

SELO EDITORIAL PPGCOM/UFMG: UM BALANÇO ENTRE PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO (2014-2023)

PUBLISHING LABEL PPGCOM/UFMG: A BALANCE BETWEEN RESEARCH, TEACHING AND EXTENSION (2014-2023)

Bruno Guimarães Martins¹

Bruno Souza Leal²

Daniel Melo Ribeiro³

Juarez Guimarães Dias⁴

Resumo

O artigo apresenta a trajetória do Selo Editorial PPGCom/UFMG, um projeto de divulgação científica criado por iniciativa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG em 2014. Trata-se de relatar e refletir sobre os desafios atravessados pelo projeto nesses oito anos, levando em conta aspectos como seu posicionamento editorial, a concepção do projeto gráfico e, por fim, seus desdobramentos em um cenário multiplataforma. Os cento e quatro livros digitais atualmente publicados registram mais de 100.000 visualizações e são direcionados ao público acadêmico envolvido em pesquisas da área da Comunicação e Humanidades, tanto em nível de graduação quanto de pós-graduação. Foi a articulação entre as atividades de pesquisa, ensino e extensão o que permitiu um engajamento coletivo de professores e discentes, transformando uma demanda pontual em uma atividade editorial com longevidade e alcance, e que se diferencia tanto das editoras comerciais, quanto de editoras universitárias. Trata-se então de demonstrar o estabelecimento das particularidades do selo editorial assim como de seus processos de produção e circulação.

Palavras-chave: projeto editorial; divulgação científica; ensino; pesquisa; extensão.

Abstract

The article presents the trajectory of the Editorial Seal PPGCom/ UFMG, a scientific dissemination project created by the initiative of the Graduate Program in Communication of UFMG in 2014. It is about reporting and reflecting on the challenges faced by the project in these eight years, taking into account aspects such as its editorial positioning, the conception of the graphic design and, finally, its developments in a multiplatform scenario. The one hundred and four digital books currently published register more than 100,000 views and are directed to the academic public involved in research in the field of Communication and Humanities, both at the undergraduate and graduate level. It was the articulation between research, teaching and extension activities that allowed a collective engagement of teachers and students, transforming a punctual demand into an editorial activity with longevity and

¹ Professor Doutor, UFMG – Departamento de Comunicação Social, Belo Horizonte, MG, Brasil, brunomartins@ufmg.br; ORCID: 0000-0002-1238-3729.

² Professor Doutor, UFMG – Departamento de Comunicação Social, Belo Horizonte, MG, Brasil, brunosleal@gmail.com; ORCID: 0000-0002-6937-6976.

³ Professor Doutor, UFMG – Departamento de Comunicação Social, Belo Horizonte, MG, Brasil; danielmeloribeiro@gmail.com; ORCID: 0000-0002-0840-2587.

⁴ Professor Doutor, UFMG – Departamento de Comunicação Social, Belo Horizonte, MG, Brasil, juarezgdias@gmail.com; ORCID: 0000-0002-7643-1769.

reach, and that differs both from commercial publishers, and university publishing houses. It is then a matter of demonstrating the establishment of the particularities of the publishing label as well as its production and circulation processes.

Keywords: editorial project; scientific dissemination; teaching; research; extension.

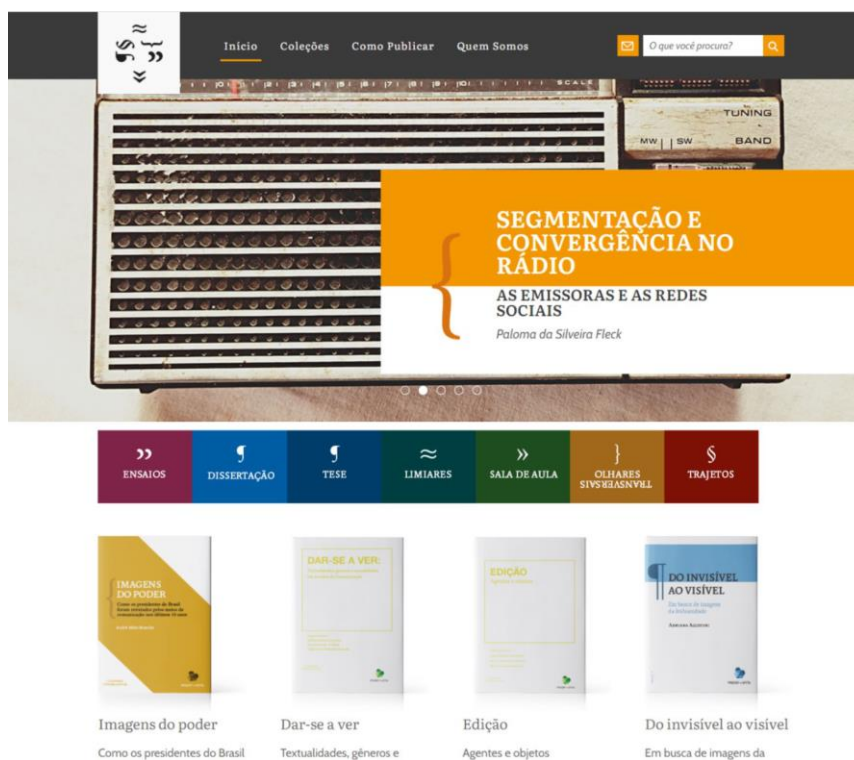
1. Introdução

Apresentaremos neste artigo a trajetória do Selo Editorial PPGCom/UFMG, um projeto de divulgação científica criado em 2014 por iniciativa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG. O objetivo deste trabalho consiste em relatar e refletir sobre os desafios atravessados pelo projeto nesses nove anos, levando em conta aspectos de seu posicionamento editorial, de sua organização institucional e burocrática, da concepção de seu projeto gráfico, e, por fim, seus desdobramentos de circulação em um cenário multiplataforma. Os livros digitais publicados já registraram mais de 100.000 visualizações em seu site. Todos os cento e oito títulos publicados no formato digital podem ser baixados gratuitamente (<https://seloppgcomufmg.com.br>) e visam principalmente o público acadêmico envolvido em pesquisas da área da Comunicação e Humanidades, seja no âmbito da graduação ou da pós-graduação. Esse foco, no entanto, não impede o encontro com leitores diversos que buscam informações no labirinto digital, vale lembrar, contaminado por falsas controvérsias que muitas vezes visam desqualificar o discurso científico.

