LEÃO, Débora Ortiz de. **Organização curricular**. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2023. (Coleção Textos Introdutórios UFSM).

MARCUZZO, Patrícia. **Leitura em língua inglesa**. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2023. (Coleção Textos Introdutórios UFSM).

PETERMANN, Juliana. **Criação publicitária**. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2023. (Coleção Textos Introdutórios UFSM).

A Agenda da Editora UFSM como estratégia de comunicação e marketing¹

Tagiane MAI²

Denise Garcia BORTOLOTTI³

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



UM MÊS DE REFLEXÃO, INOVAÇÃO E LEITURA

Agenda do Mês - OUTUBRO 2022

- LANÇAMENTO DO ANUÁRIO IDENTIDADE VISUAL DA LINGUAGEM UNIVERSITÁRIA (LIVRO)**
- TRAVESSIA DE LEMOS NA SÉRIE DE POESIAS DE BASTIANIA (LIVRO)**
- PARTECIPAÇÃO NA 4ª SEMANA DA LINGUAGEM DA PÁTRIA (EVENTO)**
- SENA DA GRIFFA UFSM NAS UNIDADES DE ENSINO, DAS 16h às 18h (EVENTO)**
- CLUBE DE LECTURA NA LINGUAGEM UFSM, às 17h (EVENTO)**

Mês das CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS

PROMOÇÃO ESPECIAL

Descontos de até 40% em livros de Ciências Sociais e Humanas selecionados. Valor mínimo de R\$ 20,00 por livro.

PODCAST INEDITADOS

Programa de Edição UFSM para Rádio UFSM 97.9 FM, às segundas-feiras, 18h.

INEDITADOS

SEMANAL DE ENTREVISTAS

REVOLUÇÃO E DIREITO DE DEFESA EM FENÔMENOS DE CONTEMPORANEIDADE

DOCÊNCIA E FILOSOFIA

RECOS MALANDROS

Historia do Banditismo no Brasil

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



| CALENDÁRIO EDITORA UFSM 2023 | | |
|-------------------------------------|--|----------------------------|
| ABRIL | | Ciências Naturais e Exatas |
| MAIO | | Ciências Tecnológicas |
| JUNHO | | Educação |
| JULHO | | Interdisciplinar |
| SETEMBRO | | Ciências Rurais |
| OUTUBRO | | Ciências Sociais e Humanas |
| NOVEMBRO | | Artes e Letras |
| DEZEMBRO | | Ciências da Saúde |

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

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

**OUTUBRO É O MÊS DAS...
CIÊNCIAS SOCIAIS
E HUMANAS**

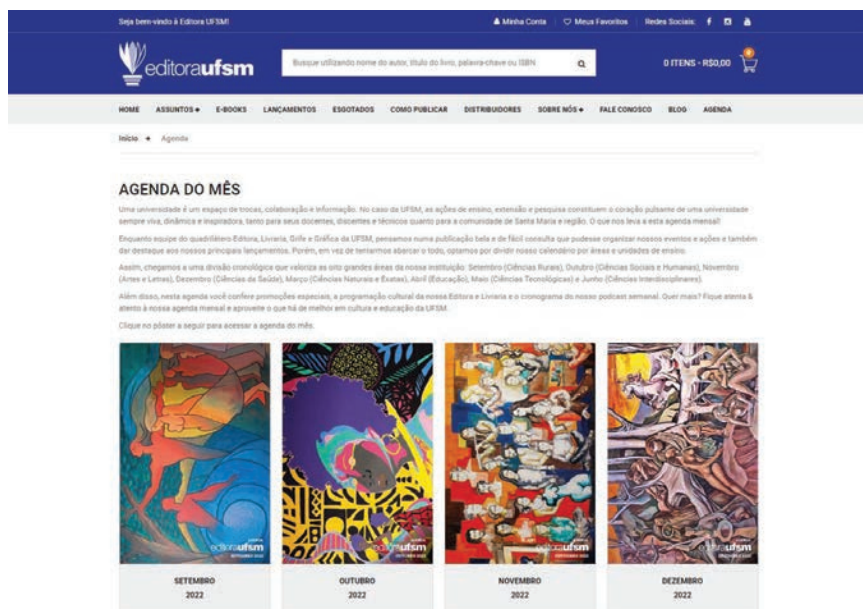
No site editoraufsm.com.br tem frete grátis para a área!
Indo na **Livraria UFSM** você garante:
40% de desconto nos livros da área publicados pela Editora UFSM.
20% de desconto nos livros da área publicados por outras editoras.
Brinde da Grife UFSM nas compras acima de 300 reais.



editoraufsm

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)



SALDOS
EDITORA
UFSM

Títulos
selecionados
por

R\$10,00

Os livros selecionados nesta seção de saldos estão no final do estoque, podendo apresentar pequenos defeitos meramente estéticos, devido ao tempo de armazenamento e transporte para eventos, como páginas amareladas ou manchas. Não possuem raras e estão em perfisidade de leitura. A promoção é válida para o mês de junho, enquanto durar o estoque. Os livros podem ser adquiridos na sede da Livraria da UFSM ou solicitados através do e-mail editora@ufsm.br.

IMIGRAÇÃO E EDUCAÇÃO NO BRASIL: DIFERENÇAS ENTRE AS ESCOLAS ENCLAVADAS
Denise Angeli Lechner
Lucio Kroll

TENDÊNCIAS CONTEMPORÂNEAS DE INCLUSÃO
Denise Nequeira Pinheiro

APOIO ESTUDANTIL: REFLEXÕES SOBRE O INGRESSO PÓS-GRADUADO NO ENSINO SUPERIOR
Gilson Gonçalves Rodrigues,
Luciano Luciano Pinheiro,
Renato de Moraes Donizetti,
e Emerson Tomazetti Mello

SER ALUNA E SER PROFESSORA: UM OLHAR PARA OS CICLOS DE VIDA FORMAL E PROFSSIONAL
Helaine Tereza Assmann

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.

Seminários anuais como alternativa para formação de autores e lançamentos de livros: o caso da Editora IFRN¹

Gabriela Dalila Bezerra RAULINO²
Rodrigo Luiz Silva PESSOA³
Michelle Pinheiro Carvalho de ASSIS⁴
Vanessa Paula Trigueiro MOURA⁵
Maria Clara Bezerra de ARAÚJO⁶

Instituto Federal do Rio Grande do Norte, Natal/RN

Resumo

Entre 2017 e 2019, a Editora IFRN promoveu eventos de lançamento coletivos para marcar a publicação de suas obras, com solenidades, sessões de autógrafos etc. Em seguida, em 2021 e 2022, surgiu a iniciativa de criar o Seminário da Editora para atender à modalidade de lançamento dos livros eletrônicos, inicialmente como uma necessidade imposta pelo período de distanciamento social. O evento tem oportunizado à Editora IFRN debater e se antecipar em questões importantes para qualificar as produções e facilitar o fluxo editorial, tendo um caráter mais formativo. Apesar dos desafios e demandas de melhoria já apresentados, o evento vem se apresentando como importante

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

² Doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ), Mestre em Estudos da Mídia (UFRN), Jornalista (UFRN). Atua como docente do curso Superior de Tecnologia em Produção Cultural (IFRN), com experiências como coordenadora da Editora IFRN e assessora da marketing da Editora UFMG. e-mail: gabriela.raulino@ifrn.edu.br.

³ Licenciado em Letras – Língua Portuguesa (UFRN) Mestre em Estudos da Linguagem (UFRN). Revisor de textos e coordenador na Editora IFRN. Tem experiência em editoração de livros e preparação de textos, com interesse em estudos sobre linguagem e edição de livros. E-mail: rodrigo.pessoa@ifrn.edu.br.

⁴ Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Potiguar (2002). Especialização em Artes Visuais Cultura e Criação (2010) Atualmente é programadora visual do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação Visual. Suas áreas de interesse são o Designer Institucional e os processos de Educomunicação. E-mail: michelle.pinheiro@ifrn.edu.br

⁵ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN), campus Natal - Cidade Alta, no curso de Multimídia. Realizou cooperação técnica na Editora IFRN, vinculada a Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação do IFRN como assessora de divulgação científica (2021-2022). E-mail: vanessa.trigueiro@ifrn.edu.br.

⁶ Mestre em Estudos da Mídia pela UFRN (2016). Especialista em Planejamento Estratégico em Comunicação pela Universidade Potiguar (2012). Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - pela Universidade Potiguar (2010) e em Letras - Língua Portuguesa e Literaturas - pela UFRN (2011). Publicitária no IFRN desde 2011, hoje ocupando a função de Assessora de Comunicação Social e Eventos da Reitoria (desde 2016). E-mail: clara.bezerra@ifrn.edu.br.

espaço de construção junto à comunidade, com potencial de se tornar uma referência no calendário de eventos institucionais.

Palavras-chave: lançamento de livros; formação de autores; editora universitária; comunicação.

1. INTRODUÇÃO

A Editora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) integra o conjunto de ações da Pró-Reitora de Pesquisa e Inovação (PROPI) para difusão da produção técnico-científica institucional, juntamente com outras iniciativas, como a realização de eventos técnico-científicos e o gerenciamento de periódicos especializados. No âmbito das suas atribuições, a Coordenação da Editora IFRN vem promovendo, ao longo dos anos, uma série de iniciativas como: eventos de lançamento de livros, formações na área de popularização da ciência, capacitação para editores de periódicos científicos e, mais recentemente, o Seminário da Editora IFRN.

O objetivo deste trabalho é descrever e relatar a experiência com o “Seminário da Editora IFRN”, o qual conta atualmente com duas edições, realizadas em 2021 e 2022. O evento é anual e foi criado para solucionar uma demanda de realização de lançamentos de livros no formato online, para promover formação de autores e para fomentar o diálogo da comunidade com a Editora. A partilha dessa experiência se justifica como um meio para problematizar, especialmente, o tema do caráter formativo como uma das atribuições das editoras acadêmicas e universitárias, abrindo espaços para troca de experiências e reflexões.

