

*Por uma Universidade
Moderna e Reputada!*

PROCEDIMENTOS PARA O LANÇAMENTO DE OBRAS LITERÁRIAS E NÃO LITERÁRIAS



MALANJE, 2025, v. 1, n. 0



RASTREAMENTO DAS VERSÕES

Versão	Data de divulgação	Principais Alterações	Autores
0.1	06/06/2025	Versão inicial	Cécília Koio (<i>Pela Biblioteca Central</i>) Hedy António (<i>Pela área científica</i>) Josefina Horas (<i>Pela Biblioteca Central</i>)
0.2	18/08/2025	Extensão para obras literárias e não literárias	Ngombo Armando
0.3	18/09/2025	Discussão geral, emendas e contribuições	Bibliotecários da URNM e Comissão para os Assuntos Científicos
0.4	24/09/2025	Emendas, contribuições e aprovação	Senado Universitário
0.5	17/10/2025	Procedimentos gerais para o lançamento de obras literárias e não literárias - lista de controlo institucional; Declaração de autenticidade e direitos autorais	Augusto João (AJ), NA
0.6	26/11/2025	Revisão geral e formatação	Yolanda Meti, Pacheco Dala
1.0	27/11/2025	Versão para homologação	--



COMISSÃO DE REDAÇÃO

Cécília de Fátima Lourenço Koio

Hedy Joanilson Fortunato António

Josefina Nassoma Sandemba Hungulo Horas

Ngombo Makaya Armando

Augusto Carlos Gomes Muleca João

COMISSÃO DE REVISÃO

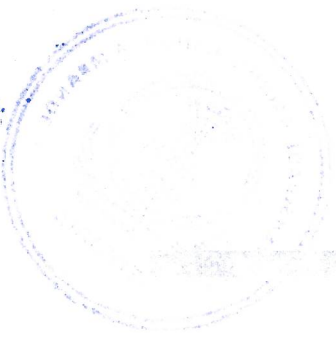
Yolanda Wayanga Meti

Pacheco António André Dala



UNIVERSIDADE RAINHA NJINGA A M'BANDE

REITORIA



INTRODUÇÃO

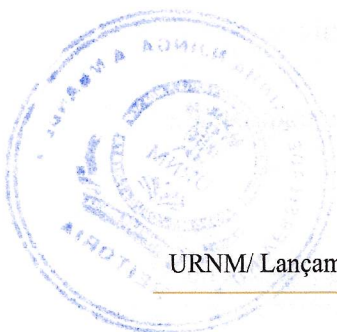
O lançamento de qualquer outra obra literária e não literária, assim com a subsequente sessão de autógrafos, quando realizada no espaço universitário, vai além de um mero evento promocional de um autor. Trata-se de um momento de celebração do conhecimento, da criatividade e do intercâmbio intelectual. Este momento de grande expectativa para a comunidade, que vê anos de dedicação e pesquisa materializados numa obra, é também uma oportunidade ímpar de conexão directa com novas ideias e perspectivas.

Pela sua natureza, a Universidade Rainha Njinga a Mbande (URNM) é um centro de aprendizado, pesquisa e inovação. Ao abrir as suas portas para o lançamento de uma obra literária e não literária, ela reafirma seu compromisso com a produção e disseminação do conhecimento, incentivando o debate e a reflexão crítica.

Um tal evento representa, para toda a comunidade uma oportunidade valiosa de aprofundar conhecimentos, inspirar futuros autores e promover o diálogo.

O presente instrutivo procedimental, com o pendor de um regulamento, foca-se no lançamento de livros, mas pode ser adaptado ao lançamento de outras obras literárias ou não literárias na URNM.

O presente regulamento foi aprovado pelo Senado Universitário através da Deliberação n.º 10, de 24 de Setembro.



1. DEFINIÇÃO DE OBJECTIVOS

Antes de qualquer coisa, é preciso ter clareza sobre o que se pretende alcançar com o lançamento.