Este relato de um projeto de divulgação da ciência realizado pela universidade pública busca descrever e explicitar como seu desenvolvimento realiza uma articulação das principais atividades da universidade pública — pesquisa, ensino e extensão —, permitindo um engajamento coletivo de professores e discentes, transformando uma demanda pontual em uma atividade editorial com longevidade e alcance. Nesse sentido, a iniciativa se assenta no cruzamento entre a divulgação científica em ambientes digitais (COSTA, CRUZ, 2020; ALBAGGI, MACIEL, ABDO, 2105, entre outros), o mercado editorial (REIMÃO, 1996; BUFREM, 2000; AMORIM, 2006, entre outros) e os desafios históricos da universidade brasileira (como discutido em RIBEIRO, 2015; MACEDO *et al.*, 2005; MENDONÇA, 2000, entre outros). Além disso, é pertinente destacar que o Selo Editorial PPGCom/UFMG é um canal relevante de *input* de dados referendados pela comunidade científica nas intrincadas controvérsias discursivas que habitam espaços de debate cada vez mais mediatizados (COULDRY & HEPP, 2017). Mesmo sendo uma pequena contribuição, é um contraponto possível, que, ao abordar a comunicação e seus meios, para além da consolidação do campo disciplinar, explicita aos leitores alguns dos artifícios utilizados pelos próprios dispositivos midiáticos. Acreditamos ainda que relatos como este podem inspirar outras iniciativas contribuindo para uma melhor qualificação do debate e da crítica no campo da produção editorial e da divulgação científica nas Humanidades.

Neste artigo iniciaremos com a recuperação do processo histórico da implantação do Selo e da sua linha editorial, para, então, caracterizar suas estratégias de comunicação, totalmente baseadas em ferramentas digitais, e, a seguir, seu planejamento visual e seu processo de produção. Um destaque especial será dado, nesse percurso, à sua nova identidade visual, criada em 2022.

Figura 1: Página inicial do Selo Editorial PPGCom/UFMG.



Fonte: <https://seloppgcomufmg.com.br>

2. De Onde Veio e Como É: Linhas Gerais da Evolução Editorial

O Selo Editorial PPGCom/UFMG foi criado pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação em 2014 a partir de demandas internas e também de um olhar sobre iniciativas similares desenvolvidas por instituições brasileiras e no exterior. Por um lado, assim, considerou-se a dificuldade que teses e dissertações defendidas no Programa encontravam em serem publicadas em casas editoriais comerciais, devido ao alto custo e/ou ao desinteresse por parte de editores. Com isso, parte significativa da produção acadêmica ficava relegada aos repositórios institucionais, sem que houvesse um maior esforço de difusão e circulação do conhecimento produzido. Essa situação não era, sem dúvida, exclusiva do PPGCom/UFMG, que, no entanto, tomou como referência iniciativas desenvolvidas, por exemplo, pelo PPGCom da Faculdade Cásper Líbero, no Brasil, e pelo Centro de Estudos em Ciências Sociais da Universidade do Minho, em Portugal. Ambas instituições publicavam livros digitais diversos, disponibilizando-os em suas páginas institucionais e obtendo o devido reconhecimento acadêmico das obras.

Assim, decidiu-se pela criação do Selo PPGCom/UFMG, que foi normatizado por resolução aprovada naquele mesmo ano. A proposta, piloto naquele momento, era a construção de um pequeno espaço editorial, com o suporte da Biblioteca da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas (onde o PPGCom/UFMG se situa), voltado para a publicação, sem custo para os autores, de livros digitais distribuídos gratuitamente. O Programa designou um docente para coordenar a implantação do Selo e disponibilizou um pequeno recurso para custear a elaboração da marca e do seu projeto gráfico. A proposta do Selo era — e isso se

mantém até hoje — utilizar o máximo possível de ferramentas de publicação gratuitas disponíveis na internet, mantendo-se como um projeto de custo mínimo e também, ao menos inicialmente, com pequeno volume de publicações. A seleção dos livros publicados considerava a iniciativa dos autores e também a diversidade de linhas de pesquisa do Programa.

Nesse momento inicial de implantação, entre 2014 e 2015, configurou-se a organização administrativa do Selo, composta por uma Coordenação Editorial, com 2 docentes do quadro permanente do PPGCom/UFMG (um coordenador e um subcoordenador); um Conselho Editorial, equivalente ao Colegiado do Programa; e um Conselho Científico, integrado por professores doutores de instituições brasileiras e do exterior. A Coordenação Editorial tem um mandato de 2 anos, podendo ser renovado sem restrições. Já o Conselho Científico tem um mandato de 5 anos e sua composição busca abranger diferentes países, regiões, instituições, perspectivas teóricas e gerações de pesquisadoras/es. Concebeu-se ainda, nesse momento, um fluxo básico de produção, a primeira marca, um padrão de capa e alguns procedimentos editoriais, como a adoção de um *template* a ser usado pelos autores para a submissão de originais, o que, pensou-se à época, facilitaria a produção visual dos livros. Foram publicados então os 5 primeiros livros do Selo, a partir das indicações das linhas de pesquisa e aprovação por parte de pareceristas *ad hoc*. Os livros, em pdf, foram disponibilizados na página do Selo, que foi organizado a partir de *software* livre da Public Knowledge Project (PKP). Um segundo padrão de capa foi concebido em 2016, após esse momento inicial de implantação. Além disso, devido à sua inoperabilidade, foi abandonado nesse ano o uso do *template*, substituído por diretrizes de formatação e organização dos originais.

