



## **Tá na mão: uma experiência da Editus - Editora da UESC com a publicação de livros no Instagram<sup>1</sup>**

Rita Virginia Argollo<sup>2</sup>, Marina Oliveira Lucas Tavares<sup>3</sup>, Sabrina Nascimento<sup>4</sup>

Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia

### **RESUMO**

Em 2020, um ano em que não pudemos estar presente fisicamente nos eventos, tivemos que repensar a estratégia de divulgação e posicionamento digital da Editus no cenário pandêmico. No sentido de buscar aproximação do público, principalmente o infantil, e experimentar novas linguagens para a produção editorial, foi criado o projeto Tá na Mão, voltado para a publicação de livros no ambiente dos *stories* da rede social Instagram. A intenção de possibilitar o acesso ao livro, de modo rápido e fácil, por meio de uma plataforma online, disponível para acesso por meio do uso do smartphone se pauta em pressupostos de autores como Thompson (2021), Torezani (2022) e Lemos e Lévy (2010). Buscamos aqui refletir acerca da metodologia adotada, da experiência realizada, bem como dos objetivos alcançados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Instagram; Livro digital; Editora universitária; Redes sociais; Linguagem editorial.

### **Leitura, livros e redes sociais**

Sem dúvidas, e a historiografia tem nos mostrado isso, entender um fenômeno, um acontecimento, um período histórico, requer distanciamento. É preciso de tempo para que possamos olhar para o passado e, então, longe do calor dos fatos consigamos avaliar, mensurar, interpretar, compreender. Desde a chegada e expansão na internet no Brasil, vivemos momentos de grandes transformações na perspectiva da comunicação, embora enfrentemos também abismos de desigualdades nesse setor.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no 4<sup>o</sup> Seminário Brasileiro de Edição Universitária e Acadêmica & 34<sup>a</sup> Reunião Anual da ABEU.

<sup>2</sup> Diretora da Editus – Editora da UESC, email [rvasargollo@uesc.br](mailto:rvasargollo@uesc.br)

<sup>3</sup> Gerente de Mídia e Produção da Editus – Editora da UESC, email [moltavares@uesc.br](mailto:moltavares@uesc.br)

<sup>4</sup> Gerente de Produção da Editus – Editora da UESC, email [snascimento@uesc.br](mailto:snascimento@uesc.br)



---

Outro consenso diz respeito ao quanto as tecnologias digitais invadiram as nossas vidas desde o fatídico 2020 e impuseram novas nuances à cultura digital. O segmento livreiro não está desconectado desse cenário<sup>5</sup>. Ao contrário, nesse período tanto plataformas que contemplam o acesso aberto, como SciELO Livros<sup>6</sup>, quanto o setor comercial de um modo geral, registraram aumentos significativos de acessos<sup>7</sup>.

Nesse sentido, pensando nos perfis de leitores contemporâneos, somos obrigados a admitir a pluralidade e polifonia, uma vez que diante da profusão de dispositivos de leitura (e escuta!), um indivíduo não precisa se sentir engessado em um único aparato. Tampouco aceitar a leitura com a qual não possa interagir.

Outra característica inconfundível desses mundos é que, com o desenvolvimento das mídias sociais, eles normalmente exigem um grau de interatividade e de participação do usuário que simplesmente não era possível nos primórdios da internet, sem falar das indústrias de mídia tradicionais como a indústria editorial. Os leitores não são apenas leitores: eles podem fazer comentários sobre o texto que leem de uma forma que esses comentários estejam disponíveis tanto ao autor quanto a outros leitores. E, mais importante, os leitores também podem se tornar autores: nesses mundos *on-line* a porta que separa os leitores dos autores está escancarada, não é preciso de chave para destrancá-la nem de uma autorização especial para passar de um papel para o outro (THOMPSON, 2021, p. 434-435).

Thompson (2021) traz para a produção editorial o que Lemos e Lévy (2010) discutiam como sendo a mídia pós-massiva. Há muito, já não interessa ao leitor/espectador/interagente/internauta simplesmente consumir determinada produção. A esse sujeito importa participar do processo, se expressar, compor o processo de criação e distribuição. E foi nesse contexto que o projeto Tá na Mão foi idealizado pela Editus - Editora da UESC.

### **A rede social como possibilidade**

Era 2020, período inicial da pandemia provocada pelo novo Coronavírus, quando houve de modo mais severo a indicação de distanciamento social físico. Uma vez que a

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2021/10/21/cresce-consumo-de-livros-digitais-produto-e-mais-sustentavel-que-de-papel.htm>. Acesso em: 31 maio 2022.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://books.scielo.org/>. Acesso em: 31 maio 2022.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2021/07/22/30-dos-brasileiros-declaram-ter-lido-livros-digitais-durante-a-pandemia>. Acesso em: 31 maio 2022..



