



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

FERNANDA LINS DE LIMA

PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS NO CONTEXTO DAS EDITORAS
UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS:
UM ESTUDO SOBRE O PROCESSO DE EDITORAÇÃO DE *E-BOOKS*

MACEIÓ-AL

2023

FERNANDA LINS DE LIMA

PUBLICAÇÕES ELETRÔNICAS NO CONTEXTO DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS
BRASILEIRAS:
UM ESTUDO SOBRE O PROCESSO DE EDITORAÇÃO DE *E-BOOKS*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), como pré-requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Francisca Rosaline Leite Mota.

Maceió-AL

2023

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

L732p

Lima, Fernanda Lins de.

Publicações eletrônicas no contexto das editoras universitárias
brasileiras : um estudo sobre o processo de produção de *e-books* /
Fernanda Lins de Lima. – 2023.

99 f. : il.

Orientadora: Francisca Rosaline Leite Mota.

Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade
Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes.
Maceió, 2023.

Bibliografia: f. 76-82.

Apêndices: f. 84-87.

Anexos: f. 89-99.

1. Editoração eletrônica. 2. Livros eletrônicos. 3. Mercado editorial. 4.
Editoras universitárias - Brasil. I. Título.

CDU: 004.915:655.41(81)

Dedico este trabalho às mulheres que fortalecem a minha vida, em nome da minha mãe, Cícera J. Lins, que é o meu Sol.

AGRADECIMENTOS

Ao meu bom Deus e ao Universo que me proporcionaram tantos desafios e surpresas nesse período!

À professora Francisca Rosaline Leite Mota, por me incentivar, acreditar e não desistir de mim!

À Banca Examinadora que gentilmente aceitou o convite de contribuir com este trabalho de pesquisa.

À minha família e amigos que acreditam em mim de “graça”!

À Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal) por ser decisiva em minha vida profissional e por fazer parte do *locus* de minha pesquisa.

À Associação Brasileira de Editoras Universitárias (Abeu) por todo o apoio dado para a realização desta pesquisa, bem como por toda parceria no decorrer de minhas atividades enquanto coordenadora editorial da Edufal.

Ao tempo que passou e me fez alcançar o término dessa etapa! Graças!

“Para onde vai uma canção depois do acorde final?”

(LEE, 2020)

RESUMO

Inúmeras mudanças ocorreram no processo de editoração no mercado editorial brasileiro. Os desafios cresceram rapidamente com o advento e o desenvolvimento das novas tecnologias permeando as diretrizes das editoras de toda natureza. Este trabalho apresenta a problemática de identificação dos processos tecnológicos utilizados pelas editoras universitárias brasileiras na editoração de *e-books* e, para isso, buscou estudar esses processos, identificando e caracterizando as políticas editoriais adotadas, assim como analisando os suportes de edição dos *e-books* e as metodologias usadas para produção editorial desses, para assim traçar o panorama de editoração de *e-books* no contexto das editoras universitárias brasileiras. A pesquisa é de caráter observatório, se valendo de pesquisa mista e documental, utilizando o universo das 167 editoras universitárias vinculadas a universidades públicas federais do Brasil. Das 167 editoras, a pesquisa identificou que 128 são filiadas à Associação Brasileira de Editoras Universitárias. Para a coleta de dados, foi utilizado questionário *online* elaborado na plataforma *Google Forms*. Dos 128 questionários distribuídos, houve o retorno de 35. A partir das análises empreendidas, foi possível traçar um panorama dos processos tecnológicos usados pelas editoras universitárias brasileiras. Os resultados apontam para uma significativa atuação do bibliotecário (28,9%) no contexto dessas editoras. Ademais, 47,4% das que responderam a pesquisa utilizam o PDF/A para a publicação dos *e-books*, 86,1% utilizam o *software* de design gráfico Adobe InDesign, sendo *Copyleft* (2,6%), *Copyright* (71,1%) e *Creative Commons* (47,4%) as licenças utilizadas na produção de publicações digitais. Foi possível concluir que os principais desafios enfrentados na construção da política editorial de publicações eletrônicas estão relacionados à necessidade de mais estudos sobre o tema, quadro de pessoal qualificado e em maior quantidade, resistência por parte dos autores ao formato eletrônico, financiamento e estrutura.

Palavras-chave: editoração eletrônica; *e-books*; mercado editorial; editoras universitárias do Brasil.

ABSTRACT

Numerous changes have taken place in the publishing process in the Brazilian publishing market. The challenges have grown rapidly with the advent and development of new technologies permeating the guidelines of publishers of all kinds. This paper presents the problem of identifying the technological processes used by Brazilian university publishers in the publishing of e-books. To this end, it sought to study these processes, identifying and characterizing the editorial policies adopted by Brazilian university publishers, as well as analysing the e-book publishing media and the methodologies used for editorial production by the publishers surveyed and thus outline the panorama of e-book publishing in the context of Brazilian university publishers. The research is of an observational nature, using mixed and documentary research, using the research universe of 167 university publishers linked to federal public universities in Brazil. Of the 167 publishers, the research identified that 128 are affiliated to the Brazilian Association of University Publishers. The data was collected using an online questionnaire prepared using the Google Forms platform. Of the 128 questionnaires distributed, 35 were returned. Based on the analysis carried out, it was possible to draw up an overview of the technological processes used by Brazilian university publishers. The results point to a significant role for librarians (28.9%) in the context of university publishing houses.