O presente relato de experiência tem um caráter descritivo, produzido a partir de observações não sistemáticas, de notas e documentos produzidos à época do planejamento do evento, bem como de consulta às gravações da transmissão ao vivo. As reflexões tecidas sobre a referida prática, por sua vez, se direcionam ao foco do papel "formativo" das editoras universitárias e dialogam com estudos e referenciais teóricos que abordam a temática mais ampla das atribuições constituintes destas editoras.

No presente texto, apresentaremos tais reflexões, seguidas do relato sobre o desenvolvimento dos seminários da editora IFRN, dos principais resultados alcançados, bem como os desafios encontrados na realização das duas primeiras edições do evento.

2. EDITORAS UNIVERSITÁRIAS: PERCURSOS E ATRIBUIÇÕES

O termo “editora universitária” é uma denominação geral que se refere as editoras vinculadas a instituições de ensino superior (IES), incluindo faculdades, centros universitários e, mais recentemente, institutos de pesquisa. São organizações que editam, principalmente, livros técnico-científicos de todas as áreas de conhecimento (GIANOTTI; MAGADAN, 2018).

As primeiras editoras universitárias brasileiras surgiram no fim dos anos 1950, crescendo em número e em profissionalização, sobretudo, nos últimos 20 anos. O relativo atraso nessa produção acadêmica e da consequente sistematização da sua disseminação reflete o atraso também na implementação das universidades no Brasil, que chegaram apenas no século XX - enquanto nos demais países da América do Sul, esse fenômeno ocorreu no final do século XVII (ROSA *et al.*, 2012).

Tais editoras, no entanto, não surgiram já com uma identidade de editora universitária, com política editorial e perfil de atuação bem definidos. Muitas nasceram junto às imprensas universitárias, vinculando-se apenas a atividades gráfico-industriais. Outras já nasceram como editoras, mas sem critérios claros para planejamento e seleção de obras pautas no mérito. Em outras palavras, há um processo subjacente - que se estende para muito além da data de criação - para constituir uma "editora universitária" no sentido estrito do termo, o que é diferente de ser apenas uma "editora dentro de uma universidade" (ROSA *et al.*, 2012; ABREU, 2019).

Nos seus primórdios, talvez se estendendo essa percepção até fins do século XX, pode-se dizer que as editoras universitárias eram geralmente vistas mais como prestadoras de serviço, agentes instrumentais e passivos à espera de obras para

serem editadas, do que como participantes ativas e indissolivelmente ligadas à vocação educacional das universidades (ABREU, 2019, p. 165).

Rosa *et al.* (2012) consideram que o início da consolidação das editoras universitárias remonta aos anos de 1980, culminando com a criação, em 1987, da Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU). Um ponto destacado pelos autores para essa consolidação teria sido o maior cuidado com a seleção das obras. "A adoção de conselhos editoriais contribuiu, sobremaneira, para que de fato essas editoras cumprissem com seu papel – e primassem pela qualidade e profissionalização das atividades editoriais" (p. 154-155).

Tal processo de consolidação remete, principalmente, a esse movimento no qual as editoras deixam de apenas cumprir papel complementar de "transmitir" o conhecimento produzido pela universidade para estabelecerem relações com a atividade fundamental da universidade. "O papel e o sentido acadêmico dessas editoras foi se modificando ao longo desses anos, de prestadoras de serviços a participantes ativas e integradas ao projeto institucional de formação, produção e divulgação científica das universidades a que pertencem" (ABREU, 2019, p.165).

Pode parecer óbvio mencionar que a função social e cultural de uma da editora acadêmica está diretamente ligada à função social e cultural da instituição de ensino ao qual está vinculada. No entanto, considerando-se a história e as particularidades de atuação de cada editora, não há consenso em torno de atribuições "universais" para uma editora universitária. "Restam ainda muito mais dúvidas do que certezas acerca destes novos e variados papéis a serem desempenhados pelas editoras e editores universitários e suas estreitas relações com as universidades de que fazem parte e seus projetos político-pedagógicos" (ABREU, 2019, p. 168).

2.1 O DILEMA EM TORNO DO PAPEL DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS

De modo geral, parece haver um consenso em torno da ideia de que a cabe às editoras universitárias uma posição de destaque na socialização do conhecimento e na difusão da produção científica. No geral, fazem isso por meio da publicação de textos de

qualidade, avaliados por pares e de autoria de pesquisadores com filiações institucionais diversas. As publicações das editoras universitárias costumam ser são oriundas de três frentes: de pesquisas desenvolvidas nas próprias ao quais as editoras são vinculadas; de produções de autores externos às instituições, mas que tem um conhecimento de relevância; e traduções de autores estrangeiros.

Se a missão legítima da atividade acadêmica é tornar os novos conhecimentos e o pensamento acadêmico acessíveis a um público cada vez mais amplo, publicar passa a ser uma parte essencial dessa atividade. Nesse contexto, as editoras universitárias assumem posição de destaque no processo de socialização do conhecimento e da cultura, fazendo usos das diferentes tecnologias disponíveis – seja no suporte impresso ou eletrônico (ROSA, 2013, p. 156).

Maria das Graças Monteiro Castro (2012) reforça que o livro e a revista científica, primeiramente impressos e atualmente digital, foram os suportes fundamentais para a difusão do conhecimento científico. Desse modo, a história do livro – e do movimento da atividade editorial e livreira – estaria intimamente ligada ao surgimento da universidade. "Assim sendo, o ato de editar, no universo acadêmico, passou a se constituir, definitivamente, como uma atividade formadora, cultural e educativa" (p. 43).

Na perspectiva da autora, uma vez comprometida com os pressupostos básicos do tripe acadêmico de ensino, pesquisa e extensão, a editoração também desenvolve um projeto intelectual de preservação do pensamento humano. Para isso acontecer, no entanto, as editoras universitárias precisam desempenhar um "papel mais ativo e integrado às universidades e seu projeto político, de formação e produção acadêmica" (ABREU, 2019, p. 167).

Nesse contexto, Paulo Franchetti (2020) defende que as Editoras universitárias devem responder às necessidades universitárias no que diz respeito à seleção, produção e difusão de obras relevantes para o avanço do ensino e da pesquisa no Brasil. Para o autor, isso se expressa a partir do que considera ser as mais importantes funções sociais das editoras universitárias. A primeira é a publicação de textos essenciais para o desenvolvimento das áreas de atuação da universidade, mesmo que não sejam rentáveis comercialmente. A segunda função seria a de "filtro", no sentido do peso da chancela que

é dada a uma obra pelo conselho editorial formado por representantes respeitados de todas as áreas. A terceira função seria publicar a tradução de bibliografia estrangeira – especialmente as de pouco interesse comercial - necessária para abastecer cursos de graduação e de pós-graduação, bem como para a formação da cultura literária ou científica. Por fim, a outra função social das editoras universitárias, ligada não mais à produção, seria a distribuição do livro acadêmico.

Sobre a função da editora universitária de cancelar a obra por meio do conselho editorial, Franchetti (2020) chama atenção para a importância de se ter uma seleção rigorosa das produções locais como forma de estimular os docentes e pesquisadores, com base nos pareceres *ad hoc* e nas decisões do conselho, a atingirem patamares elevados de exigência nas suas publicações. O autor argumenta que a publicação de trabalhos locais que não seriam aceitos em outras editoras de critérios mais elevados se configura como o caminho para que a editora universitária perca uma das funções principais, que é a de "declaração de qualidade" da obra.

É fato que a publicação de produções locais é importante, considerando, inclusive, que a "atividade editorial universitária é uma das principais formas de as IES se relacionarem com a sociedade em geral e reflete a qualidade e o nível da pesquisa acadêmica e de produção de conhecimento" (ROSA *et al.*, 2012, p.155). As reflexões em torno da qualidade desse material, no entanto, de fato, se fazem estritamente necessárias.

A experiência empírica vem mostrando que os pesquisadores das universidades, muitas vezes, não têm essa compreensão sobre a importância da atuação criteriosa na seleção das obras, o que se revela em cobranças recorrentes como: solicitações para colocar o selo da editora em obras "já prontas"; demandas para publicação de dissertações ou teses sem as devidas adequações para transformar a pesquisa em um livro; e críticas aos editais que contemplam vagas para obras escritas por pessoas externas à instituição - sob argumento de que a editora deveria servir apenas para dar vazão às publicações dos autores da instituição ao qual se vincula.

Todos os aspectos acima mencionados revelam uma atribuição implícita das editoras universitárias: a promoção de iniciativas diretamente relacionadas à formação do público, no sentido de que compreendam, de fato, a função dessas editoras. De modo mais

amplo, tais iniciativas auxiliam na divulgação das editoras, mostrando a sua importância para a comunidade e, de modo mais específico, qualificando as propostas que são submetidas para publicação.

Tal atribuição de formação de autores nas editoras universitárias está presente nas pesquisas de Leilah Bufrem (2001 *apud* Abreu, 2019), junto a sugestões de outros papéis, tais como: publicar obras que atendam tanto às lacunas dos professores em sala de aula, quanto dos pesquisadores, atuando diretamente no fomento à produção do conhecimento, e no apoio ao ensino e à pesquisa.

Em um estudo que analisa a diversidade de interpretações em torno das atribuições das editoras universitárias brasileiras, Maria do Carmo Guedes e Maria Eliza Mazzilli Pereira (2000) também destacam os diferentes aspectos da educação presentes em uma editora universitária. Um deles, é o já mencionado aspecto "educativo" dos filtros estabelecidos pelas editoras:

[...] as Editoras Universitárias podem estar formando não só o leitor, mas também o autor, uma vez que a proximidade de acesso à publicação daquilo que produzem, a seleção rigorosa do material a ser publicado, o fato de contar com os especialistas das várias áreas, que apontam alterações necessárias para melhorar a qualidade do texto não só do ponto de vista acadêmico, mas também editorial, fazem das Editoras um filtro importante para o trabalho dos professores, um incentivo para que escrevam e para que escrevam melhor (GUEDES; PEREIRA, 2000, p.81).