A recepção inicial dos primeiros livros indicava que o diagnóstico feito em 2014 estava correto e que havia uma lacuna importante a ser preenchida por iniciativas como a do Selo. A demanda, que se previa inicialmente ser pequena, se ampliou consideravelmente e o Selo chegou ao primeiro semestre de 2018 com 24 livros publicados. Estes, por sua vez, já não compreendiam apenas aqueles que eram oriundos de teses e dissertações, contemplando também coletâneas (algumas com participação de discentes) e ensaios. Nesses anos, o PPGCom/UFMG observou não ser mais possível viabilizar as publicações sem uma fonte regular de recursos e a decisão, incorporada à resolução que regula a iniciativa, passou a prever:

O Selo PPGCom/UFMG poderá solicitar aos autores a cobertura dos custos de produção da obra, sendo que: a) às obras oriundas de teses e dissertações defendidas no PPGCom/UFMG não serão cobradas esse valor de custo; b) às obras produzidas por discentes do PPGCom/UFMG não serão cobradas esse valor de custo; c) às demais obras, o custo de produção não poderá exceder a 2(dois) salários mínimos; d) caberá ao Conselho Editorial, a definição de um custo médio de produção, a ser cobrado aos autores, nos termos deste artigo; e) o custo médio de produção poderá ser atualizado anualmente, a critério do Conselho Editorial. (Resolução interna Selo PPGCom/UFMG)

Sem poder contar com um aporte regular do programa de pós-graduação, dadas às limitações orçamentárias, decidiu-se então que o Selo deveria captar recursos, dentro de um limite pré-estabelecido e em consonância com a proposta de ser uma ação editorial de baixo custo. Nessa resolução atualizada, o Selo Editorial já é definido como uma ação de extensão e divulgação científica, vinculado ao PPGCom/UFMG, mas com autonomia editorial. Nesse

momento, entre 2018 e 2019, o Selo converteu-se, de uma iniciativa que atendia uma demanda interna, para uma ação de maior fôlego, de âmbito nacional e voltada não só para a Comunicação - que continua a ser a área prioritária - mas também para todas as Humanidades. Considerando apenas os organizadores das coletâneas e autores de obras monográficas, o Selo publicou livros de 153 pesquisadores, sendo 27,63% deles vinculados ao PPGCom/UFMG e 72,37% externos ao Programa. Esses livros, majoritariamente vinculados à comunicação, apresentam interface com áreas como a Psicologia, a Filosofia, a História e a Antropologia.

Em 2018, inicia-se o processo de ajustes que materializaram o que passou a ser a proposta definitiva do Selo Editorial PPGCom/UFMG, de atuar na publicação de obras cujos formatos (como coletâneas e ensaios), origem (arguições de doutorado, teses ou dissertações) ou mesmo temáticas (como trajetórias acadêmicas de pesquisadoras/es, de linhas, de grupos e de instituições de pesquisa) encontravam dificuldade em serem absorvidos por editoras comerciais e mesmo universitárias. O Selo reconhece-se então como tendo um papel complementar a essas editoras e afirma como missão a difusão de conhecimento produzido na pós-graduação. A Coordenação Editorial da época adotou então um conjunto de medidas estruturantes, de adequação a esse papel e a essa missão: a) o Selo foi registrado formalmente no Sistema Informação da Extensão, sendo institucionalizado portanto também no âmbito da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas e da Pró-Reitoria de Extensão da UFMG; b) foi feito um convênio com uma das fundações da Universidade para recebimento dos recursos e gerenciamento financeiro do projeto; c) foram revistas as normas editoriais e de submissão; d) foram revisados, do ponto de vista jurídico, os termos de compromisso e de cessão de direitos autorais. Parte desse trabalho foi desenvolvido em parceria com empresas juniores da UFMG ou com egressos da instituição.

Além dessas adequações de gestão, houve ainda um conjunto de mudanças editoriais. As publicações passaram a ser organizadas em coleções, que se ampliaram ao longo dos anos seguintes e se consolidam atualmente como 7 (sete): *Olhares transversais*, para coletâneas temáticas; *Ensaio*, que publica textos monográficos curtos; *Dissertação*, para livros oriundos de trabalhos de conclusão do Mestrado; *Tese*, para livros oriundos de trabalhos de conclusão de Doutorado; *Trajetos*, implantada em 2020, que é voltada para obras que apresentam perfis, bios, memoriais e trajetórias de pesquisadoras e pesquisadores, de grupos e instituições de pesquisa; *Limiares*, implantada entre 2020 e 2021, e voltada para produções que se desenvolvem nas fronteiras epistêmicas nas Humanidades e de escrita acadêmica; e, por fim, *Sala de aula*, lançada em 2023, que abriga obras elaboradas por pesquisadoras e pesquisadores da pós-graduação destinadas ao ensino de graduação. Uma coleção, “Arguições”, que se destinava à publicação de textos oriundos das defesas de Doutorado, implantada em 2016, foi, em 2023, incorporada à *Tese* e passou a ser caracterizada como subcoleção, *Tese: Arguição*.

A revisão por pares já vinha sendo adotada desde a implantação do Selo. Em 2018, desenvolveu-se uma ficha de avaliação, que passou a orientar a apreciação dos originais por parte dos pareceristas *ad hoc*. Reforçou-se ainda a cultura de que tais pareceristas não integram o quadro docente do PPGCom/UFMG, sendo necessariamente doutoras/es vinculados a PPGs e grupos de pesquisa brasileiros. Em função desses ajustes, o projeto gráfico foi revisto e atualizado, de modo a incorporar elementos de identificação (marcas e padrões de capa) para as coleções. Além disso, foi adotada a padronização gráfica de suas páginas internas, incluindo paratextos.

