
Da faculdade para o mundo: nascimento do perfil de Instagram @p.editorial.ufrj¹

Liciane Guimarães Corrêa²
Universidade Federal do Rio de Janeiro — UFRJ /
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro — PUC-Rio

Resumo

Ao mesmo tempo divulgar o curso de Produção Editorial e oferecer às discentes e futuras editoras a experiência de criação de conteúdo desde a redação até a publicação: assim nasceu, em 2024, o Instagram de Produção Editorial da Escola de Comunicação da UFRJ. A proposta deste artigo é criar uma memória sobre a iniciativa e documentar o percurso formativo das extensionistas durante a elaboração de posts sobre o mundo da edição e da faculdade, num fluxo de produção que segue a metodologia de Aprendizagem Baseada em Projetos e tenta se aproximar das tarefas de um editor de livros.

Palavras-chave: Produção Editorial na UFRJ; produção de conteúdo; mídias sociais.

A habilitação de Produção Editorial no curso de Comunicação Social na UFRJ existe desde 1971, mas não é incomum encontrar pessoas que buscaram a faculdade de Letras ou Jornalismo na expectativa de fazer uma graduação que as levasse ao tão sonhado trabalho com livros. Produção Editorial sempre teve bem menos visibilidade do que os outros dois cursos neste país em que, segundo a mais recente pesquisa Retratos de Leitura no Brasil (Instituto Pró-Livro, 2024), temos uma população majoritariamente de não leitores — 53% das pessoas disseram não ter lido nenhum livro nos últimos três meses, critério usado pelo Instituto Pró-Livro para definir o que é ser leitor.

Relatos de colegas profissionais do livro afirmam que eles sequer sabiam da existência do curso até que conheceram algum colega de trabalho formado em Produção Editorial. A profissão de editor não é regulamentada no Brasil, e com isso falta consciência da necessidade de um curso de ensino superior de capacitação dedicado à área. Como lembra José de Souza Muniz Jr. (2018), professor do curso de Letras/Tecnologias de Edição no Cefet-MG, no início do artigo “O mercado profissional e a formação em edição”, os primeiros editores aprenderam a profissão na prática, e os que vieram depois aprenderam com colegas de trabalho ou no seio familiar, considerando que

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora substituta na Escola de Comunicação — ECO/UFRJ (2024-2025), doutoranda no PPGCOM da PUC-Rio. Contato: licianegcorrea@gmail.com.

temos um mercado brasileiro predominantemente formado por empresas de estrutura familiar — até hoje, sete anos depois da publicação do texto.

Se estamos num país de poucos leitores, por outro lado, a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2024 (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 2025) indica que 99% de jovens entre 15-17 anos têm perfil em redes sociais e que 81% são usuários de Instagram. No espírito de colocar o curso de Produção Editorial no radar de jovens vestibulandos e de outras pessoas interessadas em cursar uma graduação voltada para a atuação no mercado editorial, e diante da necessidade de que os graduandos de PE cumpram 320 horas de extensão (10% da carga horária total do curso), em 13 de agosto de 2024 nasceu o perfil @p.editorial.br. Para cadastrar as horas de extensão das discentes, o projeto foi inserido no projeto de extensão Educação Literária, sob responsabilidade do então coordenador de Produção Editorial, prof. dr. Mário Feijó.

Os mesmos processos que estruturam o fazer de livro foram aplicados no dia a dia do projeto — seleção, redação, aprovação e revisão de conteúdo; cronograma e organização do fluxo de produção; e projeto gráfico, diagramação e visto de diagramação —, como se cada post fosse um microlivro. Embora, como aponta Roger Chartier (2002, p. 109) ao se dedicar sobre as diferenças de escrever para código e para ebook, haja uma diferença epistemológica fundamental por causa de materialidade e formas como as informações se organizam, e

a ordem dos discursos é assim estabelecida a partir da materialidade própria de seus suportes: a carta, o jornal, a revista, o livro, o arquivo etc.[, i]sso não acontece mais no mundo digital, onde todos os textos, sejam eles quais forem, são entregues à leitura num mesmo suporte (a tela do computador) e nas mesmas formas (geralmente as que são decididas pelo leitor). É assim criada uma continuidade que não mais distingue os diferentes gêneros ou repertórios textuais que se tornaram semelhantes em sua aparência e equivalentes em suas autoridades.