Editus vinha buscando nos últimos anos uma aproximação maior da comunidade acadêmica e externa, no sentido de sustentar o seu reposicionamento estratégico, naquele momento tornava-se impossível dar continuidade ao planejamento que havia sido feito, bem como realizar qualquer espécie de atividade costumeira que implicasse o contato presencial entre a equipe e o público.

Nesse contexto, foi levado em consideração também o fato de que as crianças estavam sendo profundamente afetadas pelo afastamento das escolas, dos colegas, professores, atividades de lazer e ainda tendo que, quando possível, assistir aulas online. Sendo que essas requeriam o acompanhamento de um adulto, muitas vezes já sobrecarregado de obrigações, que fosse responsável por fazer a mediação entre o estudante e o professor, e ainda enfrentando a estranheza de um dispositivo tecnológico antes não encarado para esse fim.

Outro problema levado em consideração era o fato de muitos pais/mães terem que dividir as obrigações do trabalho remoto/home office com os cuidados com a criança. Assim, ter um livro para a criança acessar e ler poderia favorecer certo conforto e, mais ainda, possibilitar algum contato com conhecimentos e saberes, com algo lúdico, ainda que vivenciando uma situação de certo modo ainda mais opressora para a infância.

Desse modo, o Tá na Mão foi criado tendo como objetivo geral possibilitar o acesso ao livro, de forma rápida e fácil, por meio de uma plataforma online, disponível para acesso por meio do uso de um smartphone, a principal forma de acesso à internet do Brasil<sup>8</sup>. Além disso, a proposta foi usar o perfil da própria Editora no Instagram (@editus.uesc), uma rede social amplamente conhecida e com interface amigável.

Como reforça Thompson (2021), o ato de contar histórias – no nosso caso, de compartilhá-las - é tão antigo quanto a sociedade humana e em nenhum momento foi exclusividade da indústria editorial. Nesse sentido, diante da exploração de uma rede social como o Instagram, criada em 2010 e fruto de diversas experiências bem-sucedidas<sup>9</sup> e de engendramentos algorítmicos/econômicos com o intuito de ampliar o retorno

---

<sup>8</sup> Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD Contínua TIC 2019. Disponível em: <https://censoagro2017.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/30521-pnad-continua-tic-2019-internet-chega-a-82-7-dos-domicilios-do-pais> Acesso em: 26 mar. 2022.

<sup>9</sup> A exemplo do Drops, programa para os *stories* criado pelo jornal Estadão, premiado inclusive; e *Fake or for real*, lançado pelo jornal britânico The Guardian.



---

financeiro e o controle por parte de seus investidores, não tínhamos ali como foco a inovação, mas a experimentação.

Portando, não existe nada de novo em compartilhar histórias de maneiras que prescindem das editoras: as editoras sempre foram apenas um grupo de participantes – um grupo relativamente pequeno que surgiu relativamente há pouco tempo – no universo muito maior da contação de histórias. Porém, a revolução digital e o desenvolvimento da internet trouxeram algo novo facilitando muito a criação e o compartilhamento de histórias com centenas, milhares ou mesmo milhões de pessoas desconhecidas com as quais não interagimos no dia a dia (THOMPSON, 2021, p. 433).

Ainda que não estivesse pautada em um caráter inovador, essa iniciativa se sustentou em ampla experiência e estudos anteriores, que suscitaram a elaboração de um corpo de objetivos específicos. Como já mencionado, buscávamos o exercício da experimentação de linguagem na produção editorial, oferecendo novos formatos para fruição do livro, bem como adequar a editora ao contexto midiático contemporâneo, uma vez que parte considerável do seu público tem acesso a redes sociais e consomem conteúdos diversos por meio do Instagram.

Também tínhamos em mente a possibilidade de propor outros modos para que se possa fomentar ações em torno do livro e da leitura, colaborando para a formação de novos leitores, uma vez que a partir do contato com o material disponibilizado poderia surgir a curiosidade por outras publicações, seja da Editus ou mesmo de outra editora universitária. Buscávamos a ampliação do contato do público com as editoras desse segmento, pois diante das limitações de orçamento para muitas dessas editoras o investimento em qualquer forma de divulgação que necessite de recursos é limitada.