No estudo, as autoras citam, ainda, diferentes ações educativas realizadas por editoras universitárias brasileiras, voltadas para leitor, autores e editores. São exemplos: espaço para publicações em pré-print para autores receberem contribuições; laboratórios editoriais; cursos na área de editoração de livros; e cursos e eventos voltados para editores de periódicos. Nesse contexto, à medida em que ampliam sua atuação vinculada à educação, e que "se afirmam como centros difusores do conhecimento produzido nas Universidades ou de material relevante para o ensino e o debate acadêmico", as editoras universitárias "têm contribuído para a própria afirmação institucional das Universidades" (GUEDES; PEREIRA, 2000, p.82)

2.2 A EDITORA IFRN

A Editora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN), criada em 2005, é a editora mais antiga da rede dos Institutos Federais, os quais possuem uma história bem mais recente de criação de editoras do que as universidades, por exemplo.

A Editora IFRN visa promover a publicação da produção de servidores e estudantes do Instituto, bem como da comunidade externa, nas várias áreas do saber, abrangendo edição, difusão e distribuição dos seus produtos editoriais. Todas as ações buscam consolidar a sua Política Editorial, aprovada em 2017, e que prioriza a qualidade de suas publicações.

Atualmente, são mais de 250 títulos publicados, contemplando todas as áreas de conhecimento, em cinco linhas editoriais, quais sejam: acadêmica, técnico-científica, de apoio didático-pedagógico, artístico-literária e cultural potiguar. Todas as produções emitidas pela Editora IFRN estão disponíveis para acesso gratuito no Repositório Institucional do Instituto, o Memoria.

Desde sua criação, a Coordenação da Editora IFRN (COEDI) integra o conjunto de ações da Pró-Reitora de Pesquisa e Inovação (PROPI) para difusão da produção técnico-científica institucional. Nesse sentido, além da atividade mais direcionada para a editoração de livros, a COEDI também atua com outras iniciativas, como a realização de eventos e outras atividades de divulgação técnico-científicos, o gerenciamento de periódicos especializados, entre outras atividades de divulgação e comunicação científica.

Ao articular-se à função social do IFRN, a Editora destaca seu compromisso com a formação humana integral, o exercício da cidadania, a produção e a socialização do conhecimento. Nesse sentido, e no âmbito das suas atribuições, a Coordenação da Editora IFRN vem promovendo ao longo dos anos uma série de iniciativas como: lançamentos presenciais, eventos itinerantes em escolas, formações na área de popularização da ciência, capacitação para editores de periódicos científicos e, mais recentemente, os seminários.

3. O SEMINÁRIO DA EDITORA IFRN: RELATO E REFLEXÕES

O Seminário da Editora IFRN é uma iniciativa que tem como objetivos ampliar a visibilidade da editora junto à comunidade acadêmica, lançar obras recém-publicadas no formato eletrônico, bem como dialogar sobre temáticas relacionadas à editoração de livros, atuando, assim, tanto na formação de leitores quanto de autores. A proposta foi pensada após um período de suspensão de atividades presenciais, no qual várias obras publicadas eletronicamente pela Editora IFRN foram disponibilizadas para acesso no repositório institucional, mas não houve eventos de lançamento correspondentes. Em diálogo com o setor de Comunicação Social e Eventos da Reitoria do IFRN, decidiu-se pela proposição de realizar um evento único de apresentação das obras, agrupadas por editais e/ou temas correspondentes, incluindo na programação conferências e mesas temáticas de interesse da comunidade.

Apesar dos ajustes que serão apresentados ao longo do relato, destaca-se que muitas decisões que guiaram a programação do primeiro seminário (2021) foram aplicadas também na segunda edição (2022), e seguem como princípio norteador das futuras edições anuais. A principal delas é a importância da escolha de temas para as conferências - tanto para mais abrangentes e mais reflexivos, quanto técnicos - que colaborem para qualificar a produção dos futuros autores que desejem publicar na Editora IFRN. Outro princípio é o de associar discussões temáticas aos lançamentos de livros. Assim, é possível agregar público em diferentes frentes (conferências e livros lançados), mas todos culminando no interesse maior: dar visibilidade ao livro, ao seu processo de editoração e à Editora IFRN.

A formação de autores vem sendo considerado um tema importante no âmbito da Editora IFRN vislumbrando-se que, se os autores têm mais capacitação, a sua produção, conseqüentemente, será mais qualificada. Nesse contexto, considera-se que a Coordenação da Editora do IFRN, na condição de braço da Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação da Instituição, tem importante papel em fomentar esse tipo de ação de capacitação, já que é o principal interessado em que os autores qualifiquem as suas publicações, com o objetivo de otimizar a divulgação do que é produzido dentro da instituição.

Tal papel formativo assumido pela Editora IFRN dialoga com a perspectiva mais ampla da editoração no universo acadêmico enquanto atividade formadora, cultural e educativa, no sentido já apresentado por Maria das Graças Castro (2012). Cumpre lembrar que outros autores como Leilah Bufrem (2001 *apud* ABREU 2019), Maria do Carmo Guedes e Maria Eliza Mazzilli Pereira (2000) também mencionam diretamente a formação do autor como uma atribuição da editora universitária.

Tal perspectiva vem tentando ser materializada em termos práticos. O I Seminário da Editora IFRN, realizado de 27 e 29 de setembro de 2021, contou com o lançamento de 19 livros, uma conferência e duas mesas redondas. O evento aconteceu via transmissão ao vivo no canal oficial de Youtube do IFRN. Os lançamentos contemplaram vários editais distintos, além de coedições com outras editoras. Devido ao grande volume de obras, foram apresentados apenas vídeos curtos mencionando os títulos e convidando o público a acompanhar as lives realizadas no Instagram da Editora IFRN com os autores, nos dias seguintes ao seminário. Desse modo, o seminário deu visibilidade aos vários títulos, enquanto as lives deram oportunidade aos leitores interessados de dialogarem com os autores e se aprofundarem no conteúdo das obras.

A dimensão formativa do evento, por sua vez, foi elaborada com base em questões que frequentemente chegam – pelos diferentes canais – para serem respondidas pela Editora IFRN. A ideia, portanto, foi "amplificar" essa resposta à toda a comunidade acadêmica e, de certo modo, se antecipar a dúvidas que são comuns aos autores. Diante disso, foram eleitas três questões para as mesas redondas, uma para cada dia de evento. A programação iniciou com a conferência “Como publicar na editora IFRN?”, proferida pela coordenadora da editora à época. Na ocasião, foram apresentadas as atribuições de uma editora acadêmica, o fluxo e as linhas editoriais da Editora IFRN, bem como mencionado os principais pontos do edital que estava aberto com chamada para publicações.

Na mesa intitulada “Formação de estudantes-autores na sala de aula”, que contou com duas autoras do Instituto que têm livros publicados pela Editora, foram relatadas experiências de autoras que publicaram livros oriundos de um dedicado trabalho com

estudantes em sala de aula, na intenção de incentivar outros autores com a referida iniciativa.

Por fim, a mesa “Como transformar minha pesquisa em livro?”, realizada com o pró-reitor de pesquisa e inovação do IFRN e com o editor de publicações da Editora, focou nos aspectos fundamentais que distinguem o produto final de uma pesquisa acadêmica de um livro. Esse é um tema sempre atual no âmbito da editora considerando que, mesmo os editais indicando os "ajustes formais" que precisam ser feitos para transformar uma pesquisa em livro, ainda é comum receber originais que não estão adequados.

Gianotti e Magdan (2018) chamam atenção para o cuidado que precisa ser tomado no processo de transformação de uma dissertação ou tese em livro. Os autores criticam o grande número de publicações de editoras universitárias que, em função das particularidades dos temas de que tratam (embora fruto de pesquisas sérias), não deveriam ter se convertido em livro. Na argumentação dos autores, as especificidades de muitas pesquisas acabam por restringir o número de leitores, demanda essa que pode ser atendida com a disponibilidade do arquivo na internet, sem justificar a editoração de um livro. Isso porque, de acordo com os autores, o que caracteriza um livro é o número potencial de leitores.

Um livro fechado, sem interação com o leitor, é apenas um objeto como outro qualquer – como uma cadeira, uma tesoura, um cachimbo, um tijolo – que não consegue cumprir papel de produzir imagens, imaginações, ideias, conhecimento. Então, uma obra para ser isso a que se propõe – ser livro – somente o será caso lida" (GIANOTTI; MAGADAN, 2018, P. 20).

A escolha dos temas do primeiro seminário foi, propositalmente, direcionada para mesclar questões mais abrangentes e questões técnicas. Um dos objetivos do debate foi estimular os autores a terem maior atenção às regras dos documentos normativos da editora – tanto para o aspecto do que pode ser publicado, quanto para aspectos de formatos, prazos e caminhos para submissão de originais.

O II Seminário da Editora IFRN, por sua vez, ocorreu nos dias 01 e 02 de setembro de 2022, já transmitido pelo recém-criado canal de Youtube da Editora IFRN. Nessa edição, foi atendida à demanda do público de que os participantes se inscrevessem e recebessem certificados para contabilizar carga horária. Outro ajuste foi a redução para

dois dias e apenas seis livros lançados, oriundos de um único edital. Isso permitiu que os lançamentos de livros fossem efetivamente incorporados na programação do evento, por meio de entrevistas ao vivo com os autores. Outras obras publicadas por outros editais no mesmo ano foram contempladas em outras ações específicas de lançamento fora do Seminário, como a entrevistas gravadas com os autores ou vídeos de animação sobre as obras, todos publicados no canal da Editora IFRN no Youtube.

Desta vez, as sessões formativas foram pensadas para dialogar mais diretamente com o tipo de obra que estava sendo lançada - nesse caso, todas obras eram oriundas de um edital de apoio aos programas de pós-graduação *stricto sensu* do IFRN. Também considerando a especificidade da temática, optou-se nessa edição por experimentar a receptividade com convidados externos. A primeira conferência, intitulada “O valor do livro na pós-graduação *stricto sensu*”, contou com um representante da Capes. Além de elucidar sobre os critérios utilizados por agências financiadoras como a Capes para qualificar o livro, também se debateu sobre até que ponto os critérios que estão postos atualmente são válidos e como eles afetam o livro, que às vezes podem deixar de lado aspectos de sua legibilidade em detrimento do cumprimento de critérios para atingir uma pontuação maior junto a órgãos de avaliação externos, por exemplo.