Considerando que a tecnologia fez os celulares substituírem os computadores como principal aparelho de acesso à internet, e que o movimento de passar as telas de um carrossel no Instagram é o mesmo de passar as páginas de um livro digital no dispositivo, também poderíamos pensar que todos os posts, caso reunidos sob um ISBN em formato .ePub, formariam uma coletânea. A experiência de produção do Instagram, assim, proporciona às alunas o aprendizado análogo ao de um departamento editorial produzindo um livro semana a semana.

A formação de equipe

Já conheço o projeto há um tempo, estou sempre acompanhando os posts pelo Instagram e acho um trabalho incrível. Tenho vontade de contribuir como eu puder para fazer com que esse projeto cresça cada vez mais, ainda mais atuando como redatora e revisora.

Priscila Trindade, em entrevista de seleção para a equipe 2025.1

O formulário de seleção para a equipe foi enviado às três turmas para as quais lectionei em meu primeiro semestre como professora substituta (2024.1), e em 23 de julho todas as sete candidatas receberam meu e-mail de boas-vindas ao projeto. O primeiro grupo de extensionistas voluntárias, atuando entre 5 de agosto (data da primeira reunião) e 23 de dezembro de 2024 (post de *Bookmas*), foi formado por seis discentes. Em nossa primeira reunião, por Google Meet, a equipe decidiu coletivamente pelo nome do perfil: @p.editorial.ufjf não é muito grande, não tem a leitura dificultada por falta de cedilha e til e cria identificação rápida com a universidade. Essa preocupação reflete a atenção da equipe ao conceito de design centrado no usuário e à estrutura de metadados, que são informações de suma importância num mercado editorial cada vez mais competitivo, com centenas de livros disponibilizados mensalmente para os leitores.

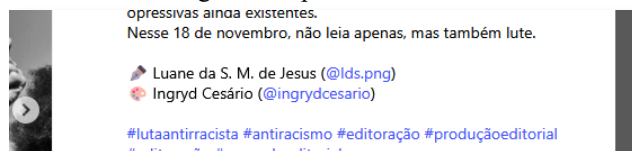
Desde o início, ficou estabelecido que seguiríamos um modelo horizontal e dialógico de gestão e que eu, na posição de professora, contribuiria como facilitadora, promovendo a mediação de saberes e assegurando os instrumentais necessários para o bom andamento de tudo e a qualidade do conteúdo publicado. Assim, também na primeira reunião, escolhemos quais tipos de publicações faríamos, pensamos como divulgar o perfil (lambes com QR code colados pelo *campus* da Praia Vermelha, fala na Semana de Calouros e mensagem no grupo de WhatsApp dos calouros) e confirmamos a divisão dos trabalhos: gestão com Luana Magalhães (6º período)³, redação por Carolina Thomé (6º), Luane da Silva (7º), Maria Eduarda Saviolo (6º) e Mariana Leticia (6º), e artes por Ingrid Cesário (8º). Também aprovamos a identidade visual, com poucas alterações.

Para renovação da equipe em 2025.1, fizemos uma chamada no próprio perfil. Todas as quatro candidatas foram selecionadas: Beatriz Tavares (3º) à frente da gestão; Priscila Trindade (3º) na redação geral; e Isabela Peclat (4º) e Leticia Hernandez (3º) na redação de projetos especiais (entrevistas com egressos e curadoria de TCCs defendidos). Nesse momento, as redadoras passaram a acumular a função de revisoras. Thays Luz (12º), em convite direto, também veio integrar o projeto, dividindo com Ingrid a tarefa de produzir todas as artes, com exceção das divulgações de aula aberta, feitas por mim, por

³ Período letivo em que cada discente estava quando entrou no projeto.

serem uma demanda extraordinária. Desde o início, as alunas são creditadas na legenda das publicações, opondo-se ao histórico de invisibilidade dos profissionais do livro, dado que várias editoras não citam copidesques e revisores nas páginas de créditos das edições. Essa característica do nosso perfil é reforçada em todas as reuniões, para que a equipe entenda a importância da valorização profissional e do próprio trabalho.

Figura 1 — *Print* dos créditos na legenda do post sobre o Dia Nacional de Combate ao Racismo.



Fonte: https://www.instagram.com/p/DCiL5jKpQtF/?img_index=1. Acesso em 12 jun. 2025.