Nesse processo, foi necessária uma adequação administrativa do Selo que, a partir de 2020, passou formalmente a contar com uma Coordenação de Produção, responsável pelo projeto gráfico e produção dos livros. Antes, esse papel era desempenhado pela Coordenação Editorial, mas a ampliação dos títulos, da demanda e das coleções levou ao estabelecimento dessa Coordenação, composta por dois docentes. Uma adequação fundamental nesse momento ainda foi a construção da nova página do Selo, com interface mais atual e dinâmica, abandonando-se então o *software* da PKP. A nova página buscou oferecer informações precisas, navegabilidade mais amigável e agilidade nos processos de publicação. Desde então, toda submissão ao Selo é feita através de sua página, dando início um fluxo editorial que pode ser assim sintetizado:

- 1) Após o recebimento dos originais, via página, a Coordenação Editorial os revisa e, caso necessitem de adequações, é feito o contato com os autores; caso não, o material é encaminhado para parecerista *ad hoc* escolhido por sua expertise em relação ao tema da obra;
- 2) O prazo usual para a avaliação *ad hoc* é de 30 dias, tendo o parecerista a liberdade de indicar ajustes e correções. Se o parecer indica a publicação, uma síntese é encaminhada aos autores, incluindo a sugestão de ajustes necessários ou possíveis. Caso o parecer indique a inadequação do material, ele é encaminhado a uma segunda apreciação. Em se confirmando a impertinência da obra, os autores são informados. Quando há divergência entre os pareceres, a Coordenação Editorial exerce seu poder de arbítrio, apoiando-se, caso queira, na apreciação do Conselho Editorial. Caso se opte pela continuidade do processo de publicação, uma síntese dos pareceres, incluindo as inadequações apontadas, é apresentada aos autores;
- 3) Após o recebimento da síntese do(s) parecer(es), no caso da publicações aprovadas os responsáveis têm prazo livre para promoverem ajustes e revisões nos originais que, atualizados, são devolvidos ao Selo por e-mail;
- 4) Com os originais revisados em mãos, inicia-se a diagramação e promove-se o registro e a catalogação da obra;
- 5) Já diagramada, ela é encaminhada aos responsáveis para uma última revisão;
- 6) Após a resposta dos autores, o livro é disponibilizado e publicado na página, quando, então,
- 7) Inicia-se o processo de divulgação da obra. Como se pode ver, a página do Selo na internet tem diferentes papéis, sendo a porta de entrada para as publicações, seu repositório, o espaço de busca e a interface mais acessível com leitoras/es. Nesse sentido, ela é parte importante da estratégia de Comunicação do projeto, tal como detalhado a seguir.

Em consonância com sua proposta de atuação em nível nacional, em 2020, o Selo lança uma Chamada pública, nacional, voltada para a publicação, em custos ainda mais baixos que os usuais, de livros oriundos de teses e dissertações defendidas em outros PPGs em Comunicação no Brasil que não o da UFMG. Foram, naquele momento, cerca de 50 inscrições, que foram apreciadas por uma Comissão composta especialmente para essa iniciativa. Foram selecionados 10 livros, publicados ao longo de 2021. Em 2022, o Selo lança uma segunda Chamada com o mesmo propósito e procedimentos de seleção, sendo contemplados 16 trabalhos, cuja publicação se dá em 2023. As Chamadas, se articuladas à projeção nacional do

Selo Editorial PPGCom/UFMG, se tornaram viáveis quando o projeto assume também seu caráter formador. Entre 2015 e 2018, no período de afirmação do Selo, os livros passaram a ser diagramados, sob supervisão docente, por discentes vinculados ao PPGCom/UFMG. A partir de 2018, o Selo passou então formalmente a contar com bolsistas regulares, oriundos da graduação e pós-graduação, que atuam tanto nos processos gráficos quanto na gestão do fluxo editorial, nas ações de comunicação e nas dinâmicas de planejamento e avaliação.

3. Não Basta Publicar, É Preciso Circular e Alcançar Leitoras e Leitores

Ao adotar um sistema de publicação que tira proveito da agilidade que os meios digitais permitem, as publicações do Selo pretendem dar visibilidade a textos científicos sintonizados com o debate contemporâneo, diferenciando-se neste aspecto de editoras universitárias que se mostram sobrecarregadas por conta do excesso de publicações e também das revistas científicas, pelo esforço de adaptação para públicos mais amplos. As ações de comunicação do Selo Editorial PPGCom/UFMG têm como objetivo principal ampliar a sua missão primeira, que é a de promover a públicos mais amplos a difusão do conhecimento produzido na pós-graduação em Comunicação e Humanidades. Assim, esses diferentes produtos foram concebidos como ações de divulgação científica (ALBAGLI, MACIEL e ABDO, 2015) que se desenvolvem em articulação com os livros digitais publicados. Atualmente esses produtos envolvem materiais verbovisuais (*newsletter*), audiovisuais (*lives*), sonoros (*podcast*) e para redes sociais (conteúdo). Para levantamento de dados e análises de alguns resultados, contamos com as ferramentas do Google Analytics (*website*) e Painel profissional/Insights sobre a conta (Instagram).