A segunda conferência, “O papel do organizador em coletâneas”, foi conduzida por um representante da editora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Sobre esse tema, Gianotti e Magdan (2018) criticam a profusão dos livros pluriautorais publicados pelas editoras universitárias. Caracterizam-se por uma reunião de um determinado número de pesquisadores de uma mesma área do conhecimento, cada um focando seu texto (que se torna o capítulo do livro) na área das especificidades dos seus estudos. "Ainda que possam ser individualmente bons trabalhos, o livro carecerá, por via de regra, de uniformidade e, certamente, de uma homogeneidade de estilo", alerta o autor (p. 44)

Em face do exposto, avalia-se que a realização dos Seminários da Editora, de modo geral, vem sendo considerada satisfatória em avaliação interna da equipe, tanto como alternativa para lançamento de livro quanto, e especialmente, pelo caráter formativo que o evento vem incluindo em sua programação. O Seminário da Editora foi criado para

se atender a esse objetivo e nota-se um retorno positivo dos participantes do evento em relação às temáticas, obtidos por meio de feedbacks informais. Não é possível mensurar, ainda, no entanto, se há relação direta de impacto dos temas abordados na produção dos autores. Uma ação a ser implementada nas próximas edições será a realizar avaliações sistemáticas com os participantes após cada edição.

No que se refere aos lançamentos de livro, os ajustes no formato foram muito eficazes para valorizar mais a participação dos autores, ainda que continua sendo um desafio contemplar todos eles e alinhar os temas dos livros às temáticas dos seminários. Mas, sem dúvidas, a composição de ações formativas e lançamentos em um único evento tem sido uma forma interessante de agregar valor e agradar ao público.

Por fim, registra-se que outros ajustes podem ser feitos em termos de formato e, especialmente, de divulgação do evento para ampliar o público participante e sensibilizar a comunidade acadêmica a respeito desse tema.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atuação de uma editora universitária deve estar diretamente relacionada, de modo ativo e integrado, ao projeto institucional de formação, produção e divulgação científica da instituição ao qual pertencem. Dentre as tantas possibilidades que fazem parte desta função social, destacamos neste artigo o papel formativo dessas editoras.

A formação de autores, por exemplo, é um tema importante para o trabalho de uma editora acadêmica, porque traz clareza não só sobre os caminhos para publicar mas também, e especialmente, sobre a importância e as estratégias para qualificar as produções, a fim de superar a noção de editora como mera replicadora de pesquisas da instituição.

O Seminário da Editora IFRN vem contribuindo – ainda que timidamente – para esse processo de aproximação e sensibilização dos atuais e futuros autores sobre a função de uma editora universitária e sobre o processo de produção de um livro.

A breve avaliação das edições já realizadas mostra o potencial da iniciativa, ao mesmo tempo em que revelam a importância de sistematizar e aprimorar os processos de avaliação e de divulgação do evento. Além, claro, de sinalizar que essa é uma iniciativa

pontual que não dá conta - mas que surge como um primeiro e inspirador movimento - da compromisso cada vez maior da Editora IFRN em contribuir com o projeto institucional do IFRN.

REFERÊNCIAS

ABREU, Luciano Aronne de Abreu. Formação e produção acadêmica: o papel das editoras universitárias. *Estudos Ibero-Americanos, Por to Alegre*, v. 45, n. 2, p. 163-173, maio-ago. 2019. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-864X.2019.2.32339>

CASTRO, Maria das Graças Monteiro. O livro como indicador de produção e produtividade acadêmica: a política de publicação das Editoras Universitárias Brasileiras. *Revista Verbo – Associação Brasileira de Editoras Universitárias*, set. 2013. Disponível em <https://abeu.org.br/documents/25/REVISTA_VERBO_Nº_09_-_ago_2013_-_Miolo.pdf>. Acesso em 09 de junho de 2023.

INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE. **Política editorial da Editora IFRN**. Natal, 2017. Disponível em https://portal.ifrn.edu.br/documents/684/POLITICA-EDITORIAL_EDITORA_IFRN_versao_-_FINAL_20_07_17_1.pdf. Acesso em 28 jun. 2023.

GIANOTTI, Carlos Alberto Gianotti; MAGADAN, Gabriel. Um livro: do autor ao leitor. São Paulo: ABEU, 2018

GUEDES, Maria do Carmo; PEREIRA, Maria Eliza Mazzilli. Editoras Universitárias – uma contribuição à indústria ou à artesanian cultural? *São Paulo em Perspectiva*, v. 14, n. 1, 2000.

FRANCHETTI, Paulo. **O papel social da editoras universitárias**. 2020. Texto lido em mesa-redonda no IV Encontro de Editores da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (ENEDIF). Disponível em: <<http://paulofranchetti.blogspot.com/2020/10/papel-social-das-editoras-universitarias.html>>. Acesso em 06 de junho de 2023.

ROSA, Flávia *et al.* A Presença das Editoras Universitárias nos Acervos dos Repositórios Institucionais. *Revista de Ciência da Informação e Documentação*, Ribeirão Preto, v. 4, n. 2, p. 152-164, jul./dez. 2013. Edição especial.

15 ANOS DA EDIÇÕES UERN: Experiências e expectativas¹

Francisco Fabiano de Freitas MENDES²

Jacimária Fonseca de MEDEIROS³

Emanuela Carla Medeiros de QUEIROS⁴

Sara Rutinéia Medeiros da SILVA⁵

Gabriela Mabel Alves VIEIRA⁶

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte-Uern, Mossoró, Rio Grande do Norte

RESUMO

Trata-se da apresentação da trajetória da Editora da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Edições Uern – Eduern. Atualmente uma diretoria administrativa ligada ao Gabinete da Reitoria, a Eduern teve seus primeiros momentos ligados às iniciativas da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, então voltada para a implantação e consolidação da pós-graduação na Uern. De 2003 a 2023, as mudanças ocorridas na Eduern, incluindo o marco institucional de sua efetiva criação, em 2008, mostram que o entendimento de sua implantação, solidificação e crescimento só pode ser acessado quando a própria Uern passa a ser compreendida como uma instituição que forjou suas expectativas na observância crítica de suas experiências. Eis a movente deste texto: apresentar a Editora Universitária Edições Uern – Eduern ao conjunto das editoras universitárias brasileiras, com o intuito de discutir suas potencialidades e desafios à luz de experiências similares de novas editoras que não estão nos centros acadêmicos do país.

PALAVRAS-CHAVE: Uern; Eduern; trajetória institucional; planejamento.

¹ Trabalho apresentado no 5º Seminário Brasileiro de Edição Universitária e Acadêmica & 35ª Reunião Anual da ABEU, Lavras-MG, 2023.

² Diretor da Editora Universitária da Uern – Eduern; Professora do Departamento de História – Campus Mossoró, e-mail: fabianomendes@uern.br.

³ Chefe do Setor Executivo da Editora Universitária da Uern – Eduern; Professora do Departamento de Geografia – Campus Pau dos Ferros, e-mail: jacimariamedeiros@uern.br.

⁴ Chefe do Setor de Editoração da Editora Universitária da Uern – Eduern; Professora do Departamento de Educação – Campus Mossoró, e-mail: emanuelamedeiros@uern.br.

⁵ Secretária da Editora Universitária da Uern – Eduern; e-mail: edicoes.uern@uern.br.

⁶ Bolsista estagiária; discente do departamento de Comunicação Social, e-mail: contatoamabel@gmail.com.

INTRODUÇÃO

Apresentar a Editora Universitária Edições Uern – Eduern ao conjunto das editoras universitárias brasileiras enfeixado na sigla da Associação Brasileira das Editoras Universitárias, ABEU, é, reconheça-se, em certa medida apresentar a própria Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – Uern aos seus pares, visto serem o Seminário Brasileiro de Edição Universitária e Acadêmica e a Reunião Anual da Abeu, em conjunto, o fórum por onde nossas IES são vistas a partir do universo da editoração acadêmica. A responsabilidade é, pois, dupla; ao mesmo tempo em que a busca pela visibilidade é, também, justa.

Objetiva-se com este texto registrar a trajetória da Eduern ao longo de 15 anos de efetiva implantação, mostrando os avanços e os desafios ainda a vencer; compartilhar as experiências de uma editora universitária sediada numa cidade interiorana do semiárido nordestino e discutir possibilidades de crescimento e avanços num cenário de afirmação. Com efeito, o texto também se encaixa na categoria de documento histórico, que registra, para além dos documentos oficiais que dão sustentação jurídica à existência da editora, o movimento mesmo do setor na busca pela excelência, pela visibilidade e pelo fortalecimento da instituição.

Para tais fins, a metodologia adotada no texto para esta apresentação combina a diacronia histórica com o levantamento de dados, a síntese estatística e ainda as hipóteses diante dos desafios, ou seja, “o campo de experiências e o horizonte de expectativas”, como bem definiu Heinhart Koselleck a dinâmica mesma das ações humanas e das instituições: “[...] é a tensão entre experiência e expectativa que, de uma forma sempre diferente, suscita novas soluções, fazendo surgir o tempo histórico.” (KOSELLECK, 2006, p. 313)

AS EXPERIÊNCIAS

A marca Edições Uern existe antes da editora propriamente dita, muito embora fosse uma marca estritamente simbólica que, de certo modo, funcionava como um aglutinador das tentativas de publicizar produções acadêmicas.

Entre 2003 e 2008, menos de uma dezena de títulos foi lançada sem maior atenção ao rigor editorial. Era um período de desbravamento que coincidia com o processo de implantação de programas de pós-graduação na instituição. Havia então apenas quinze anos que a Uern se estadualizara após 20 anos de sua fundação como instituição municipal. Assim, existia a necessidade de registro e circulação das primeiras produções acadêmicas oriundas da pós-graduação local e dos processos de qualificação docente. Pode-se dizer que essa fase é o período de desbravamento, romantismo ou mesmo voluntarismo.