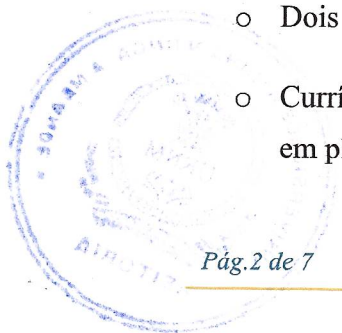
Os objectivos podem incluir:

- **Venda:** Estabelecer uma meta de vendas para o dia do evento.
- **Divulgação da obra:** Criar uma estratégia de publicitar o evento e visibilidade para o livro. Por meio do **Serviço de Divulgação e Marketing**, previsto no Manual de Procedimentos da Biblioteca Central (BC) que é um polo de actividades encarregado de divulgar e publicitar as obras do acervo, os repositórios, os resultados da produção local e os diferenciados serviços prestados pela BC e pelas Bibliotecas das Unidades Orgânicas (BUOs), usando o portal web da URNM e canais das redes sociais em linha, juntamente com a página pública da Base de Dados vigente, o autor juntamente com a BC e o Gabinete de Comunicação Institucional cria estratégias para divulgar o evento. O autor deve entrar em contacto com a BC, no mínimo, três meses antes da data em que pretende realizar a publicação da sua obra, caso a obra não seja publicada pela editora da BC.
- **Construção de marca pessoal do autor:** Fortalecer a imagem do autor no meio literário, bem como na comunidade académica e investigativa. Enriquecidas com as estratégias que forem criadas no ponto anterior.
- **Networking:** Conectar o autor com leitores, outros autores, livreiros, universidades e influenciadores literários.
- **Criação de experiência para o leitor:** Oferecer um momento memorável e engajador para os participantes do evento.
- **Enriquecimento do acervo da URNM:** Todo o livro lançado na URNM deve fazer parte do acervo bibliográfico da BC e ficará em estado de divulgação por mais ou menos 12 semanas na vitrine de todas as UOs e BC, desde a pré-venda até a pós-venda.

2. FORMALIZAÇÃO DA SOLICITAÇÃO E PROCESSO SELECTIVO

Uma vez definidos os objectivos, o autor /a editora deve formalizar a sua solicitação de lançamento da obra junto do Gabinete de Apoio à Reitora, por meio de uma missiva dirigida ao Magnífico Reitor da URNM, tendo anexando:

- Dois (2) exemplares físicos da obra, para o processo de dupla revisão e arquivos
- Currículo actualizado (físico ou digital. Preferencialmente perfil ORCID ou equivalente em plataforma académica)



- Declaração de autenticidade e direitos autorais (modelo anexado ao presente bem como em Documentos Legais, do portal institucional.)

Após a recepção desta solicitação, o processo passa por um processo selectivo nos termos dos “Procedimentos gerais para o lançamento de obras literárias e não literárias - lista de controlo institucional”, cujo modelo está anexado ao presente e de que é parte integrante;

3. ORÇAMENTO

Toda actividade requer custos, sendo necessário um orçamento detalhado para controlar os gastos e garantir que o evento seja financeiramente viável. Para que tal aconteça, deve-se considerar os seguintes itens:

- **Arrendamento do espaço:** caso aplicável, nos termos aprovados pelo Conselho de Direcção. Para os autores internos, a obra deverá passar por uma triagem selectiva pela unidade orgânica, num primeiro tempo e, em seguida, pela reitoria. Para os autores externos, o crivo fica sob responsabilidade da BC e da área científica, nos termos da ficha em anexo. Para o crivo, a URNM poderá solicitar parecer externo de peritos sobre a obra ou via uma lista de controlo.
- **Decoração:** ornamentos, *banners* e sinalização.
- **Material gráfico:** convites, marcadores de página e *flyers*.
- **Comida e bebida:** catering para os convidados.
- **Equipamento de som e iluminação:** se necessário, aluguer ou contratação de serviço.
- **Fotografia e vídeo:** contratação de profissionais para o registro do evento.
- **Assessoria de imprensa/marketing:** avaliar a necessidade contratar profissionais para divulgação ou se o Gabinete de Comunicação poderá desempenhar a tarefa.
- **Equipa de apoio:** pessoas para auxiliar na organização e no dia do evento (pessoal para o protocolo).
- **Despesas com o livro:** custos de impressão e transporte, se houver vendas directas.

