

SETORES: EDITORA UNIVALE

**REESTRUTURAÇÃO DA UNIVALE EDITORA: O PERCURSO DE
ORGANIZAÇÃO DA EDITORA UNIVERSITÁRIA DA UNIVALE**

***RESTRUCTURING OF UNIVALE PUBLISHER: THE ORGANIZATIONAL
JOURNEY OF UNIVALE UNIVERSITY PRESS***

Deborah Luísa Vieira dos Santos¹
Emerson Nunes Eller²
Gabriel da Cruz Ventura³
Isis Carolina Garcia Bispo⁴
Joana Paula Ataíde⁵
Natalia Lima Amaral⁶
Nicole Kethy Rodrigues Coimbra⁷
Rebeca Dias Reis⁸

INTRODUÇÃO

A UNIVALE Editora foi fundada em 2002 e, após anos de hiato, retomou seu funcionamento em 2021. Por meio dela, a UNIVALE se reafirma no patamar das

¹ Doutora em Comunicação (PPGCOM/ UFJF), Professora dos Cursos de Comunicação e *Design* da Universidade Vale do Rio Doce - UNIVALE, e-mail: deborah.santos@univale.br.

² Designer gráfico e tipográfico, pesquisador e professor adjunto do curso de Design da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Doutor em Design de Comunicação pela Universidade de Lisboa (FBAUL, Portugal), mestre em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), especialista em Design de Tipos pelo Plantin Institute of Typography (Museum Plantin-Moretus, Bélgica) e bacharel em Design Gráfico pela Universidade de Franca (UNIFRAN), e-mail: eller.emerson@gmail.com.

³ Graduando em Publicidade e Propaganda, UNIVALE, auxiliar administrativo UNIVALE Editora, integrante do grupo de pesquisa Cultura Pop, Território e Processos Sociais, e-mail: gabriel.ventura@univale.br.

⁴ Mestrado Profissional em Gestão da Informação e do Conhecimento - UFS, bibliotecária no Sistema de Bibliotecas da UNIVALE, e-mail: isis.bispo@univale.br.

⁵ Mestranda em Gestão Integrada do Território, da Universidade Vale do Rio Doce. Professora de Língua Portuguesa na UNIVALE, e-mail: joana.ataide@univale.br.

⁶ Graduação em Comunicação Social com habilitação em jornalismo, UNIVALE, integrante do grupo de pesquisa Cultura Pop, Território e Processos Sociais, e-mail: natalimaamaral@gmail.com.

⁷ Graduanda em *Design* na UNIVALE, diagramadora estagiária na UNIVALE Editora, integrante do grupo de pesquisa Cultura Pop, Território e Processos Sociais, e-mail: nicole.coimbra@univale.br.

⁸ Graduanda em *Design* na UNIVALE, integrante do grupo de pesquisa Cultura Pop, Território e Processos Sociais, e-mail: rebeca.reis@univale.br.

Instituições de Ensino Superior - IES que promovem a difusão de conhecimento ao promover o diálogo com a comunidade externa. Para além a editora reflete os Projetos Pedagógicos dos Cursos - PPC, as áreas de pesquisa definidas no Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI e Projeto Pedagógico Institucional - PPI, os quais, têm como base, o caráter trans/interdisciplinar da produção do conhecimento. pensando na natureza transversal do saber, as linhas editoriais foram desenvolvidas, junto do Conselho Editorial, sendo elas: Território e Sustentabilidade; Sociedade e Desenvolvimento Humano; Governança, Gestão e Inovação; Saúde e Ambiente; Arte e Cultura.

Como editora universitária, o papel da UNIVALE Editora é atuar no compartilhamento de conhecimento e cultura, disseminando os saberes produzidos dentro da universidade para o público em geral (Bonifácio, 2017; Nascimento, 2009). Para além, é papel de uma editora universitária auxiliar na formação dos professores e alunos, por meio de produções científicas que podem atuar como parte do referencial bibliográfico (Bufrem, 1993). Tendo ainda a finalidade de atuar apoiando o tripé ensino-pesquisa-extensão.

A reestruturação da UNIVALE Editora teve como objetivo organizar o funcionamento do setor, a fim de fazer com que fosse reconhecido na comunidade acadêmica interna e externa, a partir de suas produções técnicas, científicas e culturais. A partir desse processo foi possível pesquisar o cenário na qual a editora estava inserida; avaliar as oportunidades, ameaças, potencialidades e fraquezas, construir um diagnóstico e implementar mudanças para sua reativação de forma efetiva. Para isso, foram construídos documentos, fluxos, manuais, site, editais e disseminada a informação a toda a comunidade, por meio dos canais de comunicação oficiais da UNIVALE. Ainda, a partir desse processo foi reestruturado o Conselho Editorial, o qual conta com conselheiros da UNIVALE e de outras instituições de ensino superior, à nível nacional e internacional.