Keywords: electronic publishing; *e-books*; publishing market; university publishers in Brazil.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Faturamento e volume do setor livreiro no Brasil nos anos de 2022 x 2021	35
Figura 2 – Tiragens de obras publicadas pelas editoras universitárias brasileiras	35
Figura 3 – Etapas básicas de um processo de editoração	36
Figura 4 – Etapas do processo de editoração da Unicentro	37
Figura 5 – Etapas de editoração da Editora da UFJF	38
Figura 6 – Etapas do fluxo editorial do OMP	39

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Origem e evolução do livro digital	23
Quadro 2 – Características do <i>Open Monograph Press</i> (OMP)	29
Quadro 3 – Editoras respondentes	52
Quadro 4 – Cargos e funções dos respondentes	55

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Regiões das editoras respondentes	54
Gráfico 2 – Tempo de atuação na editora	57
Gráfico 3 – Equipe de editoração	59
Gráfico 4 – Equipe de avaliação	61
Gráfico 5 – Apresentação das publicações digitais	62
Gráfico 6 – Extensões das publicações	62
Gráfico 7 – Artefatos tecnológicos utilizados na produção de publicações digitais	63
Gráfico 8 – Licenças utilizadas na produção de publicações digitais	64
Gráfico 9 – Redes sociais utilizadas na divulgação de publicações digitais	65
Gráfico 10 – Disponibilização das publicações digitais	66
Gráfico 11 – Acesso da política editorial documentada	67
Gráfico 12 – Formação do Conselho Editorial	72

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Abeu	Associação Brasileira de Editoras Universitárias
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
Anvisa	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
DGM	Sistemas de Proteção de Direitos Digitais
ePub	<i>Electronic Publication</i>
EUA	Estados Unidos da América
GDD	Gerenciamento de direitos digitais
HTML5	<i>Hypertext Markup Language</i>
IBICT	Instituto Brasileiro de Informação, Comunicação e Tecnologia
IES	Instituições de Ensino Superior
MOBI	<i>Mobipocket E-books</i>
OJS	<i>Open Journal System</i>
OMP	<i>Open Monograph Press</i>
PDF	<i>Portable Document Format</i>
PKP	<i>Public Knowledge Project</i>
PPGCI	Programam de Pós-graduação em Ciência da Informação
SEER	Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas
SNEL	Sindicato Nacional dos Editores de Livros

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO CONTEXTO ACADÊMICO	19
2.1 A importância da produção e comunicação científica	19
2.2 Periódicos científicos e livros acadêmicos	20
2.2.1 O livro e seus conceitos	20
2.2.2 Os periódicos e seus conceitos	23
2.3 Questões sobre direitos autorais	29
2.3.1 <i>Copyleft</i>	31
2.3.2 <i>Copyright</i>	31
2.3.3 <i>Creative Commons</i>	32
2.3.4 <i>Digital Right Management (DRM)</i>	32
3 PROCESSO DE EDITORAÇÃO NO CONTEXTO ACADÊMICO	34
3.1 Dinâmica do mercado editorial brasileiro	34
3.2 Etapas do processo de editoração	36
3.3 Tecnologias digitais no processo de editoração	40
4 DESAFIOS DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS NO CENÁRIO DIGITAL	41
4.1 Entendimentos sobre editoras universitárias	41
4.2 Público-alvo das editoras universitárias e o contexto digital	42
4.3 Desafios para a produção de <i>e-books</i>	44
5 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	49
5.1 Universo e amostra da pesquisa	50
5.2 Instrumento de coleta de dados	51
6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	52
6.1 Caracterização dos respondentes	52
6.2 Equipe de editoração	58
6.3 Equipe de avaliação	60
6.4 Formato das publicações	61
6.5 Comercialização, divulgação e marketing	64
6.5.1 Proteção dos <i>e-books</i>	64
6.5.2 Redes sociais	65
6.6 Política editorial	67
7 CONCLUSÃO	77

REFERÊNCIAS	76
APÊNDICE	83
ANEXOS	88

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, a produção editorial passeia por três lugares: impresso, em linha (*online*) e materialização da informação, através dos artefatos e arquivos digitais. Segundo Gruszynski, Golin e Castedo (2008, p. 2), “a tecnologia responsável pela produção de impressos e sua apropriação por diferentes grupos sociais estabelecidos em espaços temporais e geográficos distintos representou um importante fator na configuração das práticas editoriais”.

O avanço do ferramental tecnológico, aliado à mudança de comportamento dos leitores, propiciou o surgimento de um cenário que demanda cada vez mais uma nova postura por parte das editoras, com vistas a fortalecer suas ações e manter-se no mercado. Gigantes da produção editorial abriram falência ou fizeram fusões para conseguir dar continuidade às atividades de produção, divulgação e circulação de livros impressos. De igual modo, as livrarias estão passando por ela. Em 2011, os Estados Unidos passaram por essa mesma crise, com o fechamento da *Borders*, uma das livrarias mais tradicionais do país (Silvestre; Baboo, 2011). No Brasil, a crise foi se instalando desde 2012 e, a partir de então, a quantidade de livrarias que decretaram falência só tem aumentado. A crise que assola o país colocou o mercado livreiro num quadro de quase mil estabelecimentos fechando suas portas. Grandes distribuidoras e editoras como Saraiva, Cultura, Laselva, Cia. do Livro e Cosac & Naif ou entraram em crise de falência, fecharam lojas físicas, ou definitivamente deixaram de existir em 2018. Segundo a *Infomoney* (2018), em 2017 o meio editorial sofreu grande queda em suas publicações e em seu faturamento.