As ferramentas de trabalho

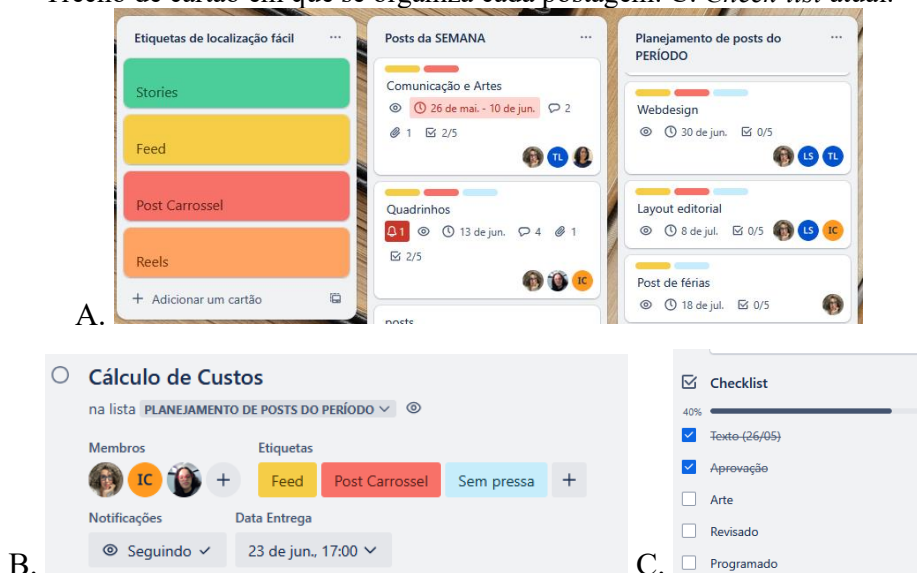
Assumir a gestão do Instagram exigiu muita adaptação e criatividade, mas foi uma oportunidade incrível para aprimorar os meus conhecimentos na área.
Luana Magalhães

Para a execução dos processos estabelecidos, foram definidos quatro pilares essenciais: comunicação, organização, produção de texto e produção de artes. O uso de inteligência artificial logo foi descartado pela equipe, não apenas pelas questões éticas envolvidas, mas sobretudo porque a participação no projeto é uma oportunidade de desenvolver habilidades e competências que se esperam de um profissional formado em Comunicação Social, e terceirizar a produção a uma máquina não proporcionaria o aprendizado desejado. Embora o uso de IA tenha sido rejeitado, a preferência pelas outras ferramentas escolhidas mostra que não nos opomos à tecnologia para atender às necessidades coletivas que possam inviabilizar a disponibilidade presencial regular — ainda que também se recorra ao essencial diálogo ao vivo para tratar de eventualidades ocasionais.

No dia 6 de agosto de 2024 formou-se o grupo de WhatsApp, aplicativo pelo qual se dá quase toda a comunicação, pois é difícil conciliar o horário de toda a equipe para reuniões periódicas presenciais ou virtuais. Num primeiro momento, havíamos tentado adotar o e-mail como principal canal, de modo a manter tudo documentado, mas o WhatsApp acabou se mostrando o aplicativo preferido da equipe, pela agilidade de troca; com frequência votamos decisões usando a funcionalidade de enquete, nativa do aplicativo. Uma vez que uma necessidade ou ideia é ali colocada e se define a ação, é no

Trello que tudo fica registrado para uma organização eficaz; no primeiro semestre, o *check-list* de progresso das tarefas incluía texto, aprovação e arte; hoje, também se somam revisão e programação.

Figura 2 — Telas parciais do espaço de trabalho no Trello. A. Trecho da área de trabalho. B. Trecho de cartão em que se organiza cada postagem. C. *Check-list* atual.



Fonte: Prints do Trello.

Para a redação, elegemos o Google Docs como espaço para redação e aprovação dos textos pré-diagração, por permitir que pessoas possam editar simultaneamente, evitando conflito de versões de um mesmo conteúdo. Além disso, o recurso de comentários — em que podemos marcar uma das colaboradoras e automaticamente enviar uma notificação por e-mail — mostrou-se muito eficaz quando deixo comentários para as alunas, durante a aprovação, e vice-versa. Para as artes, o Canva foi eleito como opção ao pacote Adobe, tanto por não exigir assinatura, quanto pela conveniência de que a conferência das artes pode ser feita diretamente no site, evitando que as designers tenham que exportar diversos arquivos .png de revisão até que todas as telas do carrossel estejam aprovadas. Tanto o link do Google Docs quanto os arquivos .png prontos para postagem são disponibilizados no Trello, facilmente acessados por toda a equipe.