O processo dá conta das três formas de inovação categorizadas pelo Inep (2017), sendo elas Inovação tecnológica, Ação inovadora e Práticas inovadoras. Isso se deu ao promover adaptação dos processos e melhoramento nas ferramentas de busca e acesso das informações da editora e seu acervo; criação de

manuais e documentos que permitam a tramitação dos fluxos de forma clara e que siga o rigor necessário a uma editora universitária, conforme a Associação das Editoras Universitárias - ABEU e a Proposta de Classificação de Livros da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES; promover a disseminação do conteúdo produzido na academia para a comunidade, enquanto prática de uma editora universitária presente em uma instituição comunitária; por fim, criação de uma nova identidade visual e modelos para publicação, os quais seguem os propósitos da UNIVALE, do setor e as normas da ABNT, trazendo mais profissionalismo e gerando reconhecimento da editora pela comunidade.

DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES OU METODOLOGIA

Como metodologia empregou-se diversas ferramentas da administração e gestão (Kunsch, 2003), como controle e gestão da qualidade de serviços; biblioteconomia e design gráfico, por meio dos projetos gráficos e métodos de diagramação, a fim de construir um planejamento estratégico a ser implementado a curto e médio prazo. Nesse aspecto, inicialmente, realizou-se um prognóstico situacional do setor, seguindo o ciclo PDCA (*Plan, Do, Check, Act*, traduzido para o português como planejar, fazer, checar e agir) a fim de identificar os gargalos e o público (Kunsch, 2003).

Assim, por meio da elaboração de uma Matriz SWOT, com intuito de observar o cenário interno e externo, no qual a editora se insere a partir de suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. (Kunsch, 2003). Logo após, propôs-se um modelo de negócios a partir da ferramenta Canvas - BMC (Osterwalder, 2011), objetivando promover visualmente o planejamento estratégico do setor a ser implementado. Em seguida, estabeleceu-se os objetivos a serem alcançados a curto, médio e longo prazo. Tais objetivos configura-se na implementação de fluxos de recebimento de propostas de publicações, procedimentos de editoração, levantamento de pareceristas voluntários, composto por professores, pesquisadores e especialistas, de diversas instituições para a avaliação das propostas, o estabelecimento de editais em fluxo anual, fluxo contínuo e fluxo institucional, os

quais visam atender os diversos formatos e públicos e períodos estratégicos de envio de propostas, estabelecimento de cronogramas e calendários de reuniões com o Conselho Editorial, bem como a renovação dele para o biênio 2023/2025 e outros.

O Conselho Editorial, instância decisória fundamental de uma editora universitária (Bufrem, 2009), passou por um processo de reavaliação e recomposição dos membros, a fim de dar mais dinâmica e otimizar os processos de tomadas de decisão da editora. Bufrem (2009) destaca a importância do conselho na definição da política editorial e as linhas editoriais, bem como órgão que traga a participação de segmentos representativos da instituição. Para além disso, com o apoio da Gestão Superior, novos equipamentos foram adquiridos e foi ampliado o número de colaboradores na editora.

Dessa forma, contou-se com a formação de estrutura departamental de equipe sob a organização de organograma e fluxograma de atribuições e hierarquia (atualmente, 4 colaboradores relacionados à gestão, diagramação, editoria de arte e administrativo), contando com colaboradores de outros setores da instituição, como o Sistema de Bibliotecas (1 colaboradora responsável pela normalização dos documentos e processos do setor), do Departamento de Comunicação (1 colaboradora responsável pela comunicação e alimentação do site) e da Reitoria (1 colaboradora responsável pela revisão dos documentos da editora).

O trabalho, portanto, deu-se em diferentes frentes, sendo ela: pesquisa junto a outras editoras universitárias e à ABEU; pesquisa e consolidação da documentação junto ao jurídico; comunicação com a comunidade, via site; organização administrativa e de processos; reestruturação com os elementos fundamentais para o funcionamento de uma editora universitária, apontada pela ABEU com as seguintes diretrizes básicas: editor, secretário executivo/administrativo e diagramador (ABEU, 2021).