Figura 1 – compilado de capas das primeiras obras publicadas em 2003



Fonte: elaborado pela equipe Eduem.

Em 2008, ainda sem constituir-se em editora, mas como Programa Editorial administrado pela Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, o selo Edições Uern foi criado e passou a ter uma editora-chefe, a professora Maria Cristina Rocha Barretto, do Departamento de Ciências Sociais e Política. O total de obras no período passa de duas dezenas e, se na primeira fase, imperavam obras reflexivas a partir de experiências, nesta fase inicial da editora propriamente dita, nota-se a consolidação da pesquisa acadêmica em obras que discutiam metodologias e o universo mesmo da pós-graduação. É nesse contexto que a editora nasce e passa a desenvolver uma política editorial com resolução

própria. É a fase da experiência acumulada que começa a desenhar seu horizonte pari passu com o desenvolvimento da própria Uern.

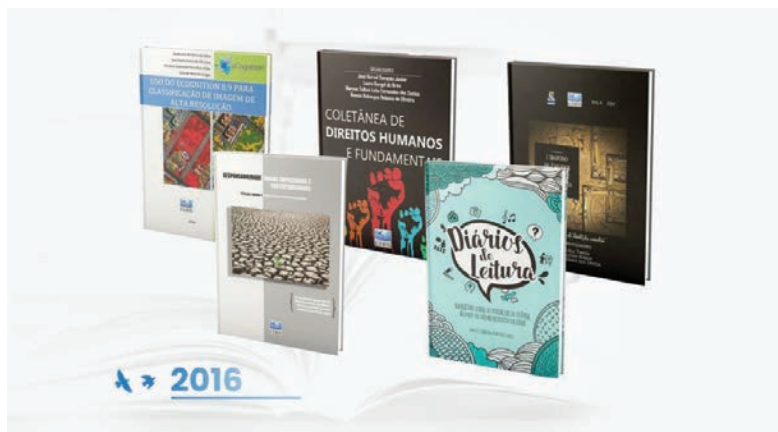
Figura 2 – compilado de capas de algumas obras publicadas entre 2008 e 2010



Fonte: elaborado pela equipe Eduem.

De 2010 a 2016, a professora Marcília Luzia Gomes da Costa Mendes, do Departamento de Comunicação Social esteve à frente da editora. Pela maior extensão temporal do período, o total de publicações ultrapassou uma centena de títulos, e pela maior aproximação com o universo da pesquisa e da pós-graduação, os tipos de publicação em destaque, de uma editora ainda pensada como um Programa Editorial submetido à Propeg, foram as coletâneas e os Anais digitais de eventos científicos com suporte em *compact disk*. É a fase da consolidação sem, contudo, a experiência ter se constituído horizonte.

Figura 3 – compilado de capas de algumas obras publicadas entre 2010 e 2016



Fonte: elaborado pela equipe Eduern.

Apenas em 2020, sob a chefia da professora Anairam de Medeiros e Silva, do Departamento de Ciências Biológicas, que ficou à frente da editora entre 2016 e 2021, a Eduern passa a ser institucionalizada como tal, ainda que alocada como um departamento administrativo do Sistema Integrado de Bibliotecas, e a ter a atual política editorial. As parcerias com os Programas de Pós-graduação ganharam outra dimensão, principalmente quando se leva em conta que em 2007 eram apenas três programas, passando para dezenove programas, em 2018. Também houve parcerias interinstitucionais, com destaque para o convênio firmado com Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Norte – Fapern – convênio que em 2023 ainda se encontra vigente e rendendo resultados. Foi também nesse período, mais especificamente em 2017, que a Eduern se associou à Abeu, concretizando a busca pela excelência e pela visibilidade no meio editorial das IES brasileiras. Em 2019, em parceria com a UFRN e o IFRN, a Eduern organizou o Encontro da Regional Nordeste da Abeu, que ocorreu em Natal. Essa é a fase do campo de experiências se concretizando em horizonte programático de expectativas.

Figura 4 – divulgação de lançamento de obras do convênio Fapern/Uern - 2020



Fonte: elaborado pela equipe Eduem.

Em 2022 a Eduern passa a ser uma Diretoria Administrativa ligada ao Gabinete da Reitoria. Desde 2021 sob a direção do professor Fabiano Mendes, do Departamento de História, do *Campus Mossoró*, a editora passou a ter departamentos (executivo e editoração). A manutenção e a ampliação do convênio Fapern/Uern; a participação nas reuniões e eventos promovidos pela ABEU; a ampliação do Conselho Editorial a partir de edital próprio; a certificação na Lei Câmara Cascudo de Incentivo à Cultura e a manutenção do fluxo anual de obras lançadas, são algumas das iniciativas da atual gestão para a consolidação e expansão da Eduern.

Figura 5 – compilado de capas obras publicadas em 2022

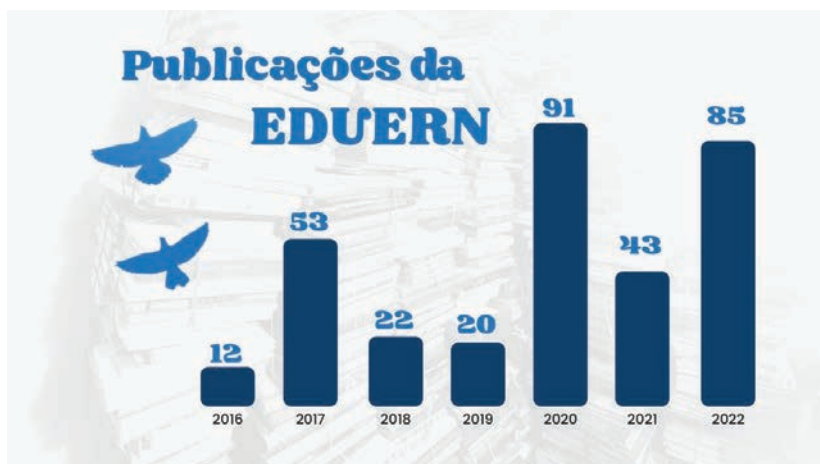


Fonte: elaborado pela equipe Eduem.

Tendo em vista que parte da trajetória de uma editora universitária possa ser apresentada pelo quantitativo de publicações, faz-se necessário traduzir em números o que se verifica como avanços na Eduern.

Em 2017 foram 53 publicações; 2018, 22; 2019,20; 2020,91; 2021,58; 2022, 85. De 2008 a 2016, a editora totalizou 103 publicações. Os nove primeiros anos de vida apresentam média de 11,44 publicações/ano; já os seis últimos anos trazem a média de 54,83 publicações/ano.

Gráfico 1 – evolução das obras publicadas entre 2016 e 2022



Fonte: elaborado pela equipe Eduern.

O crescimento expressado nos números acima, que somados a obras que não se encontram no catálogo ultrapassam os quinhentos títulos, deu-se por dois motivos: o primeiro é a correlação entre a institucionalização da editora concomitante à implantação da pós-graduação na Uern, o que impulsionou crescimento de grupos de pesquisa, laboratórios, projetos de iniciação científica. Em resumo, a cultura da pesquisa passava a dar resultados. O segundo motivo foi o soerguimento da Fundação de Amparo e Promoção da Ciência, Tecnologia e Inovação do RN – Fapern, que desde 2020 firmou

convênio com Uern que gerou nove editais de publicação de e-books com textos resultantes de pesquisa das instituições do estado do Rio Grande do Norte.

Outra ação da Eduern é a participação nas feiras de livro, ainda em âmbito local e nas ações de Extensão. Nessas oportunidades, a Eduern distribui livros a jovens enquanto incentiva conhecer os projetos da universidade. Em 2022 foram distribuídos 900 volumes das obras impressas.

Figura 6 – registros da ação “pegue, leve, leia”



Fonte: elaborado pela equipe Eduern.

AS EXPECTATIVAS

Nos últimos quinze anos, a Eduern compartilhou com a Uern o desafio da interiorização do ensino superior público, num processo que às vezes juntava consolidação, a partir dos avanços conseguidos, com afirmação, diante de cenários políticos adversos que tentavam pôr em xeque a existência mesma da instituição.

Pari passu com os movimentos que se adaptavam aos humores que atingiam a instituição como um todo, a Eduern viveu em tempo curto o que Leilah Bufrem (2009, p. 25-29) caracterizou como o processo de estruturação que os grandes centros

universitários construíram desde as décadas de 1960/1970, como a implantação de Conselho Editorial e de Linhas de editoriais.

Observando suas limitações e potencialidades, a Eduern vem nos últimos anos consolidando a estratégia de editar e lançar livros de acesso aberto em estreito contato com os programas de pós-graduação.

No processo de consolidação e ampliação da editora, o investimento foi feito em duas frentes que devem permanecer em constante processo de evolução e adaptação: visibilidade interna à editora, com a mudança de *status* de Departamento Administrativo no Sistema Integrado de Bibliotecas para o de Diretoria Administrativa, diretamente ligada ao Gabinete da Reitora. Essa mudança acarretou num incremento de pessoal: de um chefe e uma secretária, a equipe atual passou a ser formada por um diretor, uma secretária e duas chefes de setores, executivo e de editoração. Mas ainda são os bolsistas estagiários dos Departamentos de Letras e de Comunicação Social a principal força produtiva. Sem prescindir a valiosa colaboração de estagiários, faz-se necessária a obtenção de técnicos para fins específicos de revisão e criação e diagramação.

A segunda frente foi o incremento de equipamentos, o incentivo para o estabelecimento de novas parcerias e a realização do primeiro edital para 15 obras impressas com recursos próprios para 2023/2024, quando a editora terá sua primeira coleção.