Em alguns momentos tivemos empecilhos e retrabalho: diagramação do texto errado, pois havia dois arquivos .doc anexados ao Trello; arte exportada do Photoshop com a caixa de texto recolhida; artes cortadas por causa de mudança nas configurações do Instagram. Ou seja, a própria escolha das ferramentas de trabalho levou as estudantes à problematização da realidade e ao trabalho em equipe na busca de soluções, interagindo

no processo de construção do próprio conhecimento, que são alguns dos princípios que constituem as metodologias ativas de ensino (Diesel; Baldez; Martins, 2017).

A identidade gráfica

No início do projeto do Instagram de PE, contribuí com a criação de uma identidade visual simples. A intenção era despertar o interesse e a curiosidade de estudantes sobre o curso, que ainda é pouco conhecido mesmo dentro da ECO.
Ingryd Cesário

Antes da primeira reunião com toda a equipe, Ingryd, extensionista que já atuava como designer em uma empresa, e eu fizemos um brainstorming. Separamos algumas referências no Pinterest e definimos que duas cores precisavam fazer parte da paleta principal, pela associação com o curso: laranja por causa do logotipo da ECO e azul-escuro em homenagem aos azulejos que decoram meia-parede de todos os corredores do Palácio Universitário. O fato de serem cores complementares no círculo cromático oferece bom contraste, reforçando nossa ideia inicial. Ela então preparou uma apresentação para apreciação de toda a equipe em nossa primeira reunião. Além dos tons #FE8100 (laranja) e #003466 (marinho), aprovamos como paleta secundária, após alguns ajustes à proposta inicial, #F2A7B5 (rosa), #F7E4D6 (nude) e #3679A9 (azul).

As três fontes escolhidas pela discente são as recomendáveis *sans serif* para leitura digital: a monoespaçada Rubik Mono One (de Philipp Hubert e Sebastian Fischer), de largura mais folgada, e a League Gothic (de Tyler Finck, Caroline Hadilaksono e Micah Rich), mais estreita, para títulos; para textos corridos, a Barlow (de Jeremy Tribby). Uma preocupação importante é que todas tivessem uma forma em itálico, uma vez que com frequência precisamos aplicá-la em títulos de livros e outras exigências da ABNT. A variação de largura nas fontes tem a intenção de criar uma hierarquia tipográfica espacial e gráfica (Lupton, 2006). Os textos são sempre alinhados à esquerda, de modo a “respeitar o fluxo orgânico da linguagem e evitar o espacejamento irregular que infesta as colunas estreitas de texto” (Lupton, 2006, p. 84), sobretudo porque o Canva não oferece boas soluções de ajuste de espacejamento quando comparado aos softwares da Adobe. Recentemente, uma das designers percebeu que o espacejamento da Rubik Mono começou a parecer desigual — mostrando seu olhar atento à atividade que exerce —, e passamos a usar a Archivo Black, de largura ligeiramente menor e não monoespaçada.

Desde o início foi ainda uma preocupação nossa contribuir com diversidade não apenas nos temas abordados, mas também na representação, porque os bancos de imagens

até hoje têm acervos que reproduzem uma construção colonial de estética que, Walter Mignolo (2011, p. 18) destaca, cria “uma hierarquia étnico-racial que privilegia europeus [brancos] em detrimento de não europeus [não brancos]”. Cientes de que é preciso incluir pessoas que não costumam se sentir representadas nesses acervos, procuramos sempre alternar fotos de pessoas de diferentes etnias para ilustrar nossas artes ou, se possível, optamos simplesmente por não usar figuras humanas.

Os temas escolhidos

Durante a criação do Instagram, decidimos que os temas iam focar em assuntos importantes para o curso, mas também explorariam nossa criatividade na abordagem deles.
Maria Eduarda Saviolo

As primeiras publicações foram de apresentação do curso, pensando no recurso de fixar três *posts* numa arte contínua no topo da grade principal, uma estratégia amplamente utilizada por muitos perfis institucionais, comerciais e de influenciadores digitais. Em seguida, publicamos um aviso sobre o período de alteração em disciplinas e, pensando nos calouros, o *post* seguinte foi um mapa do *campus*, com os principais locais de interesse, que iam desde as bibliotecas até opções de onde comprar guloseimas.