Esses produtos são articulados entre si e foram desenvolvidos ou atualizados nos últimos três anos: os perfis em redes sociais digitais (Instagram e Facebook) foram revistos e reorganizados em 2020; o projeto “Diálogos”, *lives* realizadas no canal do YouTube do PPGCom/UFMG com a participação de autoras e autores publicados pelo projeto em conversas sobre temas afins em suas pesquisas, foi concebido e implantado em 2022, assim como a *newsletter* “Carta do Selo” que bimestralmente é enviada à lista de e-mails, à qual é possível se inscrever via *website*. Em 2023, foi planejado e desenvolvido um novo projeto, “Orelha”, *podcast* para veiculação em plataformas de áudio com versões editadas das *lives*, realizado em parceria com o Laboratório de Experimentações Sonoras da Fafich. A primeira temporada do “Orelha” foi lançada em setembro de 2023, estando disponível gratuitamente em serviços de *streaming*, como o Spotify. Já a apresentação do Selo em eventos científicos da área da Comunicação, que se iniciou com uma apresentação no Grupo de Pesquisa em Produção Editorial do Intercom em 2023, está sendo organizada para se tornar algo constante e regular.

Apresentaremos uma breve panorâmica: no período de 4 a 31 de agosto de 2023, o *website* contou com 3.101 visualizações, 1.009 usuários e 911 usuários novos (utilizadores que interagiram ou iniciaram a sua aplicação pela primeira vez), acessando 1.626 seções. Contando apenas os usuários, a descrição do público que acessou é composto por Mulheres (64,8%) e Homens (35,2%), com idade entre 18-24 anos (40,0%) e 25-44 anos (60%); de Belo Horizonte (20,46%) e outras capitais como São Paulo, Salvador, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Brasília, Fortaleza, Recife (somando 79,54%); de nacionalidades brasileira (87,21%), e de outros países como Portugal, Estados Unidos, Irlanda, Suécia, China, França e Canadá (somando 12,79%). Nos últimos 12 meses, os 5 livros mais acessados foram os apresentados no Quadro 1.

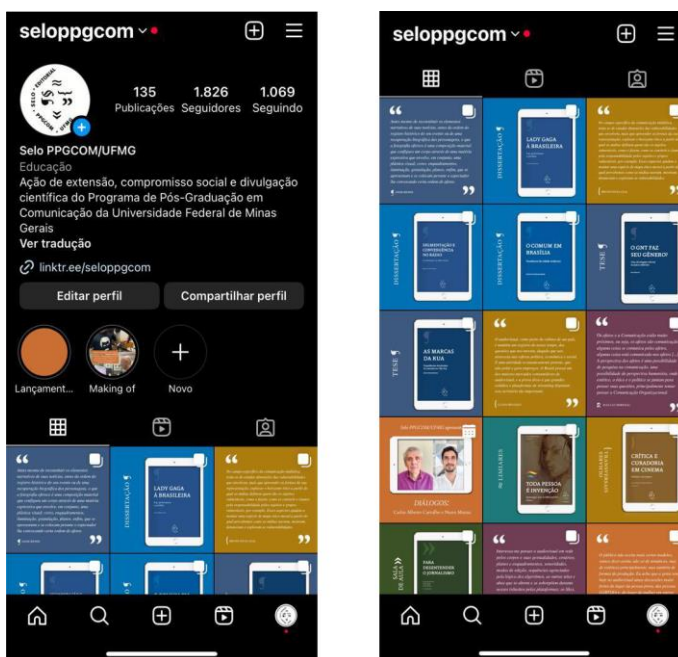
Quadro 1: Livros mais acessados nos últimos 12 meses.

Livro	Coleção	Instituição
Crítica e curadoria em cinema – Múltiplas abordagens	Olhares Transversais	UFPE
Para desentender o jornalismo	Sala de aula	UFMG, UFU
Toda pessoa é invenção – Antologia viva LGBTQIAPN+	Limiaries	UFMG
Pensar a inteligência artificial: Cultura de plataforma e desafios à criatividade	Ensaio	PUC-SP
Deixa a gira girar – Corporeidades musicais em tempos de escuta conexas	Ensaio	UFPE, UFRN, UFAL

Fonte: Google Analytics

No Instagram, principal plataforma de divulgação dos livros e produções comunicacionais do Selo, o perfil foi iniciado em 27 de fevereiro de 2020 e conta atualmente com 1.826 seguidores e 135 publicações. Sobre os resultados recentes, no período de 2 a 30 de agosto de 2023, o perfil conquistou mais 140 seguidores (aumento de 8,3%) em comparação ao período anterior (3 de julho a 1º de agosto de 2023), alcançou 1.225 contas (54,93% de seguidores e 45,07% de não seguidores). Do público alcançado, 58,9% são mulheres e 41,1% homens, com idade entre 25 e 34 anos (36%), 35 a 44 anos (31%), 18 a 24 anos (13,2%) e 45 a 54 anos (11,5%), os principais países são Brasil (81,7%), Estados Unidos (5,3%), Argentina (1,5%) e Chile (1,2%) e as principais cidades são Belo Horizonte (19,9%), Salvador (6,8%), São Paulo (4,7%) e Recife (3,1%).

Figura 2: Visualização parcial da página inicial do perfil no Instagram.



Fonte: www.instagram.com/seloppgcom

Analisando os dados dos indicadores do website pelo Google Analytics e do Instagram pelo Painel Profissional/Insights sobre a conta, percebemos algumas semelhanças: o público formado em sua maioria por mulheres, com predominância da faixa etária entre 25 e 45 anos de idade, o que revela um público jovem e jovem adulto, que estão mais inseridos no ambiente digital, ainda que no Instagram se constate a presença de públicos com 45 anos ou mais; quanto à residência, a maioria está ou mora em Belo Horizonte, mas abarca outras capitais, principalmente do Nordeste, Sudeste e Sul; os acessos predominantes se dão no Brasil, mas o Selo atinge outros países, o que revela um processo de maior capilaridade de alcance a outros públicos para além da geolocalização de sua sede. Chamam atenção os dados de crescimento do Selo, tanto em quantidade de acessos ao website quanto no Instagram, com a chegada de novos usuários/seguidores.