Os próximos desafios para a Edições Uern são do tamanho e da complexidade dos planos e objetivos. Dentre os principais estão a atualização da política editorial, para facilitar, dinamizar e ampliar a propositura, a seleção de obras e o processo de editoração; a ampliação de parcerias, tanto com outras editoras quanto com instituições de fomento e fundações ligadas à cultura e à educação; organizar nosso catálogo com a formação de séries e coleções a partir das obras lançadas e novas obras mediante editais temáticos próprios; melhorar e ampliar nossos veículos de comunicação com a sociedade e com a comunidade acadêmica e de divulgação das obras lançadas; desenvolver uma estrutura para comercialização. A lista de desafios e objetivos por alcançar é longa... não porque pouco foi feito, mas porque já tendo feito muito, desenvolveu-se o gosto por fazer mais.

Figura 7 – evolução da marca Edições Uern - Eduern



Fonte: elaborado pela equipe Eduern.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A maioria das editoras universitárias brasileiras, sobretudo as dos grandes centros, decerto venceram parte ou todos os obstáculos que a Eduern tem em seu caminho. As particularidades (potências e desafios) da Uern e sua editora são, para lembrar o início deste texto, as particularidades do ensino superior que precisa se afirmar num país que ainda abre espaços para mitos da negação do saber. Assim, entende-se que os desafios são proporcionais ao tamanho da editora, mas ambos são menores que a vontade de fazer da única universidade estadual do Rio Grande do Norte referência em algumas áreas e exemplo nacional de universidade socialmente referenciada. Eis a razão deste texto no décimo quinto aniversário da Eduern.



Referências

KOSELLECK, Reinhart. **Futuro Passado**: contribuição à semântica dos tempos históricos. Trad.: Wilma Patrícia Maas e Carlos Almeida Pereira. Rio de Janeiro: Contraponto/Ed. PUC-Rio, 2006.

BUFREM, L. S. Política editorial universitária por uma crítica à prática. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 14, n. 1, p. 23-36, jan. 2009. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/30087>> . Acesso em: 15 mar 2023.

Difusão do conhecimento científico em tempos de pandemia: a experiência da EDUFRB¹

Rosineide Pereira Mubarack Garcia²
Joane Diogo Santos Sant'Ana³
Antônio Vagno Santana Cardoso⁴
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Resumo

Este artigo visa apresentar as políticas institucionais relacionadas ao apoio da difusão do conhecimento científico com ênfase nas publicações através da Editora da UFRB, no período pandêmico da Covid-19. A EDUFRB publicou quatro editais na modalidade de Coleções em 2020 focando os resultados de pesquisa científicas, experiências, inovações tecnológicas, educacionais e culturais que representam sucesso acadêmico nos Cursos de Graduação, Programas de Pós-graduação, Ações Afirmativas e Gestão Acadêmica Universitária desenvolvidas na UFRB. As ações envolveram as Pró-reitorias, os Centros de Ensino e parceiros institucionais. Em 2022 foi publicado dois editais voltados para a Comemoração do Bicentenário da Independência do Brasil. Obteve-se, neste período a submissão de oitenta e nove propostas aos Editais e doze no fluxo contínuo.

Palavras-chave: Difusão do conhecimento; publicação científica; editora universitária; acervo aberto.

Introdução

A Superintendência da Editora da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia – EDUFRB, criada em 2010, está vinculada diretamente ao Gabinete da Reitoria e busca regular e produzir as múltiplas edições de livros no âmbito da Universidade, intensificar o intercâmbio com instituições congêneres, incentivar e promover a publicação científica, técnica, didática e artísticas (UFRB, 2023). Sua produção é definida pelo Conselho

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

² Doutora em Educação. Professora da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

³ Graduada em Letras. Servidora técnico-administrativa da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

⁴ Graduado em Gestão de Cooperativas. Servidor técnico-administrativo da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

Editorial, composto por um representante de cada Centro de Ensino e da Pró-reitoria de Pesquisa, Pós-graduação, Criação e Inovação.

A EDUFRB publicou o seu primeiro livro em 2011, desde então vem se consolidando enquanto editora, uma editora universitária de pequeno porte, mas com grandes potencialidades e desafios inerentes a uma Editora Universitária no Brasil. Com a pandemia Covid-19 e a emergente necessidade do isolamento social, em 17 de março de 2020 as atividades presenciais foram suspensas na UFRB e a partir deste momento, iniciou-se um “novo modelo” de trabalho na Universidade, intitulado de *home office*.

Todos tiveram que se adaptar ao “novo normal”. Com a universidade pública não foi diferente. Assim, com todas as atividades presenciais suspensas, a EDUFRB, sob a direção da Superintendente Profa. Dra. Rosineide Mubarack, enfrentando as dificuldades do trabalho remoto, propôs parcerias intersetoriais e lançou em 2020 quatro editais com linhas específicas de publicação de livros, em formato eletrônico, envolvendo todas as Pró-reitorias e Centros de ensino, estimulando a produção científica de toda a Comunidade Acadêmica: docentes, discentes, servidores técnico-administrativos e discentes egressos. Em 2022 a EDUFRB publicou dois editais voltados para a Comemoração do Bicentenário da Independência do Brasil, com apoio da emenda parlamentar da Deputada Federal Lídice da Matta.

As ações da EDUFRB estão pautadas nos Objetivos Estratégicos descritos no PDI (2019-2023) dentre elas destacam-se: Ampliar as ações das políticas de acessibilidade e inclusão; Ampliar e qualificar a produção científica, tecnológica e de inovação internacionalizada; e, Aprimorar a comunicação institucional como um processo de gestão e fortalecimento da marca da UFRB (UFRB/PDI, 2023) e a partir desses objetivos um conjunto de linhas de ação são definidas e acompanhadas anualmente.

Neste cenário, na EDUFRB, em consonância com as diretrizes da Gestão Central gestada pelo Reitor Prof. Dr. Fábio Josué dos Santos e com base no Plano de Gestão do Reitorado em vigência, algumas linhas de ação são priorizadas com ênfase na publicação e socialização da produção acadêmica da comunidade universitária.

Como base neste contexto, este artigo tem por objetivo socializar esta experiência inovadora num momento atípico de tantas dificuldades e incertezas no panorama nacional

e que, apesar das dificuldades, configurou um momento de grande avanço na produção e publicação de livros da EDUFRB, na difusão do conhecimento científico, bem como, na divulgação do acervo aberto da Editora dentre outros aspectos formativos e fomentadores de novos(as) escritores(as).

A construção de saberes e sua publicação pela EDUFRB

A construção de saberes múltiplos desenvolvidos nos espaços acadêmicos configura-se uma prática essencial da produção do conhecimento e, ao mesmo tempo, desvela uma cultura científica indispensável para o desenvolvimento da sociedade e, não obstante, propulsora da apreciação crítica na produção de novas pesquisas e, portanto, novos olhares sobre as teorias, metodologias e práticas.

A Universidade sempre foi um lugar privilegiado de aprendizagem e conhecimento, um lugar eminentemente entrelaçado entre ensino, extensão e pesquisa. Um lugar de polissemia, polêmicas e debates epistemológicos, um lugar de inovações tecnológicas e pedagógicas, um lugar de (re)significar as teorias e práticas a todo instante e, neste movimento, é imprescindível a difusão do conhecimento produzido, bem como, o acesso aos saberes produzidos.

Os cursos de graduação e pós-graduação são os principais responsáveis por realizar a mediação destes conhecimentos produzidos com a Sociedade, seja através dos Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), dissertações e teses, publicações de artigos científicos, bem como, no desenvolvimento de projetos, programas e ações extensionistas. Todavia, existem diferentes canais de comunicação para com a Sociedade, assim como, a necessidade de adoção de diferentes estilos de publicação e modos de acessibilidade.

Neste contexto, a Editora Universitária tem um papel extraordinário na disseminação e ampliação do que é produzido nas Universidades, seja na modalidade de livros impressos e/ou livros eletrônicos, como corrobora Marques Neto (2000, s.p.), a editora universitária está se tornando um “forte elo entre a produção acadêmica e a sociedade”. Para o autor: “Cada vez mais a universidade brasileira se dá conta de que a atividade editorial acadêmica é, antes de mais nada, parte constitutiva da maturidade

intelectual da instituição” (MARQUES NETO, 2000, s.p.).

A Editora Universitária possui regulamento, valores e uma editoração com características e linhas editoriais próprias, comprometida com a qualidade e confiabilidade do que publica. É um trabalho que envolve vários parceiros e colaboradores das diferentes áreas de conhecimento e *expertise*, dentre eles, destaca-se o compromisso e a dedicação da equipe de diagramação e *designer*, os membros que compõem o Conselho Editorial e a equipe de avaliadores, que são os consultores *ad hoc*.

Considerando o mundo globalizado e digital a publicação científica passa a adotar diferentes formatos e meios de difusão do conhecimento e passa a utilizar ambientes virtuais e metadados para divulgar, distribuir e comercializar os seus livros, sejam impressos e/ou eletrônicos, ampliando consideravelmente o público em lugares e espaços diferentes, passando a conviver com outra forma de comunicação e informação que transcende as fronteiras convencionais.

A comunicação de ciência e sua popularização parecem-nos entrelaçadas em seus processos comunicacionais, a partir das novas tecnologias de comunicação em rede eletrônica. Nesse sentido, um público ampliado, com características de uma audiência constituída de pessoas interessadas em ciência, fora da comunidade científica, pode-se configurar numa nova composição de público, ou na interseção com a audiência própria da divulgação científica (P.M. VALERIO & L.V.R. PINHEIRO, 2008, p.162).

Trata-se da utilização de novos espaços que pode se configurar com a grande quantidade de informação científica disponível na internet, gerada pelos produtores da comunicação e divulgação científica, toda essa informação disponível gratuitamente fica à mercê de qualquer pessoa que navega em busca de informações científicas. Assim, o acesso às redes é elemento fundamental na formação de novas comunidades virtuais e, no que se refere ao acesso gratuito aos arquivos de acesso aberto (*Open Access Archives*), conecta o público que já pertence a comunidades científicas estabelecidas na sua grande maioria.