Outro aspecto que nos direcionou, e tem a ver diretamente com a pandemia, foi a necessidade de fornecer materiais para crianças que haviam sido obrigadas a ficar longe das escolas, tendo a possibilidade de acesso conteúdos de qualidade e entretenimento. Queríamos facilitar o acesso ao livro para públicos que não têm intimidade com a leitura, já que é grande o número de pessoas que circulam pelo Instagram, mais de um bilhão de usuários<sup>10</sup>, e em outras redes sociais e que também vivenciam uma tendência

---

<sup>10</sup> Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>. Acesso em. 31 maio 2022.



---

contemporânea de leitura apenas de textos considerados curtos. Além de tudo isso, temos sempre em mente a importância de reforçar o papel do livro e da leitura na formação dos indivíduos, oferecendo o produto de modo facilitado e lúdico, valorizando as publicações e o papel das editoras universitárias no nosso país.

### **Tá na Mão: procedimentos**

Tivemos, então, que repensar a estratégia de divulgação e posicionamento digital da Editus no novo cenário, diante das consequências do agravamento da crise sanitária naquele período e das imposições impostas pelos seus desdobramentos. Para que nossos livros fossem vistos e acessados pelos leitores da sua própria casa, realizamos diversas atividades, como lançamentos virtuais a partir de bate-papos sobre o tema central das obras, contando com a presença dos autores e alguns convidados, criamos o projeto de leitura Leia! E também o projeto Tá na Mão.

O Tá na Mão consiste objetivamente em adaptar obras da Editus para a rede social Instagram, mais especificamente para o espaço denominado de *stories*. Após o lançamento, os títulos ficam disponíveis no ambiente dos destaques (*highlights*) da rede social, que fica situada abaixo da descrição do perfil, para que possam ser acessados para além das 24h permitidas pelos *stories*. Nesse sentido, na fase inicial foi selecionado o primeiro livro para dar conta da execução do projeto-piloto, que permitiria a realização de testes de formato, linguagem, plataforma e público. Entendemos que diante das dimensões de tela de um celular, era fundamental que se trabalhasse com um livro que dispusesse de ilustrações e baixa carga textual, para que a decodificação fosse viável por parte do internauta.

Definir essas características, refletir sobre o que deve ou não entrar no novo projeto gráfico, cruzar os elementos característicos da linguagem na rede social e os princípios constituintes de um livro, nos leva à proposição de Thompson (2021) sobre o que venha a ser de fato um livro.



---

Porém, construídos, distribuídos e lidos de forma digital, os livros não *têm* de ser um subproduto das características físicas e do conteúdo textual do livro impresso. Eles podem ser criados de diferentes maneiras e dotados de diferentes conjuntos de características – algumas já foram experimentadas, outras ainda precisam ser experimentadas (THOMPSON, 2021, p. 84).

Levando esses pressupostos em consideração, começamos a experiência a partir da adaptação do livro infantil *A Viagem* (Editus, 2011), escrito pelo professor e pediatra Leônidas Azevedo. Em 2014, esse livro foi adaptado para uma edição em braille e fonte ampliada, buscando atender à pessoa cega ou com baixa visão. A publicação impressa tradicional, usada como base para a criação para o Instagram, dispõe de 32 páginas. A partir das materialidades da plataforma, optamos por excluir a folha de rosto, o sumário e a ficha catalográfica, mantendo a sequência: capa do livro, abertura da história (também em uma página), história em si com 12 páginas, e última página com identificação do autor. Lembramos que cada página é uma lâmina de *story* na plataforma. Fizemos alguns ajustes e em pouco tempo conseguimos disponibilizar o material.

Na sequência, fomos procurados para a publicação de uma cartilha digital, *Juntos contra o Coronavírus*, de autoria de Antônio Roque Júnior, Josivânia de Assis e Neila Brasil, que trata do tema pandemia da Covid-19 de modo simples, direto e eficiente, sendo direcionado para que adultos saibam como explicar o tema para crianças. A intenção foi que servisse de material norteador para que as famílias, professores e demais interessados encontrassem naquele material uma maneira compreensível de dialogar com o público infantojuvenil sobre o que é o coronavírus, seus riscos e cuidados necessários para enfrentamento da situação. Vivia-se um cenário com poucas informações confiáveis a respeito, uma vez que associada à pandemia enfrentamos o que a Organização Mundial de Saúde (OMS) denominou de infodemia, se referindo à profusão de *fake news* criadas por interesses diversos.