As *lives* “Diálogos” são realizadas bimestralmente e ao vivo no canal do YouTube do PPGCom/UFGM (<https://www.youtube.com/@PPGCOMUFGM/>), por meio da plataforma StreamYard. Os encontros são mediados por um/a docente convidado/a e o público participante da transmissão ao vivo pode propor questões e perguntas no *chat*. Como as *lives* ficam salvas no canal, o público pode acessá-las para além da transmissão inicial, o que aumenta exponencialmente a quantidade de visualizações ao longo do tempo. Os vídeos, em 31 de agosto de 2023, traziam os seguintes números: Diálogos: Thiago Ferreira “Manueca” e Tiago Segabinazzi (realizada em 18/07/2022, total de 247 *views* atuais), Diálogos: Sônia Pessoa e Carlos Mendonça (realizada em 19/09/2022, 129 *views* atuais), Diálogos: Adriana Amaral e Mariana Lins (realizada em 21/11/2022, 117 *views* atuais), Diálogos: Tiago Salgado, Maria Ângela Mattos e Fred Tavares (realizada em 23/01/2023, 182 *views* atuais), Diálogos: Mariana Mól e Reynaldo Maximiano (realizada em 27/03/2023, 92 *views* atuais) e Diálogos: Carlos Alberto Carvalho e Nuno Manna (realizada em 3/07/2023, 50 *views* atuais). Das seis edições realizadas, percebe-se uma média de 136 visualizações, o que consideramos relevante para um conteúdo acadêmico e editorial de divulgação científica que se iniciou há um ano.

Figura 3: Visualização parcial da página do canal do YouTube do PPGCOM UFGM.





SeloPPGCOM/UFMG apresenta
Diálogos: Adriana Amaral e Marian...

117 visualizações

• Transmitido há 9 meses

Fonte: <https://www.youtube.com/@PPGCOMUFMG/>

Os áudios das cinco primeiras *lives* foram editados para versão em *podcast*, compondo um novo produto comunicacional do Selo intitulado “Orelha”. A proposta é que a cada cinco ou seis *lives* realizadas no YouTube formem uma temporada do *podcast*, ampliando a circulação dessas conversas para outras plataformas, no caso, de áudio. Os áudios foram roteirizados e ganharam uma cabeça inicial (apresentação do *podcast* e do apresentador) e uma assinatura ao final (com ficha técnica e informações sobre o Selo). A primeira temporada está em fase de finalização e em breve estará disponível nas plataformas Spotify e Deezer.

A “Carta do Selo” é uma *newsletter* bimestral distribuída atualmente pela plataforma MailChimp a 496 contatos de e-mail de usuários do Selo que se cadastraram em formulário específico na página do projeto. Contém as seções de Lançamento (últimos livros lançados), Curadoria (livros já publicados e selecionados a partir recorte temático, reaquecendo sua visibilidade), Estante (com *link* de acesso às Coleções no *site*), Agenda (divulgação das *lives* “Diálogos” e outros eventos e editais do Selo) e Publique conosco (principais informações para pessoas autoras interessadas em publicar no Selo). Foram realizadas até o momento cinco edições com os seguintes resultados de acesso em ordem decrescente: Carta do Selo #5 (enviada em 30/06/2023, 53,3% de acesso pelos contatos), Carta do Selo #4 (enviada em 27/03/2023, 44,3% de acesso pelos contatos), Carta do Selo #3 (enviada em 20/01/2023, 43,1% de acesso pelos contatos), Carta do Selo #2 (enviada em 18/11/2022, 57,5% de acesso pelos contatos) e Carta do Selo #1 (enviada em 16/09/2022, 42,2% de acesso pelos contatos). Percebe-se um bom volume de acessos e espera-se crescimento com a quantidade de contatos inscritos.

4. A Criação Visual e Seus Processos, Inclusive Formativos

Desde seu início, o Selo esteve relacionado ao Atelier de Publicidade, um projeto de ensino que funciona como espaço laboratorial para que discentes, bolsistas e voluntários atendam a demandas de comunicação diversas da própria UFMG. Estes discentes são estimulados a participar do atelier por meio de chamadas internas e, especialmente, após cursar algumas disciplinas, oficinas e laboratórios, especialmente as que se relacionam às atividades de criação. Diante da complexidade enfrentada para a criação de identidade visual e do projeto gráfico deste projeto editorial foi necessário incluir como parte do processo um esforço de

revisão bibliográfica, com títulos extraídos do referido conjunto de disciplinas, buscando aplicar o conhecimento para solucionar desafios de tipografia, de composição, de cores. Entre as referências revisadas, citamos: *Elementos do estilo tipográfico* (BRINGHURST, 2009); *Tipografia digital* (FARIAS, 1998), *Sinais e símbolos* (FRUTIGER, 1999); *A cor como informação* (GUIMARÃES, 2000); *A linguagem da tipografia* (DUPLAN, 2013). O Atelier também recebe bolsistas de áreas afins tais como artes e design através da Fundação Mendes Pimentel que assiste aos alunos carentes.

Dito isso, sob orientação docente, discentes da graduação foram responsáveis pela elaboração de identidade visual, projeto gráfico e diagramação dos livros. Até chegar à configuração atual, já foram criadas quatro diferentes identidades e projetos gráficos, respectivamente em 2014, 2016, 2019 e 2021. A criação e suas reformulações foram guiadas para que a informação pudesse ser acessada com facilidade e conforto, especialmente no formato digital. Além disso, o posicionamento editorial exigia processos de diagramação e publicação que pudessem ser realizados e apreendidos reiteradamente com agilidade. No entanto, a diversificação de coleções e a publicação de obras específicas, demandaram que se criassem algumas variações e exigiram mais versatilidade na aplicação de elementos gráficos característicos. Atualmente a diagramação dos títulos fica a cargo de alunos da pós-graduação, que recebem bolsas do Selo, uma solução provisória para mitigar os efeitos recentes da redução de recursos por parte das agências de fomento. Tal arranjo pode ser viabilizado a partir da captação de recursos junto ao PPGCom/UFMG, em editais de extensão. Ademais, são realizadas parcerias e captação de recursos com outras instituições e as agências de fomento Capes, CNPq e Fapemig. O processo editorial do Selo também já foi motivo para ao menos duas disciplinas da graduação, direcionadas a enriquecer a experiência editorial tanto dos editores quanto de discentes, mais uma vez estreitando sua aproximação com o ensino.