A ideia de se ter na palma da mão e de modo portátil uma biblioteca pessoal contendo milhares de exemplares é algo que fascina progressivamente milhões de pessoas em todo o mundo, independentemente do gênero literário. No contexto das publicações acadêmicas, sobretudo aquelas ligadas a editoras universitárias, são inúmeros os desafios para acompanhar essa nova perspectiva e atender à demanda de um novo perfil de leitor.

Este trabalho apresenta, no cerne de sua proposta, um desejo de cunho pessoal que foi construído ao longo do tempo de serviço experienciado na produção editorial da Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal). Por atuar por mais de 15 anos na condução do setor de editoração da Edufal, passando desde a posição de estudante bolsista à funcionária celetista, pude perceber e avaliar as deficiências e inexistências de fases e etapas em todo processo de edição em que a Edufal trabalhava e trabalha. E esse espaço inativo no aspecto tecnológico e de automação dos processos editoriais da Edufal provocou em mim um objeto de pesquisa.

Partindo dessa realidade pessoal, foi fomentado o interesse em contribuir com o estudo desses processos tecnológicos usados pelas editoras universitárias do Brasil filiadas à Associação Brasileira de Editoras Universitárias (Abeu), na produção de seus *e-books*. Isto por entender que a forma de desenvolvimento da produção acadêmica é o resultado dessas publicações disponibilizadas aos pares e à sociedade em geral, para serem utilizadas como ferramentas de pesquisa e estudo da melhor e mais acessível forma.

É importante mencionar que a Abeu desempenha função fundamental na promoção e no fortalecimento da produção científica no Brasil. Como representante das editoras universitárias do país, ela desempenha um papel crucial ao apoiar a divulgação de trabalhos acadêmicos, facilitando a disseminação do conhecimento produzido por instituições de ensino superior. Por meio da publicação de livros e outras formas de material acadêmico, a Abeu amplia o alcance das pesquisas realizadas no Brasil, enriquecendo o ambiente científico e contribuindo para o avanço das diversas áreas do conhecimento. Também atua na formação e no aperfeiçoamento das equipes editoriais das editoras universitárias com reuniões anuais e regionais, nas quais oferece cursos de aprimoramento intitulados “Abeu Técnico”.

A Abeu também desempenha um papel importante na preservação da diversidade cultural e do patrimônio intelectual brasileiro. Ao dar voz às diferentes perspectivas e abordagens de pesquisa, as editoras universitárias associadas à Abeu contribuem para a valorização da riqueza cultural do país e para a promoção de uma produção científica autêntica e inclusiva. Além disso, ao fornecer um canal para a publicação de obras acadêmicas, a Abeu auxilia na formação e na capacitação de novos pesquisadores, incentivando o crescimento da comunidade científica brasileira.

Essa realidade fortalece a função indispensável dela na produção científica do Brasil, impulsionando a disseminação do conhecimento acadêmico, preservando a diversidade cultural e contribuindo para a formação de novos pesquisadores. Seu compromisso com a qualidade e a excelência editorial solidifica seu papel como um pilar essencial no ecossistema científico do país.

É com a inquietação desse desafio que montamos nosso problema de pesquisa: **quais são os processos tecnológicos utilizados pelas editoras universitárias brasileiras na editoração de *e-books*?**

Para alicerçar essa discussão, o trabalho conta com o objetivo geral de estudar os processos tecnológicos utilizados pelas editoras universitárias brasileiras na editoração de *e-books* e, especificamente, transita nos seguintes itens:

1. Mapear as políticas editoriais adotadas pelas editoras universitárias brasileiras;

2. Caracterizar as políticas editoriais adotadas pelas editoras universitárias brasileiras;
3. Analisar os suportes de edição de *e-books* usados pelas editoras pesquisadas;
4. Identificar as metodologias utilizadas pelas editoras universitárias para a produção editorial de *e-books*;
5. Traçar o panorama de editoração de *e-books* no contexto das editoras universitárias brasileiras.

Para buscar respostas para o problema de pesquisa apresentado, o presente trabalho foi estruturado em seis seções:

A primeira seção, a **Introdução**, contém os objetivos geral e específicos e nos coloca no cerne da justificativa da escolha do objeto de pesquisa e do tema pesquisado. Ela também traz um panorama geral das seções deste trabalho acadêmico.

A segunda seção, intitulada **Produção científica no contexto acadêmico**, traz considerações sobre a importância da produção e comunicação científica, a partir dos periódicos científicos e livros acadêmicos, fazendo um comparativo histórico de seus conceitos e funcionalidades; essa seção também aborda questões sobre direitos autorais e conceitua as principais licenças usadas na atualidade nas publicações digitais das editoras universitárias, como: *Copyleft*, *Copyright*, *Creative Commons* e *Digital Right Management (DRM)*.

A terceira seção, chamada **Processo de editoração no contexto acadêmico**, caracteriza-se pelas dinâmicas que o mercado editorial brasileiro atravessou nos anos de 2020 a 2022, pela perspectiva da pesquisa feita pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) com a Câmara Brasileira de Livros (CBL), na pesquisa da NIELSEN *Book*, que mostra o quadro do mercado editorial no Brasil; essa seção também apresenta o processo de editoração no contexto acadêmico e as tecnologias digitais utilizadas para o seguimento desse ramo dentro das editoras universitárias do Brasil.