Nessa perspectiva, após a avaliação dos originais por pareceristas *ad hoc* e aprovação pelo Conselho Editorial da Editus, do mesmo modo como ocorre com todas as nossas publicações, o material entrou em processo de produção para publicação online no projeto Editus Digital, na página da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), à qual a Editora está ligada. Após ser disponibilizada em formato PDF, a Cartilha também foi



---

adaptada para os *stories* do Instagram, integrando a coleção do Tá na Mão. Ainda em 2020, preparamos e publicamos o livro *Labsimina, o monstro do mar* (Editus, 2014), também do Prof. Leônidas Azevedo. Naquele momento, ainda adaptamos outro livro infantil, *Maricota e as formigas* (Editus, 2013), de Neila Brasil.

A princípio, a proposta da Editora era publicar apenas livros infantojuvenis, porém, percebeu-se que poderia alcançar outros públicos com outras discussões, desde que os produtos oferecidos ao internauta tivessem o menor número de páginas possível, para que o internauta não perca o foco, porque é necessário permanecer segurando a tela do celular para o desenvolvimento da leitura. Desse modo, quando fomos procurados pelo Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação (PROFNIT) para publicação de produções baseadas em pesquisas realizadas por seus estudantes e professores, já levamos em conta a exploração da referida publicação também em linguagem para a rede social Instagram.

Foi desse modo que nasceu a Série Programa de Computador, a primeira publicação intitulada *Propriedade Intelectual - Em busca da assinatura digital*, de Diêgo Madureira com supervisão do Prof. Marcelo Honda, e a segunda *Propriedade Intelectual - Em busca do registro*, de Diêgo Madureira com supervisão do Prof. Marcelo Honda e Prof. Gustavo Cruz. Ambas foram elaboradas em formato de história em quadrinhos, com ilustrações e diálogos que favorecem a rápida compreensão do assunto, sendo ideais para sanar as dúvidas iniciais de quem tem interesse pelos serviços tratados, indicando caminhos para aprofundamento e informações complementares.

Todos os trabalhos seguiram o rigoroso processo editorial dos demais livros, exceto os infantis *A viagem*, *Labissima*, *o monstro do mar* e *Maricota e as formigas*, que já haviam sido publicados anteriormente pela Editora, tendo sido avaliados ao seu tempo. Esses títulos foram escolhidos como os primeiros a integrarem o projeto porque já estavam avaliados e prontos. Cabia naquele instante apenas a adaptação de formato.

As demais publicações foram submetidas ao fluxo tradicional de avaliação por pareceristas, análise pelo conselho, assinatura de contrato, revisão textual, adequação de ilustrações, projeto gráfico, solicitação de ISBN, elaboração de ficha catalográfica, enfim,



---

todas as etapas que compõem a criação de um livro, no sentido de manter a qualidade e respeitar o processo editorial.

### **Avaliando o processo**

Até o momento, foram publicados três livros infantojuvenis e três cartilhas. O retorno positivo que tivemos com as publicações do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação (PROFNIT) fez com que outros pesquisadores nos procurassem e estamos em fase de orientação para novas pesquisas do programa.

Como resultado mensurável fornecido pela plataforma do Instagram, o alcance médio de cada livro não tem apontado para índices relevantes. Aparentemente pode denotar um resultado baixo, no entanto ressaltamos que a divulgação que fazemos, por limitações de recursos, não conta com impulsionamento pago das publicações, sendo que todo o alcance é gerado de modo orgânico. Por isso, vemos esse resultado como bastante positivo para a Editora, tendo em vista que a rede social impõe limitações em relação a entrega dos conteúdos quando não há impulsionamento. Assim, desde o início esta expectativa não havia sido incluída como variável a ser considerada.

Destacamos também que, tendo em vista o funcionamento da plataforma utilizada, os livros podem ser acessados futuramente por qualquer pessoa que navegue pela rede social. Desse modo, os acessos podem crescer gradativamente, gerando experiência com uma nova linguagem para o livro, com possibilidade de alcance de novos públicos através dos mecanismos oferecidos nas redes sociais, especificamente o Instagram.

Para se compreender ainda mais como é o uso do aplicativo, é necessário se refletir sobre suas estratégias de navegação. Em ambientes virtuais, a navegação é um deslocamento temporal que se dá por meio do acesso sucessivo a diferentes conteúdos informacionais, feita de modo pessoal, uma vez que o sujeito é imbuído de escolhas no exercício do poder e de seu conhecimento (TOREZANI, 2022, pág. 131).