Se a obra for publicada pela editora da BC, os custos serão de acordo com as políticas estabelecidas pela editora. Caso contrário, o autor poderá custear 80% do valor necessário para a realização do evento, caso seja membro da comunidade académica da URNM, e 100% caso não seja não o seja.



Se a obra for publicada pela editora da BC, os custos seguirão as políticas estabelecidas pela mesma. Caso contrário, o autor custeará 80% do valor necessário para a realização do evento, caso seja membro da comunidade académica da URNM, e 100% caso não o seja ¹.

4. ESCOLHA DO LOCAL E DATA

A escolha do local e da data são decisões estratégicas que impactam directamente a participação do público.

- **Local:** Actualmente, a URNM tem como locais de referência para o lançamento de livros o Auditório Professor Doutor Samuel Victorino, bem como o Auditório do Instituto de Tecnologia Agro-Alimentar (ITA). Futuramente, contará com o Auditório da Biblioteca Central.
- **Data e Hora:** Estes itens são definidos entre o autor e a equipa da URNM responsável pelo evento. Para que não haja constrangimentos, como fraca adesão do público alvo, deve-se evitar feriados, datas de grandes eventos concorrentes ou horários de pico de tráfego. Fins de tarde ou noites de dias úteis (exceptuando as segundas-feiras) costumam ser opções adequadas.

5. 4. CONVIDADOS OU LISTA DE CONVIDADOS

O pessoal que deve fazer parte ou estar presente no dia de lançamento da obra:

- **Público-alvo:** Leitores em potencial, amigos, familiares e colegas.
- **Imprensa e influenciadores:** Jornalistas, blogueiros literários e booktubers.
- **Parceiros e profissionais do livro:** Editores, livreiros, distribuidores, outros autores.
- **Lista de convidados:** Deve ser elaborada uma lista detalhada dos convidados e enviar os convites com antecedência de 2 a 4 semanas.

6. DIVULGAÇÃO

Uma boa estratégia de divulgação é crucial para atrair o público:

Mídias sociais: criar eventos por meio de hashtags relevantes.

¹ Obs. Ainda que o autor pertença à comunidade académica da URNM, caso opte por uma editora externa, ficará responsável por 80% do custo previsto para o evento



- **Assessoria de imprensa:** envio de comunicado de imprensa para comunicação social. Pode se marcar entrevista na rádio com o autor e, se possível, uma live na página da URNM em que o autor poderá interagir com os leitores.
- **E-mail marketing:** envio de convites e lembretes para sua lista de contactos.
- **Parcerias:** Divulgação em conjunto com o local do evento, livrarias parceiras, universidades ou influenciadores.
- **Aquecimento da Audiência:** comece a gerar expectativa antes mesmo do lançamento. Compartilhe provocações, trechos do livro, informações sobre o processo de escrita nas suas redes sociais e nas redes sociais da instituição. Peça opiniões sobre propostas de capa, sinopse, etc.
- **Criação de material gráfico:** convites digitais e impressos e flyers.
- **Pré-lançamento:** considere uma fase de pré-venda, onde os leitores podem adquirir o livro antes do lançamento oficial. Isso pode gerar buzz e vendas iniciais.

Deve existir coesão entre as informações que forem partilhadas nas redes sociais do autor e nas da instituição, de modo a serem uniformes e dar credibilidade ao trabalho. Antes de qualquer divulgação, o autor manterá contacto com a BC para ajustes da informação a partilhar.