A quarta seção, nomeada **Desafios das editoras universitárias no cenário digital**, discorre sobre os entendimentos das EUs, seu papel, sua função e como essa realidade é desenvolvida no meio digital: qual o contexto de que elas participam, qual o real público-alvo e quais os desafios enfrentados para que os *e-books* alcancem a sociedade em geral.

A quinta seção, identificada como **Métodos e técnicas de pesquisa**, detalha a estrutura da forma da pesquisa, caracterizando assim o universo dessa, como sendo as editoras universitárias vinculadas ao Ministério da Educação (MEC) e como amostra pesquisada, as 128 Editoras Universitárias vinculadas à Abeu e que foram analisadas por meio da coleta de dados via *Google Forms*.

A sexta seção, **Análise e discussão dos resultados**, apresenta a análise e a discussão dos resultados gerados a partir das respostas dos formulários respondidos por 35 representantes de editoras universitárias brasileiras ligadas à Abeu. Essa seção detalha a análise sob seis aspectos: caracterização dos respondentes, equipe de editoração, equipe de avaliação, formato das publicações, comercialização, divulgação e marketing e política editorial

A sétima seção, a **Conclusão**, tece considerações acerca de toda a pesquisa empreendida, apresentando os desafios enfrentados pelas editoras universitárias e sugerindo alternativas para a melhoria ou implantação do processo de editoração de *e-books* publicados pelas casas publicadoras. Por fim, indica algumas possibilidades de estudos futuros.

2 PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO CONTEXTO ACADÊMICO

A produção científica é uma das mais importantes funções da ciência. Ela apresenta o conhecimento em suas variadas formas para o público leitor e não leitor. É por meio dela que o cidadão pode materializar suas pesquisas e apresentar os avanços científicos que impactam a sociedade nos mais diferentes aspectos.

2.1 A importância da produção e comunicação científica

Ao longo dos tempos, o conhecimento científico foi se desenvolvendo a partir das experiências do dia a dia e, assim, o ser humano foi aprendendo a identificar a relação de causa e efeito e, conseqüentemente, foi se conectando com o que estava ao seu redor.

O que Kochhann (2021) pensa sobre essa conexão é que ela se desenvolve, enquanto conhecimento humano, em quatro movimentos não excludentes: o senso comum, o religioso, o filosófico e o científico. A combinação desses fatores foi propícia para que a produção acadêmica se desenvolvesse e colocasse a ciência no topo da pirâmide do processo de pesquisa e busca de conhecimento.

A produção acadêmica é responsável por fomentar o aprendizado e a construção da sociedade, possibilitar aos acadêmicos – ou não – a oportunidade de reflexão em sua formação e construir um caminho de pesquisa e de ensino eficaz e duradouro (Kochhann, 2021).

Por produção acadêmica, entendemos que é a materialização de uma pesquisa ou busca científica nos meios de divulgação tradicionais que se utiliza do suporte papel e nos meios contemporâneos baseados na internet (Kochhann, 2021). Vamos falar sobre eles adiante.

Essa afirmação da materialização de uma pesquisa corrobora a importância que a produção acadêmica carrega, pois possibilita o desenvolvimento e a afirmação da comunicação científica, do diálogo entre pares e de novas descobertas da ciência. Esse movimento acontece através dos artigos presentes nos inúmeros periódicos científicos existentes, em bases de dados, nas inúmeras pesquisas que são transformadas em livros, pelas teses e dissertações presentes nos repositórios institucionais e até na simples conversa que acontece nos corredores ou em salas de aula. É esse movimento do conhecimento científico que turbinha a comunicação científica nas instituições de ensino superior.

Então, essa função social do saber desencadeou o surgimento e o fortalecimento da comunicação científica. Se fez necessário o compartilhamento das descobertas para que se alcançasse as explicações que as ciências naturais não conseguiram e não quiseram oferecer à sociedade.

2.2 Periódicos científicos e livros acadêmicos

As produções científicas englobam uma variedade de tipos de trabalhos que contribuem para a expansão do conhecimento em diversas áreas. Essas produções abrangem desde artigos de pesquisa em periódicos e conferências, até teses de doutorado e livros, cada um com seu próprio papel na disseminação do conhecimento científico. A diversidade de tipos de produções científicas permite uma abordagem multifacetada para a comunicação acadêmica.

Artigos científicos, por exemplo, são formatos tradicionais amplamente utilizados para comunicar descobertas e resultados de pesquisas. Eles seguem uma estrutura específica, incluindo introdução, método, resultados e discussão, para garantir a clareza e a objetividade das informações apresentadas. Por outro lado, as teses e dissertações de doutorado têm como objetivo contribuir com pesquisas originais e aprofundadas, representando um marco significativo na formação acadêmica e na produção científica.

Além disso, a produção científica também inclui outros formatos, como resumos expandidos em anais de conferências, relatórios técnicos, monografias e capítulos de livros. Cada tipo possui seu próprio propósito e público-alvo, atendendo às necessidades específicas de comunicação e disseminação. A diversidade desses tipos de produções reflete a ampla gama de abordagens adotadas pelos pesquisadores para compartilhar suas descobertas e contribuir para o avanço do conhecimento.

Neste trabalho, abordaremos duas fases ou etapas de materialização de uma pesquisa: de um lado, está o periódico, a revista ou a publicação continuada/seriada; e do outro, o livro acadêmico.