Desse modo, concordamos com Torezani (2022) quando ela ressalta que navegar vai além de atravessar espaços, passa por compreender a estrutura do ambiente. E isso requer tempo. Outro aspecto importante a se considerar, é que a cartilha *Juntos contra o*





---

*coronavírus* alcançou grande repercussão, sendo inclusive tema de uma reportagem na TVE Bahia, canal estadual, que mostrou como o material se mostrava importante naquele momento inicial da pandemia, como discutido anteriormente.

### **Considerações finais**

Entendemos que, na perspectiva de proporcionar o acesso ao livro para os mais diversos públicos, utilizar as potencialidades de uma rede social pode se constituir como caminho possível para uma editora universitária ocupar espaços e ampliar públicos, além de favorecer que as produções estejam mais perto do leitor. Significa ainda buscar, identificar e experimentar outras formas de criação e difusão.

De fato, lidamos com o leitor multiplataforma, enquanto os nossos fazeres muitas vezes ainda se sustentam em estruturas pautadas pela tradicionalidade. Fischer (2006), se referindo ao período medieval, ressalta o choque e a interpenetração entre a oralidade e a escrita naquele momento. Sem dúvidas, o pensamento diz também sobre o nosso tempo, uma vez que ainda se debate o que vem a ser livro digital e suas implicações para o livro impresso.

O conflito entre os dois sistemas mostra bem os problemas levantados pela apresentação da história do conhecimento como uma história de progresso. A mudança do sistema temático para o sistema alfabético não é uma mera mudança de menor para maior eficiência. Ela pode refletir uma mudança na visão de mundo (ver p. 108), uma perda da fé na correspondência entre o mundo e a palavra. Também corresponde a uma mudança na maneira de ler (BURKE, 2003, p. 227).

Burk (2003), ao analisar a transição do sistema de catalogação de temático para alfabético e as rejeições enfrentadas, remete para os aspectos de mentalidade inerentes ao humano. Quando falamos sobre livro digital ou acerca de experimentações como a do Tá na Mão, debatemos cultura digital e seus desdobramentos sociais. Com certeza, o período pandêmico e a impossibilidade de alternativas, tivemos que encarar e buscar estratégias de sobrevivência no ciberespaço. As potencialidades da internet são diversas e vão além das redes sociais.



---

Entretanto, é fundamental que se tenha conhecimento e intimidade com essas linguagens para que se possa explorá-las no sentido de aproximar o livro do leitor. A experiência com o Tá na Mão levou a equipe da Editus a repensar a divulgação de seus títulos e de sua marca. Além disso, abre caminhos para reflexões a respeito do uso dos suportes digitais para além do que costumeiramente são utilizados.

Verificamos a necessidade de melhor divulgação do projeto para que ele possa alcançar um número maior de acessos e visualizações. Estamos buscando outras maneiras de tornar o projeto mais próximo do público em potencial, para que possamos dar continuidade à iniciativa que surgiu motivada por uma limitação gerada pela pandemia do Coronavírus, mas que, no entanto, tem potencial para dialogar com um número mais amplo de pessoas. Enfatizamos que há limitações burocráticas no que diz respeito a uma instituição pública arcar com despesas de impulsionamento em redes sociais. Portanto, todas os encaminhamentos que buscamos não podem carecer de pagamentos ou quaisquer espécies de gastos financeiros.

Apesar de ainda não termos alcançado uma das metas, referente ao alcance de mais leitores, entendemos que a importância do projeto Tá na Mão se sustenta na experimentação de linguagens e formatos. Abrir espaço para que a equipe possa ousar, experimentar, testar, inovar é imprescindível para que tenhamos uma Editora que esteja em consonância com a sociedade em que está inserida, para que suas publicações não corram o risco de se tornarem anacrônicas. Não dizemos com isso que o livro impresso está superado, muito pelo contrário. Entendemos o livro impresso como o motivo maior da nossa dedicação, conquanto não podemos deixar de enxergar o cotidiano, nosso entorno, pessoas e cenários e tentar entender para onde eles seguem, para que possamos caminhar juntos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento de Gutenberg a Diderot**. Traduzido por Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

FISCHER, Steven R. **História da leitura**. Traduzido por Cláudia Freire. São Paulo: Editora Unesp, 2006.



4<sup>o</sup> Seminário Brasileiro  
de Edição Universitária  
& Acadêmica

34<sup>o</sup> Reunião anual da ABEU

---

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

THOMPSON, John B. **As guerras do livro**: a revolução digital no universo editorial. Traduzido por Fernando Santos. São Paulo: Editora Unesp, 2021.

TOREZANI, Julianna Nascimento. **As selfies do Instagram**: os autorretratos na contemporaneidade. Ilhéus (BA): Editus, 2022.