A Editora da UFRB já nasceu com a política de acesso aberto. Desde as primeiras publicações impressas, os arquivos das obras já eram disponibilizados em PDF para que fossem baixados de forma gratuita na página da Editora. Os livros impressos são comercializados em eventos e feiras literárias, já os livros eletrônicos (muitos também impressos) não são comercializados, ficam disponíveis para leitura *online* e *download*

gratuito na página da EDUFRB <https://www.ufrb.edu.br/editora/titulos-publicados>

Em maio de 2023 a Editora contava com 1.035.435 downloads gratuitos dos livros baixados na página da Editora, sem contar as leituras feitas *online* que não são contabilizadas.

Pensando em disseminar o conhecimento produzido na UFRB, quando ainda estava se adaptando ao *home office*, a Editora da UFRB lançou quatro editais de apoio à publicação de livros eletrônicos, com possibilidade de impressão de alguns títulos. Todo o processo de submissão, seleção e avaliação também se deu por *e-mail*. Esta ação envolveu a participação da Comunidade Acadêmica, pois foram estabelecidas parcerias para viabilizar a produção das coleções propostas pelos Editais. Em 2022, retornando às atividades presenciais, a EDUFRB lançou mais dois editais, sendo um, em parceria com a Pró-reitoria de Extensão (Proext), para a publicação de livros com o tema Independência do Brasil e outro Edital de concurso para a escolha do Selo da Coleção Bicentenário da Independência do Brasil.

O primeiro Edital lançado foi o “Edital nº 001/2020 EDUFRB – Coleção Sucesso Acadêmico na Graduação da UFRB”, em parceria com a Pró-reitoria de graduação. Para esta coleção buscou estimular a sistematização e socialização de pesquisas científicas, experiências, inovações tecnológicas, inovações educacionais e culturais que representam sucesso acadêmico nos Cursos de Graduação da UFRB. As propostas deviam estar vinculadas a um dos Cursos de Graduação da UFRB e apresentar resultados de pesquisas, experiências ou inovações já concluídas ou que apresentassem resultados consistentes. Para a organização da coletânea, cada Colegiado de Curso de Graduação definiu um Comitê Científico para proceder a seleção e apreciação dos melhores textos para compor o livro. Só poderia ser encaminhada uma obra por Curso, sendo organizada por docentes e/ou discentes vinculados a um dos Cursos de Graduação da UFRB.

O segundo, “Edital nº 002/2020 EDUFRB - Coleção Pesquisas e Inovações Tecnológicas na Pós-Graduação da UFRB” teve por finalidade estimular a sistematização, socialização e aumento da produção acadêmica dos Cursos/Programas de

Pós-Graduação da UFRB, em níveis de Mestrado e de Doutorado. As obras deveriam apresentar resultados de pesquisas científicas, experiências, inovações tecnológicas, inovações educacionais e culturais. Cada Colegiado do Curso de Mestrado e Doutorado definiu um Comitê Científico para proceder a seleção e apreciação dos textos para composição dos livros. As propostas de publicação foram encaminhadas por docentes e/ou discentes vinculados a um dos Cursos de Mestrado e Doutorado.

O terceiro, “Edital EDUFRB nº 003/2020, em homenagem aos 15 anos de criação da Universidade”. Para esta edição comemorativa foram recebidos resultados de pesquisas científicas, inovações tecnológicas, experiências de extensão, inovações pedagógicas, políticas e ações afirmativas, dentre outros trabalhos acadêmicos que tem, prioritariamente, a Universidade como foco da pesquisa. As propostas foram vinculadas a um dos cinco eixos: 1) Gestão Universitária; 2) Tecnologias e Desenvolvimento Social; 3) Biodiversidade e Ecossistemas; 4) Formação de Professores e Educação Básica; 5) Formação Interdisciplinar e Atuação Profissional. Os trabalhos deveriam ser de autoria de docentes efetivos; de servidores técnico-administrativos e de discentes vinculados aos Cursos de Graduação ou Pós-graduação da UFRB ou egressos, bem como trabalhos colaboradores de outras universidades ou instituições de pesquisa.

O quarto, “Edital EDUFRB nº 004/2020, em homenagem aos 15 anos de Ações e Políticas Afirmativas da UFRB”. Por se tratar de uma edição comemorativa, inserida no âmbito das comemorações dos 15 anos da UFRB, foram recebidas propostas de trabalhos, resultado de pesquisas científicas, inovações tecnológicas, experiências de extensão, inovações pedagógicas, políticas e ações afirmativas, dentre outros trabalhos acadêmicos que tenham as Políticas Afirmativas da UFRB como ponto fulcral da pesquisa. As propostas de livros deviam estar vinculadas a um dos cinco eixos: 1) Raça, corpo, gênero, sexualidades e interseccionalidades; 2) Educação e antirracismo; 3) Racismo Ambiental; 4) Direito, Racismo e Saúde/Saúde da população negra; 5) História, Arte e Culturas Afro-brasileiras e Africanas. Os trabalhos encaminhados deviam ser de autoria de docentes efetivos; de servidores técnico-administrativos e de discentes vinculados aos Cursos de Graduação ou Pós-graduação da UFRB, podendo ser discentes egressos, bem como podem envolver nos trabalhos colaboradores de outras universidades ou instituições de

pesquisa, desde que tivesse as Políticas Afirmativas da UFRB como foco. As propostas de publicação de livros foram conferidas e apreciadas pelo Comitê Científico da PROPAAE que selecionou as obras e encaminhou para a EDUFRB para dar prosseguimento aos trâmites.

O quinto Edital, no período pandêmico, foi lançado em 2022, “Edital EDUFRB nº 001/2022, Coleção Bicentenário da Independência do Brasil”. Os trabalhos encaminhados deveriam ser de autoria de membros da comunidade acadêmica vinculados aos cursos de graduação ou pós-graduação de Universidades públicas, membros da comunidade escolar vinculados à Educação Básica, bem como poderiam envolver colaboradores de outras universidades, instituições de pesquisa e movimentos sociais.

O sexto edital, “Edital EDUFRB nº 002/2022, Concurso do Selo da Coleção Bicentenário da Independência do Brasil”, teve por finalidade selecionar a Identidade visual/Selo para personalizar a Coleção. A comissão julgadora deste concurso foi composta por: um representante da Editora da UFRB; um representante da Proext; um representante do Núcleo Territorial de Educação; um representante da comunidade docente da UFRB; um representante da Fundação Hansen Bahia e um representante da Fundação Pedro Calmon, vinculado à Secretaria de Cultura do Estado da Bahia.

Para além das publicações submetidas pelos Editais, a EDUFRB também publicou obras submetidas via fluxo contínuo, nas diversas áreas de conhecimentos, atendendo as normativas em conformidade com as linhas editoriais desta Editora. Ressalta-se que houve um aumento do número de propostas submetidas após a intensificação das ações e divulgações junto à comunidade acadêmica e diálogos com os setores internos da Universidade.

As ações e os resultados da EDUFRB

O lançamento dos editais de apoio a publicação de livros mobilizou toda universidade. Os cursos de graduação e pós-graduação acolheram bem a ideia de publicar as suas pesquisas em forma de livro. Em plena pandemia, os professores, os discentes (inclusive muitos egressos) e técnicos administrativos se mobilizaram na construção de propostas de publicação, aproveitando a oportunidade de publicizar os frutos de suas

pesquisas desenvolvidas na universidade.

Para a Coleção “Sucesso Acadêmico na Graduação da UFRB” foram recebidas 42 (quarenta e duas) propostas de publicação, todas aprovadas. Até maio de 2023 foram publicadas 40 (quarenta) obras, conforme figura 1. Segue abaixo a relação dos títulos conforme o número da obra na respectiva Coleção:

- I-Vivências e experiências em matemática;
- II-Artes Visuais no Recôncavo: pesquisa e (re)existência;
- III-Bacharelado em Biologia: produções científicas;
- IV-Engenharia de Produção: teoria, prática e ciência;
- V-Tópicos em Engenharia de Computação da UFRB;
- VI-Estudos em Ciências Exatas e Tecnológicas;
- VII- Tendências da Educação Matemática na EaD;
- VIII- Engenharia, saneamento e meio ambiente;
- IX-Reflexões da formação docente em Biologia na UFRB;
- X-Serviço Social no Recôncavo: temas em debate;
- XI- Zootecnia em foco;
- XII- Educação do campo: protagonismo, resistência e movimentos sociais;
- XIII-Publicidade e propaganda na UFRB;
- XIV-Gestão pública no Recôncavo: panorama de estudos;
- XV- A filosofia orientada;
- XVI- Fazer História no Recôncavo da Bahia;
- XVII- Estudos da Graduação em Museologia;
- XVIII- Cooperativismo e associativismo rural na Bahia;
- XIX- Agronomia: pesquisas técnico-científicas no Recôncavo da Bahia;
- XX-Tecnologia em Alimentos e Inovação na Educação do Campo;
- XXI- Trilhando percursos na docência em Ciências Sociais;
- XXII- Conquistas do Pronera: tecnologia em Agroecologia na UFRB;
- XXIII- Comunicação: memória, práticas sociais e mediações;
- XXIV-Engenharia de Energias da UFRB: estudos e aplicação;
- XXV- Educação do campo em perspectiva;

propostas de publicação. Todas foram aprovadas e publicadas em 2020, conforme figura 2, o que contribuiu para a melhoria dos indicadores da produção científica da Pós-Graduação da UFRB na Avaliação Quadrienal promovido pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, daquele ano. Segue abaixo a relação dos títulos conforme o número da obra na respectiva Coleção:

1. Políticas públicas e veredas da cidadania;
2. Saúde da população negra e indígena;
3. Pesquisa em Educação do Campo;
4. Ciência animal em debate;
5. Encruzilhadas entre história e educação na diáspora;
6. Educação científica, inclusão e diversidade;
7. Saúde da família em terras baianas;
8. Tópicos em Microbiologia Agrícola;
9. Veredas patrimoniais: escritos em Arqueologia e Patrimônio Cultural;
10. Inovações educacionais em matemática no recôncavo;
11. Comunicação, memória e sensibilidades: visões periféricas;
12. Defesa agropecuária e inovações tecnológicas;
13. Política social e territórios;
14. Estudos em identidades, desigualdades e desenvolvimento;
15. Pesquisas em recursos genéticos vegetais na UFRB.