2.2.1 O livro e seus conceitos

No marco temporal, o livro se apresenta como principal meio de registro do conhecimento científico. Historicamente, há divergências quanto ao que pode ser considerado o primeiro livro do mundo. Há quem defenda que foi na Suméria em 3.200 a.C.; há os que afirmam que foi no Egito, com o livro de poemas da Mesopotâmia; e outros na China com um livro chamado *Ching* (Mota, 2020).

Contudo, existe um consenso de que a *Bíblia de Gutenberg* foi o primeiro livro impresso no mundo, fruto da invenção de Johannes Gutenberg em 1455, por isso a publicação levou seu nome. O invento de Gutenberg foi uma marca divisória no processo de divulgação do conhecimento e trouxe à realidade várias discussões, inclusive a de direitos autorais, que trataremos na subseção seguinte (Pereira, 2021).

Sobre conceitos do livro, trazemos cinco recortes. O primeiro está na definição de Björk (2007), que pode ser considerada a mais comum, porque coloca o livro científico como resultado do processo de publicação de resultados de pesquisas, na modalidade genérica de monografias, na mesma linha de uma tese, dissertação e relatórios, desenvolvidos por um ou mais autores. Esse é o aspecto precursor na produção científica acadêmica: os trabalhos oriundos dos cursos dos centros e espaços universitários de pesquisa, são chamados trabalhos acadêmicos.

O segundo recorte está na análise de Mesquita e Conde (2008, p. 1), a qual define que o livro:

consiste em um registro gráfico de informações, não periódico, capaz de ser estudado ou interpretado e com profunda significação cultural. As manifestações gráficas ao longo da história da humanidade passaram por diversos estágios até chegar à forma atual do livro e a evolução desses processos reflete características socioeconômicas e culturais de suas épocas.

Borsuk (2018) continua a terceira fase desse recorte, apresentando uma nova concepção de definição do livro baseada em três aspectos: livro objeto, livro conteúdo e livro ideia e interface.

A primeira analogia de Borsuk que trata o livro como objeto tem um arcabouço histórico, é a face cultural da invenção. É o livro material, é o indicador de marco temporal da materialização do conhecimento.

Em sua segunda análise, ela coloca o livro como norte, é a importância do conteúdo que interessa. Segundo a autora, “a imprensa gráfica alterou o livro facilitando a sua proliferação e separando a ideia do livro do objeto”¹ (Borsuk, 2018, p. 76, tradução nossa).

A autora finda seu estudo, colocando o livro como uma ideia, aborda-o como forma artística, que estará em constante mudança. É nesse aspecto que está a transformação do livro em papel para o livro em linha, o livro digital. E essa concepção alcança as diferentes extensões (mutações) que ele pode ter. O livro como “ideia e interface” sempre vai mudar.

Um ano depois, Hansen (2019, p. 7-8) contribui para a formação do quarto recorte, continuando com essa conceituação mais filosófica abordada por Borsuk (2018), mais elaborada, voltada para a sociedade da informação e do conhecimento: “O livro não é um objeto natural, mas artificial, material e simbólico”. Como objeto artificial, é mercadoria, produto

¹ “The printing press thus changed the book by both facilitating its proliferation and separating the idea of the book from the object” (Borsuk, 2018, p. 76).

acabado de vários processos intelectuais, técnicos e industriais; como objeto simbólico é texto, que pressupõe uma autoria, que o acabou como obra e leitores que nunca acabam.

Há outro teórico que corrobora a mesma linha de concepção já apresentada por Borsuk (2018) e Hansen (2019), acrescida de interfaces de cunho social e midiático, tão marcantes nesta nossa era. A visão que Barbier (2019) apresenta do livro, constituindo o último e quinto recorte, é de uma revolução midiática, digital, da presença do livro, é como uma chama, a “revolução das mídias”, perceptivelmente parafraseando Roger Chartier (1999), que outrora nos apresentou o livro como a “revolução das revoluções”. Aqui já tínhamos um prenúncio da grande revolução dos suportes de publicação do saber e da leitura.

As concepções de livro trazidas por esses pesquisadores colocam-no numa posição estratégica e essencial para a materialização do conhecimento. Há uma evolução e uma presunção nos conceitos apresentados por eles em suas pesquisas, que nos provocam a enxergar o livro num movimento de constante evolução e mudança. O que virá depois do livro digital? Teremos *chips* livros em nossas mentes?

Não é uma realidade distante, pois já estamos na era da Inteligência Artificial (AI). O GPT-3.5, popularmente conhecido como ChatGPT, é um avanço notável na área da inteligência artificial e processamento de linguagem natural. Como mencionado por Brown *et al.* (2020), esse modelo impressionante contém 175 bilhões de parâmetros treinados em uma vasta gama de fontes textuais, permitindo-lhe compreender e gerar texto coerente de maneira contextualmente relevante.

Entretanto, como discutido por Bender e Gebru (2021), a ascensão desses modelos gigantescos como o ChatGPT também traz preocupações éticas e sociais. Isso levanta a necessidade de uma abordagem cuidadosa e responsável na implementação e no uso dessas tecnologias, buscando garantir que seus benefícios superem seus riscos potenciais.

Marcus *et al.* (2021) destacam a necessidade de avanços contínuos no que diz respeito à compreensão contextual e à garantia de que os modelos gerem respostas que façam sentido em um contexto mais amplo. Essa busca por melhoria é fundamental para maximizar a utilidade e a confiabilidade do ChatGPT em uma variedade de cenários.