7. ATRAÇÕES E ATIVIDADES

Para tornar o evento mais dinâmico e interessante, deve-se considerar incluir na atividade:

- **Palavras de boas vindas:** palavras de boas-vindas: a URNM saúda o autor e os convidados; actividade conduzida pelo mestre de cerimónia (M.C.), que, na ausência de indicação do autor, será designado pelo Gabinete de Comunicação ou, em última hipótese, pela BC;
- **Discursos curtos (opcional):** do autor, da editora, de convidados.
- **Apresentação do Autor:** leitura do curriculum do autor, por alguém indicado pelo autor ou editora, caso não haja, será feita pelo M.C do evento.
- **Apresentação da Obra:** pelo autor ou por um convidado.
- **Bate-papo com o autor:** uma conversa sobre o processo criativo, temas do livro, etc. dirigida pelo M.C
- **Momento cultural:** apresentação musical ou artística.
- **Sessão de autógrafos:** o ponto central do evento, devendo ocorrer no final das anteriores e antes do lanche, caso haja.
- **Lanche/Coquetel (opcional):** para confraternização.



- **Brindes ou sorteios (opcional):** entregues no momento da sessão de autógrafos.

8. LOGÍSTICA NO DIA DO EVENTO

No dia do lançamento, a organização é fundamental:

- **Equipa:** defina as funções de cada membro da equipe (recepção, vendas, apoio ao autor).
- **Mesa de autógrafos:** organize o espaço para o autor e os livros.
- **Ponto de venda:** garanta que haja uma equipa para as vendas e pagamentos.
- **Sinalização:** placas indicativas para facilitar o fluxo de pessoas.
- **Equipamentos:** verifique som, iluminação, projector, se houver.
- **Estoque de livros:** garantir livros suficientes para a demanda esperada.
- **Catering:** organização do serviço de comida e bebida.

As reuniões para os acertos do evento e detalhes devem ser programadas com antecedência entre a BC, autor e envolvidos.

9. PÓS-LANÇAMENTO

O trabalho não termina com o fim do evento.


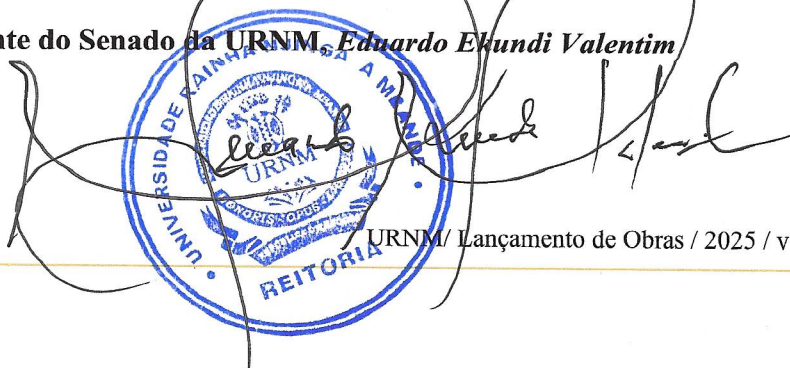
- **Agradecimentos:** envie mensagens de agradecimento aos convidados, parceiros e equipa.
- **Follow-up com a imprensa:** envie fotos e *press releases* pós-evento.
- **Monitoramento de vendas:** acompanhe o desempenho do livro após o lançamento.
- **Análise SWOT de resultados:** Avalie o que funcionou e o que pode ser melhorado em futuros eventos, identificando os pontos fortes e fracos da actividade.

Esta actividade será realizada entre a BC e o autor por meio de uma reunião de balanço e distribuição de tarefas pós-lançamento.

Este regulamento entra em vigor na data da sua homologação.

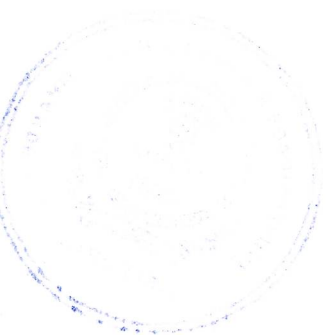
Malanje, aos 15 de 12 de 2025

O Presidente do Senado da URNM, *Eduardo Ekundi Valentim*



ANEXOS







UNIVERSIDADE RAINHA NJINGA A MBANDE

Ao

MAGNIFICO REITOR DA URNM

= MALANJE =

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE E DIREITOS AUTORAIS

Eu, **CLIQUE OU TOQUE AQUI PARA INTRODUIZIR TEXTO.**, portador(a) do Bilhete de Identidade n.º: Clique ou toque aqui para introduzir texto., declaro, sob compromisso de honra, que sou o(a) legítimo(a) autor(a) da obra intitulada: **Clique ou toque aqui para introduzir texto.**, e que a mesma é original e autêntica, não constituindo plágio, cópia parcial ou integral, nem violação de quaisquer direitos de autor, propriedade intelectual ou industrial de terceiros.