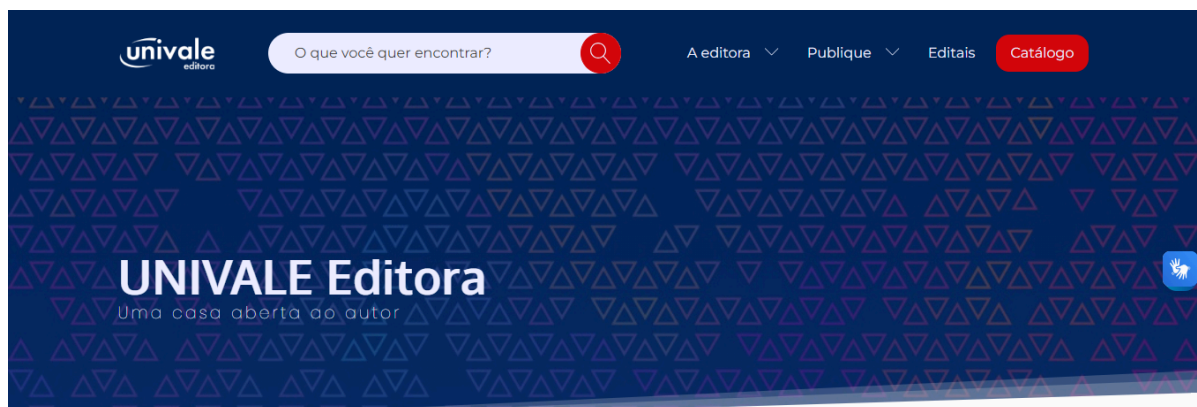
RESULTADOS

Por meio do planejamento do processo e sua implementação foi possível obter como resultados a filiação da editora à Associação Brasileira das Editoras Universitárias - ABEU, o que mostra o reconhecimento da editora, ao trabalho desenvolvido e contribuição científica e cultural. Além disso, a ABEU contribui na divulgação das obras publicadas pela editora por meio de participação em feiras literárias e por meio da divulgação em seu site e demais canais de comunicação.

Foi possível ainda participação em eventos locais e nacionais, como a 1ª Feira do Livro de Acesso Aberto UEMG, com disponibilização do acervo digital para leitura; o 21º Simpósio de Pesquisa e Iniciação Científica da UNIVALE; a 3ª edição da Festa Literária de Governador Valadares (FLIGV) e a Feira literária promovida no COMGIT, promovido pelo programa de Mestrado Gestão Integrada do Território - GIT.

Outro resultado foi a adequação da identidade visual da editora, a qual reverberou na criação do site⁹ da UNIVALE Editora (Figura 1), o qual possibilitou a comunicação com o público leitor, academia e comunidade. O lançamento do site permitiu, ainda, a transparência e divulgação dos processos por meio da disponibilização dos fluxos, documentos necessários para a publicação e demais informações relevantes sobre a editora.

Figura 1 - Capa do site da UNIVALE Editora



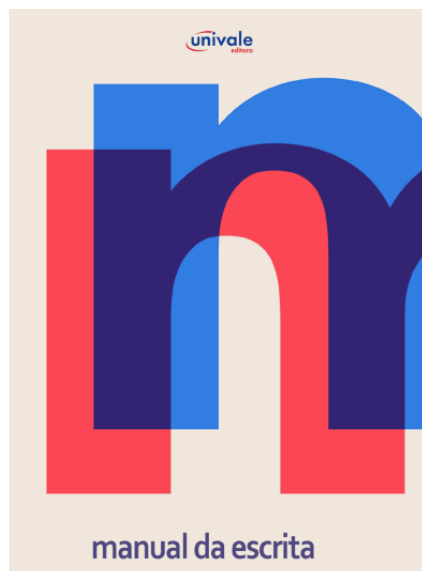
Fonte: UNIVALE Editora, *print* de tela (2024).

⁹ Site disponível pelo link: <https://editora.univale.br/>.

O levantamento e disponibilização das obras já publicadas pela editora, desde 2002, tornou-se possível por meio da busca de obras no acervo físico da UNIVALE e por meio da pesquisa na Câmara Brasileira do Livro - CBL.

Foi verificada ainda a necessidade da criação do Manual da Escrita (Figura 2) e Guia do Parecerista (Figura 3), os quais norteiam a produção e esclarecem os processos e fluxos para a comunidade, a fim de facilitar na organização da obra a ser submetida para avaliação

Figura 2 - Capa do Manual da Escrita (1ª edição)



Fonte: UNIVALE Editora, *print* de tela (2024).

Figura 3 - Capa do Guia do Parecerista (1ª edição)



Fonte: UNIVALE Editora, *print* de tela (2024).

Vale destacar que, dentro dos processos de checar e agir, do ciclo PDCA, tanto o manual quanto o guia estão passando por uma revisão, atualização e ampliação, para melhor atender as demandas do público e ajustar o que foi necessário após o lançamento do primeiro edital, em 2023.