Por outro lado, os riscos associados ao ChatGPT têm sido um tema de investigação proeminente na produção científica. Como abordado por Bender e Gebru (2021), modelos de linguagem como o ChatGPT podem ser explorados para disseminar informações falsas, amplificar viés e até promover discurso de ódio. A produção científica tem se concentrado em entender esses riscos e desenvolver abordagens para mitigá-los, garantindo assim o uso responsável dessas tecnologias. A análise crítica desses perigos contribui para a construção de

diretrizes éticas e regulamentações adequadas no desenvolvimento e na aplicação de modelos como o ChatGPT.

Como o ChatGPT pode inadvertidamente gerar *fake news*, estudos como o de Holtzman *et al.* (2020) destacam a tendência à “degradação textual”, em que o modelo gera respostas plausíveis, mas semanticamente incorretas. Ao expor e entender essas limitações, a pesquisa científica contribui para uma utilização mais informada e cautelosa do ChatGPT, identificando áreas onde intervenções técnicas podem ser implementadas para melhorar sua eficácia e precisão.

Para as editoras universitárias, esses riscos são enormes, pois o uso inadequado ou “imperfeito” da AI em publicações acadêmicas podem comprometer a fidedignidade das pesquisas e demais trabalhos acadêmicos, invalidando o bom desenvolvimento da Ciência, porque há uma especificidade do livro científico que o difere dos outros, e isso corrobora com sua importância e função: ele é feito de cientista para cientista, ele surge da ciência e volta para ela; o livro científico compõe a via de circulação no trajeto do conhecimento e deve estar puramente comprometida com a verdade da pesquisa e sua análise.

2.2.2 Os periódicos e seus conceitos

O marco do surgimento do que entendemos ser um periódico é de meados do século XVII, em 05 de janeiro de 1665, em Paris, na França, com a publicação do primeiro fascículo do *Jornal des Sçavans*. Até essa data, o conhecimento era editado somente na forma de livros, ainda de maneira artesanal, com tiragens baixíssimas e que atendia a um número pequeno de pesquisadores. Por esses motivos, houve questionamentos entre os pesquisadores da época para que existissem uma forma mais eficiente de divulgação das publicações, então essa realidade se uniu ao avanço das experiências existentes no tempo, e da própria tecnologia, resultando um novo produto editorial: os periódicos científicos (Fachin; Hillesheim, 2006).

A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) na NBR 6021/2003 apresenta a publicação científica continuada impressa como

Um dos tipos de publicações seriadas, que se apresenta sob a forma de revista, boletim, anuário etc., editada em fascículos com designação numérica e/ou cronológica, em intervalos pré-fixados (periodicidade), por tempo indeterminado, com a colaboração, em geral, de diversas pessoas, tratando de assuntos diversos, dentro de uma política editorial definida, e que é objeto de Número Internacional Normalizado (ISSN).

E Cunha (2001, p. 16) ainda acrescenta uma definição no âmbito híbrido, que diz: “periódico eletrônico ou digital é a publicação editada em intervalos regulares e distribuída na forma eletrônica e digital”.

São duas definições simplistas, mas atemporais. São dois conceitos que abrem o caminho para se entender que os periódicos se caracterizam por serem um meio de comunicação e divulgação científica mais imediatista, de acesso rápido e que apresentam o resultado de pesquisas mais recentes. O fator tempo é um indicativo importantíssimo para que se publique ou não uma pesquisa numa revista.

Souza e Albuquerque (2005, p. 10) dizem que os periódicos científicos

servem como instrumento de avaliação que mede os conhecimentos, e examina os resultados apresentados pelo pesquisador. A partir da publicação de artigos em revistas científicas de prestígio, tantos os resultados da pesquisa passam a ser conhecidos diante da comunidade científica, quanto aumentam a credibilidade do autor. Como também, este suporte servirá de canal difusor da informação e propagador da ciência.

Na atualidade, apoiados pelos autores acima, são as revistas eletrônicas que têm favorecido a disseminação de pesquisas científicas e, em alguns casos, antes mesmo do artigo ser publicado, através de compartilhamento por e-mails (Souza; Albuquerque, 2005), listas de discussão ou através dos *preprints*, que é um produto resultante do movimento da Ciência Aberta, onde um artigo é disponibilizado sem a avaliação por pares, para leitura, discussão e até edição antes de ser publicado.

É importante mencionar, nesse contexto das publicações digitais, que a transição para modelos de ciência aberta e a adoção de publicações digitais estão redefinindo a paisagem científica do país. Como afirmado por Meneghini *et al.* (2007), a ciência aberta oferece a oportunidade de ampliar o acesso às informações científicas, promovendo a colaboração global e acelerando a inovação. A crescente migração para publicações digitais também permite uma disseminação mais eficiente e econômica do conhecimento, como destacado por Kuramoto (2019), melhorando o acesso e a visibilidade das pesquisas para uma audiência mais ampla. A mudança para a ciência aberta e as publicações digitais não estão isentas de desafios. É essencial abordar questões como a qualidade da revisão por pares em um cenário de acesso aberto, como discutido por Antonelli e Malafaia (2017), garantindo que a expansão do acesso não comprometa a integridade do conhecimento compartilhado. Além disso, a transição para formatos digitais exige a garantia de infraestruturas robustas e políticas de preservação a longo prazo para evitar a perda de conteúdo valioso, conforme enfatizado por Ferreira (2021). Assim, a evolução dos periódicos científicos no Brasil em direção a modelos de ciência aberta e

publicações digitais deve ser acompanhada de um compromisso contínuo com a qualidade, acessibilidade e sustentabilidade, garantindo que o conhecimento gerado seja amplamente difundido e preservado para as gerações futuras.