Declaro ainda que:

1. Todos os conteúdos, textos, imagens, dados e citações contidos na obra respeitam as normas legais e éticas de propriedade intelectual, com as devidas referências e autorizações, quando aplicável;
2. Assumo a integral responsabilidade pela veracidade, autenticidade e conformidade do conteúdo da obra;
3. Autorizo a Universidade Rainha Njinga a Mbande (URNM) a proceder à análise, divulgação ou lançamento público da obra, conforme os trâmites institucionais, sem prejuízo dos meus direitos autorais;
4. Comprometo-me a responder legalmente por quaisquer litígios, reclamações ou infrações decorrentes de falsidade, plágio ou uso indevido de material protegido;
5. Declaro, por fim, que esta obra não contém conteúdos discriminatórios, difamatórios, ofensivos, contrários à moral ou aos princípios éticos e institucionais da URNM.

MALANJE, Clique ou toque para introduzir uma data..

Assinatura do/a autor/a

(conforme o documento de identificação ou electrónica reconhecida legalmente).



1911

1912

1913

1914

1915

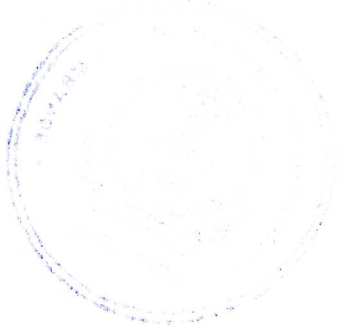
1916

1917

1918

1919

1920





UNIVERSIDADE RAINHA NJINGA A MBANDE

REITORIA

PROCEDIMENTOS GERAIS PARA O LANÇAMENTO DE OBRAS LITERÁRIAS E NÃO LITERÁRIAS - LISTA DE CONTROLO INSTITUCIONAL

Finalidade: Garantir a idoneidade, a qualidade, a relevância e a conformidade ética das obras literárias, científicas, técnicas ou culturais apresentadas, lançadas ou comercializadas por autores e editoras externas, de modo a salvaguardar a credibilidade, os valores e a imagem institucional da Universidade Rainha Njinga a Mbande (URNM).

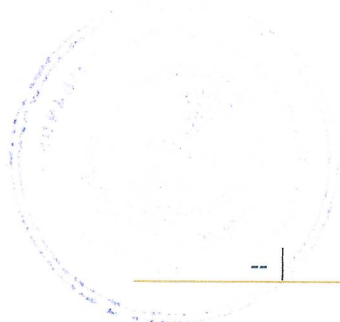
1. IDENTIFICAÇÃO GERAL

CrITÉRIOS	Informação/Observação	Sim	Não
Título da obra		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autor(es)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tipo de obra	<input type="checkbox"/> Literária <input type="checkbox"/> Científica <input checked="" type="checkbox"/> Técnica <input checked="" type="checkbox"/> Cultural / Artística <input type="checkbox"/> Outro (especificar) _____	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Editora/Produtora		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ano de publicação		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ISBN / Depósito legal		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Idioma / País de edição		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. IDONEIDADE DA EDITORA / PRODUTORA



Crítérios	Evidência	Conforme	Não conforme	Observações
Registo legal válido (certidão comercial, NIF, licença editorial)	Redes sociais: Facebook e Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Histórico editorial / portfólio de obras	Redes sociais: Facebook e Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Reputação online e institucional (website, redes, críticas)	Redes sociais: Facebook e Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ausência de litígios, denúncias ou irregularidades	Redes sociais: Facebook e Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Parcerias ou filiações reconhecidas	Redes sociais: Facebook e Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