Figura 2 - Capas da Coleção Pesquisas e Inovações Tecnológicas na Pós-Graduação da UFRB.



Fonte: EDUFRB (2023).

Para compor a Coleção “15 anos da UFRB”, foram recebidas vinte propostas de publicação oriundas de todos os Centros de Ensino, com experiências de diversas ações desenvolvidas na Universidade. Dezenove propostas foram aprovadas, publicadas e lançadas em 2022, ver figura 3. Segue abaixo a relação dos títulos conforme o número da obra na respectiva Coleção:

1. O rádio em Cachoeira;
2. Ações socioambientais e segurança alimentar;
3. Histórias entrelaçadas na licenciatura em biologia da UFRB;
4. Comunicação, cartografia e conhecimentos;
5. Saberes e Práticas Docentes na Residência Pedagógica da UFRB;
6. Vivências Socioambientais de Educação Tutorial na UFRB;
7. Metodologias ativas: ensino em *lean healthcare*;
8. Da janela lateral: 15 anos da Pró-Reitoria de Graduação da UFRB;
9. Conhecimento, Ciência e Realidade;
10. Cartografias itinerantes do SEMULPATO (SEMinário MULTiprofissional de PATologia);
11. UFRB e Gestão Pública formação no recôncavo;
12. Trajetórias formativas: capacitaSUAS na UFRB;

13. Água, cisternas e semiárido brasileiro;
14. Tecendo o trabalho da/do assistente social na Bahia;
15. Mulheres na Ciência: conhecendo a história e os avanços;
16. Segurança alimentar e nutricional: experiências formativas;
17. Tecelendo universidades: resistência, existências e educação popular
18. Qualidade do Ensino, Coordenação de Graduação e Coesistencialidade;
19. Incubadora de Empreendimentos Solidários – INCUBA/UFRB: trajetórias e práticas formativas.

Figura 3 - Coleção 15 anos da UFRB.



Fonte: EDUFRB (2023).

Para a Coleção “15 anos de Ações e Políticas Afirmativas da UFRB” foram recebidas nove propostas, sete propostas aprovadas e publicadas. O lançamento deste edital foi realizado, de modo virtual, no XIV Fórum 20 de novembro - Fórum Pró-Igualdade Racial e Inclusão Social do Recôncavo. Segue abaixo a relação dos títulos conforme o número da obra na respectiva Coleção e a figura 4:

1. Brincadeira de negão: masculinidades negras no Recôncavo da Bahia;
2. Juventudes negras na TV baiana;
3. Diálogos Interseccionais a partir das margens;
4. Mulheres rurais na Bahia: lutas e conquistas;
5. Psicologia em epistemologias negras: ações afirmativas na universidade;
6. Presença e permanência de estudantes negras(os) no CAHL/UFRB;
7. As políticas afirmativas na UFRB: percurso, dobras e pontes.

Figura 4 - Coleção “15 anos de Ações e Políticas Afirmativas da UFRB.



Fonte: EDUFRB (2023).

Para a Coleção Bicentenário da Independência do Brasil foram recebidas três propostas de publicação, que no momento (maio/2023) encontram-se em processo de avaliação. Não obstante, para o concurso do Selo da Coleção Bicentenário da Independência do Brasil foram recebidas oito propostas, sendo três selecionadas para votação pública no site da universidade. O proponente da proposta vencedora, conforme Figura 5, é egresso do Curso de Comunicação Social – Jornalismo/CAHL/UFRB e recebeu o prêmio pecuniário, certificado e livros.

Figura 5 – Selo da Coleção Bicentenário da Independência do Brasil.



Fonte: EDUFRB (2023).

Esta ação inovadora da EDUFRB envolveu atuações de todas as pró-reitorias da Universidade: Pró-reitoria de Graduação; Pró-reitoria de Extensão; Pró-reitoria de Pesquisa, Pós-graduação, Criação e Inovação; Pró-reitoria de Políticas Afirmativas e Assuntos Estudantis; Pró-reitoria de Administração; e, Pró-reitoria de Planejamento na parceria e implementação das propostas.

Outra ação diferenciada foi considerar as ações de apoio à publicação desenvolvidas pela Editora neste período como projeto de extensão universitária, com ênfase na divulgação científica. Neste sentido, as ações foram cadastradas no sistema de extensão e emissão de certificados a todos os envolvidos.

As ações da Editora, promovidas através destes editais, também contribuiu com a política institucional de acompanhamento de egressos da UFRB, tendo em vista que os egressos foram convidados a apresentarem os resultados de suas pesquisas, aprimorando e adaptando para o formato de livro, fortalecendo assim, o seu vínculo com a Instituição, promovendo o reconhecimento, valorização e publicização do conhecimento adquirido nesta Universidade.

Considerações finais

Trabalhar no momento pandêmico inicialmente de “quarentena” e isolamento social foi um desafio para todo mundo e, atrelado ao modelo *home office*, foram necessárias muitas rupturas de modelos diferentes de trabalho, associado as condições imprescindíveis para o desenvolvimento das atividades, assim como, a falta de recursos financeiros e uma equipe bastante pequena para a quantidade de demandas poderiam ter dificultado e/ou ter comprometido as ações da Editora.

O modelo *home office* possibilitou desenvolver muitas ações e estar em qualquer lugar, o que acarretou um sobrecarregamento de trabalho. Uma dificuldade muito grande que a EDUFRB enfrentou foi conseguir avaliadores disponíveis para emitir os pareceres das obras. Foram muitas recusas por conta da alta demanda de trabalho, bem como o acometimento dos profissionais e seus familiares pela Covid-19.

O compromisso dessa pequena equipe (autores deste artigo) conectada com os interesses institucionais de dar continuidade a vida universitária, divulgar e ampliar as

ações de uma Editora Universitária potencializando significativos resultados. Outro aspecto de destaque foi a força da comunidade acadêmica da UFRB em aderir e participar desse movimento de defesa dos cursos de graduação e pós-graduação, bem como, das políticas de acesso, permanência e pós-permanência

Contudo, a UFRB sempre apoiou a publicação de livros resultados de pesquisas, experiências de ensino e extensão, bem como, ações afirmativas e experiências inovadoras de gestão acadêmica e tecnológicas. Cada política e ação promovidas pela EDUFRB reafirmar o compromisso da UFRB com a produção e divulgação de saberes diversos, acesso as publicações produzidas nesta universidade para toda a Sociedade e da democratização do conhecimento científico.

REFERÊNCIAS

ARGOLO, R; ROSA, F. Editoras universitárias: desafios contemporâneos. *In*: GUTIERRE, Jézio H. B. **Os e-books**: destino, esperanças e maldições da edição acadêmica. São Paulo: Associação Brasileira das Editoras Universitárias - ABEU, 2022.

EDUFRB. EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA. **Edital N° 001/2020 EDUFRB** – Coleção Sucesso Acadêmico na Graduação da UFRB. [Microsoft Word - Edital 01 EDUFRB Coleção Sucesso Acadêmico na Graduação da UFRB](#). Publicado: 24 de abril de 2020.

EDUFRB. EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA. **Edital N° 002/2020 EDUFRB** - Coletânea Pesquisas e Inovações Tecnológicas na Pós-Graduação da UFRB. [Microsoft Word - Edital 02 EDUFRB Coleção Pesquisas e Inovações Tecnológicas na Pós-graduação da UFRB](#). Publicado: 24 de abril de 2020.

EDUFRB. EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA. **Edital EDUFRB N° 003/2020**, homenagem aos 15 anos da UFRB. https://ufrb.edu.br/portal/images/documentos/2020/2020072719362720200727193627_Edital_EDUFRB_15_anos_da_UFRB.pdf. Publicado: 30 de julho de 2020.

EDUFRB. EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA. **Edital EDUFRB N° 004/2020**, Ações e Políticas Afirmativas da UFRB. https://editora/images/sampledata/Edital/Edital_EDUFRB_004_Ações_e_Políticas_Afirmativas_da_UFRB.pdf. Publicado: 20 de novembro de 2020.

EDUFRB. EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA. **Edital EDUFRB N° 001/2022**, Coleção Bicentenário da Independência do

Brasil.

<https://www.ufrb.edu.br/editora/noticias/57-editora-da-ufrb-lanca-edital-de-apoio-a-publicacoes-em-comemoracao-ao-bicentenario-da-independencia-do-brasil> Publicado em 29 de abril de 2022.

EDUFRB. EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA. **Edital EDUFRB N° 002/2022**, Concurso do Selo da Coleção Bicentenário da Independência do Brasil.

<https://www.ufrb.edu.br/editora/noticias/58-editora-da-ufrb-lanca-edital-para-o-concurso-do-selo-da-colecao-bicentenario-da-independencia-do-brasil>

Publicado em 15 de junho de 2022.

MARQUES NETO, J. C.. A editora universitária, os livros do século XXI e seus leitores. Espaço Aberto. **Interface (Botucatu) 4 (7)**. Ago 2000, disponível em: <https://www.scielo.br/j/icse/a/QTFVfRtwdNBKMG4XzdVnKSj/?lang=pt>. Acesso em 19 de mai 2022.

VALEIRO, M., PALMIRA & PINHEIRO, LENA, V.R. Da comunicação científica à divulgação. **TransInformação**. v.20. 159-169, 2008. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/315897288_Da_comunicacao_cientifica_a_divulgacao Acesso em 19 de mai 2022.

EDUFRB. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECONCAVO DA BAHIA. Disponível em: <https://www.ufrb.edu.br/editora/titulos-publicados>, 2023.

UFRB. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECONCAVO DA BAHIA. Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2019 – 2030. Cruz das Almas, Bahia. 2019. Disponível em: <https://ufrb.edu.br/pdi/pdi-2019-2030> Acesso em: 19 de mai 2020.

Realização:



ISBN: 978-85-60442-07-2