Para este trabalho, nosso foco será o livro digital, usando a palavra *e-book* como sua versão traduzida. Usaremos essas nomenclaturas apoiados nas definições que traremos a seguir.

O livro digital como temos hoje percorreu um caminho significativo de transformações:

Quadro 1 - Origem e evolução do livro digital

Ano	Acontecimento
1931	Advento do livro digital com o <i>Talking Book Program</i> ² ;
1945	Vannevar Bush apresenta o Memex;
1967-1968	Pesquisas sobre sistemas de hipertexto, coordenadas por Andries Van Dam, autor do termo livro eletrônico; Alan Kay cria o Dynabook ³ ;
1971	Michael Hart digitaliza a Declaração da Independência dos Estados Unidos da América;
1990	Advento da Internet;
1998	Lançamento dos <i>e-readers SoftBook Reader</i> (SoftBook Press) e <i>Rocket eBook</i> (Nuevo Media Inc.);
1999	Projeto NetLibrary oferece o serviço de consulta a publicações eletrônicas para bibliotecas;
2004	Criação da <i>Google Books</i> ;
2007	<i>Amazon</i> lança o <i>e-reader Kindle</i> ;
2010	<i>Apple</i> lança o <i>iPad</i> ;
Atualidade	Diversidade de aparelhos e aplicativos disponíveis para leitura eletrônica.

Fonte: Serra (2014).

Diante disso, apoiamo-nos em Bueno (2010, p. 01) para apresentar os livros digitais e os eletrônicos como um acelerador da comunicação científica.

Visa, basicamente, à disseminação de informações especializadas entre os pares, com o intuito de tornar conhecidos, na comunidade científica, os avanços obtidos (resultados de pesquisas, relatos de experiências etc.) em áreas específicas ou a elaboração de novas teorias ou refinamento das existentes. A divulgação científica cumpre função primordial: democratizar o acesso ao conhecimento científico e estabelecer condições para a chamada alfabetização científica.

Dessa mesma forma, adentramos na democratização da alfabetização científica, onde as editoras precisam diferenciar, em sua política e expansão, o que os teóricos chamam de livro digital e livro eletrônico, um arquivo em PDF e um livro eletrônico. Oddone (2013) citado por

² Programa de Livros Sonoros desenvolvido pela Fundação Americana para os Cegos (tradução de Serra, 2014, p. 51).

³ “Uma espécie de notebook, porém com aplicação exclusiva para leitura de livros” (Serra, 2014, p. 53).

Grau, Oddone e Dourado (2013, local. 5), corroboram essa afirmativa e elucidam com conceituações:

1) livros digitais são aqueles que estão disponíveis em versões .html, .txt ou .pdf na Internet. Para lê-los é preciso ter um computador conectado à Internet e um programa de navegação, entre os quais podem ser mencionados Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, Apple Safari, Opera, entre outros; 2) Livros eletrônicos são aqueles que estão disponíveis em versões .epub., .mobi, .azw e .ios, entre outras. Para lê-los é preciso visitar lojas especializadas, baixar arquivos com o conteúdo dos livros e fazer upload desses arquivos em aparelhos como Kobo, Kindle e iPad, entre outros, ou instalar os arquivos diretamente nos aparelhos se estes puderem se conectar à Internet, ou ainda instalar no computador programas especiais de leitura.

Ainda podemos acrescentar que um livro digital pode ser considerado como uma representação digitalizada de um livro impresso, mantendo a estrutura, layout e design da obra original. Conforme ressaltado por Sleeman e Wallace (2018), os livros digitais capturam a essência visual e estética das versões impressas, frequentemente sendo disponibilizados em formatos PDF ou ePub, visando replicar a experiência de leitura tradicional em um ambiente digital.

Por outro lado, o termo “livro eletrônico” se refere a uma categoria mais ampla de conteúdo textual que abrange diversos tipos de mídia digital, incluindo textos interativos, hipertextos e multimídia. De acordo com Lindgren e Lundh Snis (2015), os livros eletrônicos têm a capacidade de incorporar elementos interativos, como links, vídeos e animações, que enriquecem a experiência de leitura com recursos adicionais além do texto estático. Essa abordagem ampliada à narrativa é característica dos livros eletrônicos, que exploram a convergência de texto, imagem e som em uma única plataforma digital.

A distinção entre livros digitais e livros eletrônicos ressalta a diversidade de formatos e possibilidades dentro do cenário de publicações digitais. Enquanto os livros digitais focam em preservar o formato original do livro impresso, os livros eletrônicos abraçam a flexibilidade e a adaptabilidade das tecnologias digitais para criar experiências de leitura mais ricas e dinâmicas. Ambos os conceitos contribuem para a evolução do mercado literário em direção a uma era digital.

Essa diferenciação entre livros digitais e livros eletrônicos reside nas nuances de suas definições e na gama de recursos que cada um oferece. Enquanto os livros digitais se assemelham visualmente às contrapartes impressas, os livros eletrônicos exploram recursos multimídias e interativos, reimaginando a experiência de leitura em um contexto digital.