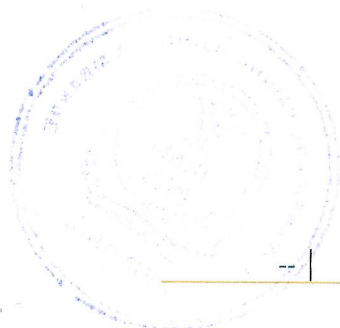
3. DUE DILIGENCE SOBRE O AUTOR / RESPONSÁVEL

Critérios	Evidência	Conforme	Não conforme	Observações
Identificação completa e verificável	Obra física	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Currículo acadêmico e/ou profissional	Descrição nas orelhas da obra	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Histórico de publicações / obras anteriores	Redes sociais: Facebook e Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ética e conduta pública adequada	Redes sociais: Facebook e Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Reputação online e institucional	Redes sociais: Facebook e Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



4. IMPACTO E INTERESSE INSTITUCIONAL

Crítérios	Justificação	Favorável	Condicional	Não favorável
Alinhamento com as áreas de ensino, pesquisa ou extensão da URNM		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Potencial educativo, científico ou cultural		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contribuição para a valorização da cultura nacional e identidade africana		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Benefício institucional	Fortalece cada vez mais o acervo científico e o prestígio institucional.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



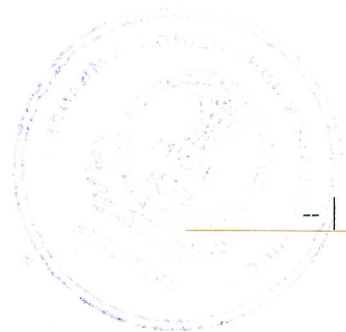
5. TERMOS DO SERVIÇO SOLICITADO

Critérios	Descrição	Conforme	Não Conforme	Observação
Tipo de evento (lançamento, exposição, feira, conferência, venda, outro)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Condições logísticas (espaço, data, materiais, apoio técnico)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Responsabilidade financeira do autor / editora		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Contrapartida institucional (visibilidade, intercâmbio, oferta de exemplares, etc.)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



6. AVALIAÇÃO GLOBAL DA COMISSÃO

Crítérios	Resultado	Observações
Idoneidade da Editora / Produtora	<input checked="" type="checkbox"/> Favorável <input type="checkbox"/> Condicional <input type="checkbox"/> Não favorável	
Idoneidade do Autor / Responsável	<input checked="" type="checkbox"/> Favorável <input type="checkbox"/> Condicional <input type="checkbox"/> Não favorável	
Conteúdo da Obra	<input checked="" type="checkbox"/> Favorável <input type="checkbox"/> Condicional <input type="checkbox"/> Não favorável	
Pertinência e Impacto Institucional	<input checked="" type="checkbox"/> Favorável <input type="checkbox"/> Condicional <input type="checkbox"/> Não favorável	



7. PARECER TÉCNICO

(A ser preenchido por um avaliador externo ou interno com domínio na área temática da obra)

Parâmetros	Dados
Nome do Especialista:	
Instituição de vínculo:	
Área de especialização:	
Contacto / e-mail:	
Resumo do parecer técnico:	
Relevância científica / cultural / educativa:	Alta
Conformidade ética e linguística:	Sim
Pertinência temática (para a URNM e comunidade académica)	Favorável
Recomendação final:	Favorável
Assinatura e data:	17 de outubro de 2025



8. PARECER FINAL DA COMISSÃO

Parecer Global	Aprovado
Observações gerais	
Data	17 de outubro de 2025

Vistos de validação	Assinatura e data
Biblioteca Central	
Área Científica	
	Visto de Homologação, com carimbo institucional Reitor da URM

ANEXOS OBRIGATÓRIOS

- Dois (2) exemplares físicos da obra, para o processo de dupla revisão e arquivos
- Currículo actualizado (físico ou digital. Preferencialmente perfil ORCID ou equivalente em plataforma académica)
- Declaração de autenticidade e direitos autorais (modelo URM)