Esses e outros documentos, como os editais que orientam o processo de publicação, cumprem os requisitos propostos pela CAPES¹⁰, a qual considera a qualidade técnica e científica, por meio de critérios como inovação, relevância e impacto da obra. Todo o material foi elaborado e aprovado com a participação do Conselho Editorial.

Para além, a editora foi convidada por diferentes veículos de comunicação, como a TV Leste, afiliada à Record TV; UNIVALE TV e Jornal do Rio Doce, para apresentar o seu novo funcionamento, editais e divulgar as obras já publicadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

¹⁰ Proposta de Classificação de Livros CAPES. Disponível em: <https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteudo/12062019-proposta-de-classificacao-de-livros-gt-qualislivro-pdf#:~:text=Toda%20a%20produ%C3%A7%C3%A3o%20bibliogr%C3%A1fica%20sob,na%20escala%20L1%20a%20LNC>. Acesso em: 07 mar. 2024.

Tendo em vista os objetivos propostos ao momento de reestruturação, a UNIVALE Editora alcança com êxito a implementação do planejamento, uma vez que contou com a participação de integrantes internos e externos, direta e indiretamente. Isso deve-se ao comprometimento da equipe de trabalho ao colocar no cotidiano o exercício da programação de reestruturação.

Além disso, é possível constatar a melhor organização do setor, a otimização dos processos e a regulamentação para melhor ofertar os serviços à comunidade acadêmica e externa, dentro da capacidade instalada. De outra forma, foi possível identificar o cenário o qual a editora se insere, bem como o público final que busca atingir, de modo a obter também, o diagnóstico assertivo para o norteamento das mudanças propostas. Assim, obteve-se o resultado esperado dentro das categorias predispostas pelo INEP (2017) de inovação ao instituir um modelo de disponibilização de obras no acervo digital, bem como informações completas ao proponente das formas de publicação e as linhas editoriais atualizadas.

PALAVRAS-CHAVE: Ferramentas de Gestão; planejamento; produção editorial; editora universitária; UNIVALE Editora.

AGRADECIMENTOS:

Agradecemos a gestão da Fundação Percival Farquhar - FPF, Dr. Rômulo César Leite Coelho, Anieli Castello Branco de Paula, a reitora Lissandra Lopes Coelho Rocha, a pró-reitora Adriana de Oliveira Leite Coelho, pelo apoio nesse novo momento de implementação de processos e consolidação da UNIVALE Editora. Ao Coordenador dos Cursos de Comunicação, Roberto Vilela Filho, ao Coordenador do Curso Superior de Tecnologia Design Gráfico, Elton Frederico Binda de Castro, e aos demais professores pelo suporte e contribuir conosco com o seu brilhante trabalho, em especial, a professora Denise Rodrigues Alves por indicar os melhores caminhos a seguir e por auxiliar na realização dos processos. Também, aos setores do Sistema de Bibliotecas - Sibi, Departamento de Comunicação Organizacional - DCO e a Reitoria, pelos serviços prestados cuidadosamente para tornar possível todos os objetivos traçados.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS. Como estruturar uma editora. **ABEU**, 2021. Disponível em: <https://www.abeu.org.br/como-estruturar-uma-editora-universit%C3%A1ria/>. Acesso em: 07 mar. 2024.

ARGOLLO, Rita Virginia. **Associação Brasileira das Editoras Universitárias - ABEU**. 2024. Disponível em: <https://www.abeu.org.br/timeline/>. Acesso em: 07 mar. 2024.

BONIFÁCIO, M. I. G. C. A Eudfac vai à escola: leitura e interação para além da universidade. **Nawa**, v. 1, n. 1, p. 1-13, 2017.

BUFREM, L. S. Ação didática das editoras universitárias. **Educar**, n. 9, p. 33-38, 1993.

BUFREM, Leilah Santiago. Política editorial universitária por uma crítica à prática. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 14, p. 23-36, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/wRMkNVrkXg8Q4LCkHpLVDgh/?lang=pt>. Acesso em: 07 mar. 2024.

INEP. **Instrumentos de avaliação de cursos de graduação presencial e a distância**. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – INEP, 2017. Disponível em: https://download.inep.gov.br/educacao_superior/avaliacao_cursos_graduacao/instrumentos/2017/curso_reconhecimento.pdf. Acesso em: 07 mar. 2024.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus editorial, 2003.

NASCIMENTO, C. C. do. **Editoras universitárias e as novas oportunidades de comunicação**. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Arte, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

OSTERWALDER, Alexander. **Business Model Generation - A Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.