Figura 3 — As três primeiras publicações, fixadas no topo do feed. À esquerda, os famosos azulejos do Palácio Universitário do *campus* da Praia Vermelha; à direita, as escadas de entrada da Escola de Comunicação; entre os dois, o logotipo da ECO.



Fonte: *Print* do Canva feito por mim em 15 ago. 2024.

Eventos literários, eventos acadêmicos com professores da habilitação, fotos de visitas a gráficas, divulgação de aulas abertas ao público e datas importantes do calendário acadêmico foram segmentos escolhidos para contemplar também o primeiro semestre letivo do projeto, mas o foco escolhido para o conteúdo foi baseado majoritariamente em efemérides relacionadas com o mundo dos livros, como Dia Internacional da Tradução, Dia Nacional do Poeta, Dia Nacional do Livro, entre outros temas, além de datas que lembram fatos importantes da nossa história e questões relevantes para a nossa sociedade, como o Dia Nacional da Consciência Negra e a campanha Setembro Amarelo.

Pensando nas metodologias ativas de ensino, sugerem-se “ações e construções mentais variadas, tais como: leitura, pesquisa, [...] organização dos dados, [...] classificação, interpretação, crítica, [...] construção de sínteses e aplicação de fatos e princípios a novas situações” (Diesel; Baldez; Martins, 2017, p. 274), e as escolhas de temas e abordagens que as discentes fazem diante da profusão de efemérides que se apresentam disponíveis exercitam esse olhar crítico e sensível que é muito necessário também a editores de livros no dia a dia. Em datas festivas como Halloween e Natal, a redatora responsável seleciona dicas de leitura relacionadas com a ocasião; em efemérides que, num primeiro momento, não parecem ter associação direta com o fazer editorial, essas conexões também são feitas: no Dia da Árvore, por exemplo, falou-se dela como matéria-prima para livros impressos, do quase monopólio da Suzano na indústria papelaria do Brasil, do selo FSC e dos variados tipos de papéis que podem ser escolhidos de acordo com o segmento do livro.

Após chamar a atenção de pessoas interessadas pelo mundo da edição para o nosso perfil, no segundo semestre de projeto (2025.1) começamos uma série de publicações voltadas a apresentar a riqueza das disciplinas do curso, com destaque para as eletivas e obrigatórias da habilitação, mas também algumas do núcleo comum (1º ao 3º períodos). Em 2024 havíamos publicado uma entrevista com uma egressa de PE, e agora esse será um quadro fixo, assim como apresentar TCCs defendidos no programa nos últimos anos.

O fluxo de trabalho

Desde a seleção de conteúdo até a própria ordem de produção, o nosso fluxo de trabalho se relaciona muito com o trabalho de um editor.
Carolina Thomé

No espírito de promover o desenvolvimento de competências necessárias à função de editor, e seguindo as diretrizes que constroem a extensão universitária — interação dialógica, interdisciplinaridade e interprofissionalidade, indissociabilidade ensino-pesquisa-extensão, impacto na formação do estudante e impacto na transformação social (FORPROEX, 2012) —, estabelecemos nossos procedimentos de produção.

Em 2024, todo bimestre eu fazia um levantamento de efemérides do período e cada extensionista escolhia seu tema e que tratamento queria dar ao conteúdo, ou seja, que viés abordar, que tom e volume aplicar ao texto; em vários momentos elas também trouxeram o desejo de tratar de tópicos não contemplados na listagem, todos acolhidos pela equipe.

No semestre atual, como já comentado, as disciplinas do curso são nosso enfoque principal; assim, as redatoras fizeram suas escolhas já no início das aulas e conseguimos montar a programação completa do período letivo de uma vez, otimizando o trabalho.