Como mencionado anteriormente, o fluxo de diagramação dos livros inicia-se após o recebimento do parecer favorável de avaliadores externos, que encaminham eventuais sugestões de correções aos autores. Os manuscritos revisados pelos autores são armazenados em uma pasta específica de armazenamento em nuvem (Google Drive). Neste momento a coordenação de produção aciona um dos diagramadores disponíveis, a fim de iniciar o processo. Os arquivos originais, em formato Word, são analisados e preparados para importação no Adobe InDesign. A diagramação segue um padrão de estilos definido no projeto gráfico do Selo, que orienta todo o trabalho de composição das capas e do miolo do livro. Foram definidos padrões para parágrafos, citações recuadas, títulos, subtítulos, divisões de capítulos, divisões de partes, legendas e tabelas, que contemplam regras de espaçamento entre linhas, tamanho das fontes, uso de negritos e itálicos, dentre outras regras de formatação. Usando o projeto gráfico como referência, os diagramadores possuem autonomia para gerar uma primeira versão do livro, que retorna à coordenação de produção para uma primeira revisão. Após algumas rodadas de ajustes e revisões, a primeira versão do livro é encaminhada aos autores e autoras, para avaliação. Terminadas as rodadas de revisão, a versão em PDF final do livro é gerada.

Em seguida são geradas as informações e os arquivos suplementares para a publicação do livro no *website* do Selo, tais como as imagens da capa, metadados descritivos e informações públicas sobre a publicação, tais como um minicurriculo dos autores e autoras, ficha técnica e breve descrição. O *website* do Selo foi desenvolvido na ferramenta de CMS (*Content Management System*) Wordpress, o que permite à equipe realizar a gestão de publicações de maneira ágil.

A publicação desse conteúdo no *website* e a inserção de metadados descritivos no próprio arquivo PDF é uma tarefa estratégica do ponto de vista de SEO (*Search Engine Optimization*), a fim de tornar as publicações relevantes nos mecanismos de busca, como o Google. Dessa maneira, o Selo também se preocupa em estimular que os livros sejam listados logo nas primeiras páginas dos buscadores, em buscas por palavras-chave relacionadas ao tema. Uma outra estratégia complementar e fundamental para esse impulsionamento são as ações de divulgação nas redes sociais do Selo, em especial no nosso perfil do Instagram. Atualmente, cerca de 50% da aquisição de tráfego no *website* do Selo ocorre por acesso direto, 20% por busca orgânica e 20% por redes sociais, segundo dados coletados na plataforma Google Analytics.

Figura 4: Quatro diferentes tipologias de capas da coleção com maior número de títulos publicados, *Olhares Transversais*, lançadas respectivamente em 2014, 2016, 2019 e 2021.



Fonte: <https://seloppgcomufmg.com.br>

5. Qual a Cara do Selo?

Como mencionado anteriormente, nove anos depois de sua criação, os padrões gráficos de capa e miolo se encontram na sua quarta versão, notando-se que as modificações foram realizadas, por um lado, para absorver o crescimento da demanda e diversificação de coleções, e, por outro, para sobreviver à previsível escassez de recursos e de tempo. Nesse sentido, um princípio orientador foi a economia de elementos compositivos com vistas a facilitar as tarefas de composição e diagramação. Tal orientação se materializou em uma identidade que se limita a usar elementos ortográficos e para-ortográficos, praticamente eliminando a utilização de imagens nas capas. Esta solução tipográfica comunica a temática e a qualidade crítica discurso acadêmico de forma simples e direta aos leitores. Se as imagens distorcidas e abstratas que foram utilizadas nas primeiras capas rapidamente desapareceram, as coleções *Trajetos* e *Limiaries* voltaram a utilizar imagens, constituindo um elemento de diferenciação, sem impedir de manterem identidade com os elementos tipográficos das demais coleções.

Figura 5: Exemplos recentes das coleções *Trajetos* e *Limiaries* que utilizam imagens nas capas.



Fonte: <https://seloppgcomufmg.com.br>

Símbolos tipográficos identificam as coleções e seu conjunto compõe o logotipo do Selo Editorial PPGCom/UFMG. Ao destacar e colocar em primeiro plano símbolos e caracteres pouco utilizados, o logotipo pretende tornar visível a tipografia e sua função de mediação ao texto discursivo. Tal gesto de criação visa replicar ao público os processos de mediação que caracterizam o próprio campo da comunicação. A composição do conjunto de símbolos tipográficos que identificam as coleções subverte seus significados e funções específicas ao configurar um rosto, talvez, o mais antigo suporte para comunicar. O rosto-logotipo, como se buscasse seduzir, piscar para o público, convidando-o a perceber que o sentido se configura somente a partir de seu olhar, de sua leitura. O flerte com a composição pode se desdobrar caso os leitores se perguntem qual o gênero do rosto. Além dos princípios de funcionalidade e legibilidade que guiaram a escolha das famílias tipográficas para a composição do miolo dos

livros – *Minion Pro* e *Meta* –, a tipografia utilizada nos títulos e nos elementos tipográficos que caracterizam as coleções – *Andralis* – foi escolhida também por ter sido desenhada por um tipógrafo argentino, Rubén Fontana. Tal escolha busca trazer para a identidade gráfica uma aplicação prática do pensamento decolonial que atravessa muitos textos que são publicados. Por fim, uma paleta de cores foi definida para identificar as diferentes coleções.

Figura 6: Símbolos tipográficos e paleta de cores utilizados para identificar as coleções.



Fonte: <https://seloppgcomufmg.com.br>

Figura 7: Logotipo com e sem assinatura, formado com elementos tipográficos, 2021.



Fonte: <https://seloppgcomufmg.com.br>

6. Considerações em Meio ao Percurso: Desafios Cotidianos

À medida que amadureceu, o Selo Editorial PPGCom/UFMG se tornou, de uma proposta tímida e circunscrita, uma ação de comunicação e divulgação científica de fôlego e âmbito nacionais. Viu, nesse processo, seus fluxos de produção, editoriais e de comunicação se tornarem mais complexos e diversificados, passando a ser um projeto coletivo, para o qual contribuem docentes e discentes de expertises diversas. Além disso, tornou-se também um espaço de formação na graduação e na pós-graduação. Observou, ainda, um grande crescimento no número, na diversidade e na repercussão de suas publicações, que, como apontamos, circulam hoje internacionalmente. Nesses 9 anos, o Selo Editorial PPGCom/UFMG inspirou outras iniciativas, vinculadas a editoras universitárias, outros programas de pós-graduação e mesmo sociedades científicas.

Se pode ser vista como uma iniciativa bem-sucedida, não se pode perder de vista os desafios cotidianos que a envolvem. O Selo Editorial PPGCom/UFMG, como vários projetos na Universidade brasileira, depende fortemente: a) do engajamento pessoal dos docentes que atuam na Coordenação Editorial e na Coordenação de Produção, que dedicam parte considerável de sua carga horária de trabalho ao planejamento, coordenação e execução das diferentes atividades a ele vinculadas; b) do apoio institucional do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, que o regula; c) de uma atenção constante a editais de fomento e bolsas, que aliviam, ainda que circunstancialmente, os seus custos de produção e administrativos e, especialmente, vem permitindo a atuação mais ou menos regular de bolsistas; d) do difícil e inconstante equilíbrio entre demanda e produção.

Nesse último caso, isso compreende tanto um aspecto financeiro quanto de condições de produção. Os livros publicados têm ou custo zero (caso de livros de discentes do PPGCOM/UFMG ou por decisão da Coordenação Editorial) ou muito baixo, conforme determina a resolução que regulamenta o Selo. É essa pequena entrada de caixa que permite o pagamento de bolsistas e demais custos editoriais, sendo então necessário um acompanhamento constante de suas contas. Uma vez que essa arrecadação não envolve cifras mais robustas, o orçamento do Selo é um constante limitador. Essa realidade não tem nenhuma previsão de se alterar, uma vez que se articula a um fundamento do projeto, uma ação de divulgação científica vinculado a uma universidade pública e gratuita. O lançamento bianual das Chamadas, por sua vez, amplia o desafio de harmonizar o recebimento dos originais e as publicações. Já faz alguns anos, o Selo recebe uma demanda flutuante, mas constante, de publicações de pesquisadoras/es de outras instituições que não a UFMG, além de acolher as produções internas do PPGCOM/UFMG, em especial de discentes. As Chamadas como que dobram o número de livros publicados anualmente, o que exige um grande esforço tanto de planejamento quanto do seu processo de produção.

Parte desses desafios são minimizados pela submissão de propostas a editais de fomento, que vem permitindo a diversificação de bolsistas. No entanto, o Selo paga o preço de seu ineditismo: são raros os editais de fomento que compreendem iniciativas de extensão e divulgação científica voltadas para livros digitais, sendo mais comuns aqueles de caráter genérico (para a extensão) ou destinados a periódicos e museus. Apesar disso, aos poucos o Selo Editorial PPGCOM/UFMG se consolida como uma ação perene, com cada vez mais reconhecimento na área da Comunicação. Uma maior presença nas Humanidades, se está no horizonte, implica não só o enfrentamento cotidiano dos desafios aqui apresentados, que implicam, tal como se pôde ver, a revisão e aprimoração constante de seus processos e fluxos.

REFERÊNCIAS

ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L.; ABDO, A. H. (Org.). **Ciência aberta, questões abertas**. Brasília: Ibiect; Rio de Janeiro: Unirio, 2015.

AMORIM, G. (org.). **Políticas públicas do livro e da leitura**. Brasília/São Paulo: Organização dos Estados Americanos/Cultura Acadêmica, 2006.

BRINGHURST, R. **Elementos do estilo tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

BUFREM, L. S. **Editoras universitárias no Brasil**. Uma crítica para a reformulação da prática. São Paulo: Edusp, Com Arte, 2000.

COSTA, V. S.; CRUZ, L. T. Textos de ciência em ambiente digital. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, v. 17, p. 175-184, 2020.

COULDRY, N. & HEPP, A. **The mediated construction of reality**. Cambridge, UK, Maiden, MA: Polity Press, 2017.

DUPLAN, P. **A linguagem da tipografia**. São Paulo: Rosari, 2013.

FARIAS, P. **Tipografia digital**. O impacto das novas tecnologias. Rio de Janeiro, 2AB, 1998.

FRUTIGER, A. **Sinais e símbolos**. Desenho projeto e significado. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

GUIMARÃES, L. **A cor como informação**. A construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2000.

MACEDO, A. R.; TREVISAN, L. M. V.; TREVISAN, P.; MACEDO, C. S.. A Educação Superior no Século XXI e a Reforma Universitária Brasileira. **Ensaio**, Rio de Janeiro, v.13, n.47, p. 127-148, abr./jun. 2005.

MENDONÇA, A. W. A Universidade no Brasil. **Rev. Bras. Educ.** [online]. 2000, n.14, pp.131-150.

REIMÃO, S. **Mercado editorial brasileiro**. São Paulo: Com-Arte, 1996.

RIBEIRO, R. J. **A universidade e a vida atual**. São Paulo: Edusp, 2015.