Temas escolhidos, a aluna responsável pela gestão monta o cartão no Trello, especificando as datas para que a publicação seja feita dentro do prazo, e insere todas as colaboradoras no cartão e as *tags* de classificação. A redatora coloca o *link* do texto no Trello, e no documento on-line faço a edição de todos os textos pré-diagração, sempre com as emendas aparentes. Assim, as redatoras têm a oportunidade de ver possíveis desvios cometidos da norma padrão da língua, familiarizando-se mais ainda com as regras gramaticais, e de atentar para frases truncadas, observando modos de melhorar a coesão e a coerência da própria redação; com frequência há também sugestões de ajustes do conteúdo, com comentários sobre aspectos históricos, teóricos e práticos vistos em sala, seja nas minhas disciplinas ou em outras, que possam enriquecer a publicação. Para a eficácia dessa metodologia ativa, “há necessidade de o docente instigar o desejo de aprender do estudante, problematizando os conteúdos. [...] Para isso, é fundamental que o docente conheça as situações e os problemas aos quais o conteúdo está ligado” (Diesel; Baldez; Martins, 2017, p. 275-276). Por isso, meu papel é também sempre estar atenta a todas as disciplinas do curso e em diálogo constante com as extensionistas sobre a bibliografia vista no semestre atual e nos mais recentes.

Conteúdo aprovado, a redatora então aceita e/ou recusa as emendas, faz os ajustes finais e marca a designer no Trello. A designer fica responsável por criar ênfases nos textos corridos com cores, formas, negritos e mudanças de cor, como recomenda Lupton (2006), e selecionar imagens que ilustrem o tema. A partir daqui, há uma grande mudança no fluxo de trabalho de 2024.2 para hoje: antes, uma vez que a arte estava pronta, novamente eu fazia o visto, agora alertando para problemas como perda de itálicos na importação dos textos e questões gerais de composição, como palavras viúvas e quebras das linhas, pois só “um bom desalinhamento ostenta uma agradável inconstância, sem linhas muito longas ou curtas” (Lupton, 2006, p. 84). Toda a equipe era encorajada a observar essas emendas, de modo a treinar o olhar para conferência de provas diagramadas de miolo e, sobretudo, de capa, que pode vir a apresentar uma composição muito irregular dos textos de orelhas. Agora em 2025.1, com a equipe maior e o olhar treinado, são as próprias redatoras que assumem também a função de revisoras, atentando não apenas para gramática e redação em geral, mas também para a composição dos

elementos da arte e a seleção das imagens. Artes finalizadas, a responsável pela gestão programa o *post* e faz os *stories* na data de publicação.

Considerações finais

A escolha por apresentar esse tema no Intercom é um desejo de criar memória dos bastidores do que a equipe de extensionistas voluntárias vem executando com comprometimento e competência nos últimos dez meses. Com 53 publicações (sempre carrosséis estáticos) e 423 seguidores no momento da submissão deste artigo, o perfil @p.editorial.ufrj alcançou, em maio de 2025, mais de 9 mil pessoas, 35% das visualizações feitas por não seguidores. No ritmo de duas a três publicações por semana, seguimos no propósito de fortalecer, junto à comunidade universitária e à comunidade geral, a relevância da profissionalização do editor de livros. Para os próximos semestres, fica a proposta de darmos um passo em busca de promover a acessibilidade a deficientes visuais com a ferramenta de texto alternativo (ALT) para descrição das imagens do *feed*.

Referências

- CHARTIER, Roger. **Os desafios da escrita**. Trad. Fulvia M. L. Moretto. São Paulo: Editora UNESP, 2002.
- DIESEL, Aline; BALDEZ, Alda L. S.; MARTINS, Silvana N. Os princípios das metodologias ativas de ensino: uma abordagem teórica. **Thema**, v. 14, n. 1, p. 268–288, 2017.
- FÓRUM DE PRÓ-REITORES DE EXTENSÃO DAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE EDUCAÇÃO SUPERIOR BRASILEIRAS (FORPROEX). **Política Nacional de Extensão Universitária**. Porto Alegre: Gráfica da UFRGS, 2012 (Coleção Extensão Universitária; v. 7).
- INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **Retratos da Leitura no Brasil**. 6ª ed. São Paulo, 2016. Disponível em: https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2024/11/Apresentac%CC%A7a%CC%83o_Retratos_da_Leitura_2024_13-11_SITE.pdf. Acesso em: 12 jun. 2025.
- LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**. Trad. André Stolarski. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.
- MIGNOLO, Walter D. **The Darker Side of Western Modernity**. Durham: Duke University Press, 2011.
- MUNIZ JR., José de Souza. O mercado profissional e a formação em edição. In: OLIVEIRA, Luiz Henrique Silva de; MOREIRA, Wagner (org.). **Edição & crítica**. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018. p. 37-63.
- NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR. **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2024**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2025. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20250512154312/tic_kids_online_2024_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 12 jun. 2025.