Outro aspecto sobre uma possível diferença dessas definições e usabilidade é o de Eugênio Trivinho (2017), que coloca os livros digitais como uma expressão de uma cultura que

emerge das tecnologias da informação, preservando o conteúdo textual e sua relação com o universo analógico dos livros impressos. Já o termo “livro eletrônico” é utilizado para englobar formatos que vão além do texto, incorporando hipertextos, multimídia e interatividade, como observado por Marcelo Teixeira (2012).

Já Cezar Taurion (2019) enfatiza a transformação digital dos negócios e da cultura, ressaltando que a adoção de livros digitais no país está mais relacionada a uma “migração” do conteúdo impresso para o digital, mantendo características do livro tradicional. Por outro lado, para Lucia Santaella (2004), os livros eletrônicos são exemplos da convergência midiática, reunindo diversas linguagens em um suporte digital e proporcionando uma leitura mais dinâmica e interativa.

A visão desses autores brasileiros enriquece a compreensão das definições e diferenças entre livros digitais e livros eletrônicos. Enquanto os livros digitais mantêm uma conexão com o formato impresso, os livros eletrônicos transcendem essa fronteira, incorporando a digitalidade em sua essência e oferecendo experiências de leitura mais diversificadas e imersivas.

Para corroborar essa análise, Hartley, Wen e Li (2015) nos trazem a sociedade da *Creative Era*. Esse espaço temporal é caracterizado como a junção de informações, mídia e conteúdos criativos, em conjunto com os movimentos que ocorrem no âmbito digital. E tem permitido uma rápida globalização de ideias e informações, desbloqueando todo o potencial da produção e acesso do conhecimento.

Essa é a atmosfera em que os livros digitais estão inseridos na sociedade mundial, sob todos os aspectos. Mas também a *Creative Era* não omite a participação dos outros atores de extensão, como .epub, .mobi, .azw e .ios. Este “Período ou era ou momento de criatividade”⁴ é a base para o desenvolvimento de suportes para as publicações digitais acelerarem seu percurso de alcance e eficácia na promoção do conhecimento científico.

Tanto os periódicos como os livros possuem sistema de gerenciamento e que estão sendo amplamente usados pelas Instituições de Ensino Superior (IES). Falamos do Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER) voltado para editoração de periódicos científicos, atualmente conhecido como *Open Journal System* (OJS) e do *Open Monograph Press* (OMP), *software* desenvolvido para o processo editorial de livros.

O SEER é definido pelo Instituto Brasileiro de Informação, Comunicação e Tecnologia (IBICT) como

4 “Creative Era”.

Um software desenvolvido para a construção e gestão de uma publicação periódica eletrônica. Esta ferramenta contempla ações essenciais à automação das atividades de editoração de periódicos científicos. Recomendado pela CAPES, o processo editorial no SEER permite uma melhoria na avaliação da qualidade dos periódicos e uma maior rapidez no fluxo das informações. A aceitação do SEER pela comunidade brasileira de editores científicos vem do desempenho do sistema e de sua fácil adaptação aos processos de editoração em uso. Também o SEER permite que a disseminação, divulgação e preservação dos conteúdos das revistas brasileiras apresentem uma melhoria na adoção dos padrões editoriais internacionais para periódicos on-line 100% eletrônicos (Instituto Brasileiro de Informação, Comunicação e Tecnologia, 1999, *local 5*).

Já o sistema de editoração eletrônica de livros é mais conhecido e titulado de *Open Monograph Press* (OMP). Já utilizado pelas editoras universitárias, como as editoras da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Editora da Universidade Federal do Paraná (EDUFPR), Editora da Universidade Federal do Espírito Santo (Edufes), Editora da Universidade Federal de São Carlos (EDUFSCar), Editora da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), e que tem se consolidado como uma proposta eficaz diante do avanço constante das novas tecnologias. É um *software* de livro, de acesso aberto e comumente usado para o gerenciamento de fluxo editorial e de publicações digitais.

O OMP É um programa desenvolvido pelo *Public Knowledge Project* (PKP) para gerenciar processos editoriais e informatizar suas atividades. Ele também se apresenta como um *site* de divulgação e venda de títulos de uma casa publicadora (Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia; Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2021).

Segundo Willinsky (2009), citado por Andrade e Araujo (2016, p. 17), “o processo editorial do livro se distingue das demais publicações acadêmicas. Assim, a utilização do OMP no processo editorial dos *e-books* possibilita uma série de inovações no fluxo de trabalho e visando a uma melhora na qualidade do processo de publicação.

Ainda conforme o Ibict e a Anvisa (2021, p. 07), o OMP:

informatiza as principais atividades relacionadas ao fluxo editorial de livros, desde a submissão dos manuscritos até a publicação do livro, em catálogos organizados. Com isso, a editora implementa um sistema informatizado com site que atende não apenas aos usuários como aos produtores e aos consumidores das obras da instituição. O sistema possibilita, inclusive, a comercialização ou disponibilização das obras em texto integral gratuitamente.

O *software* possui as características conforme descrito no Quadro 2 a seguir: A usabilidade dele é claramente apoiada e sustentada por suas importantes características.

Quadro 2 – Características do *Open Monograph Press* (OMP)

Item	Características
1.	Lidar com volumes editados, com autores diferentes para cada capítulo;
2.	Envolver editores, autores, revisores, designers, indexadores e outros na produção de livros;
3.	Ver submissões através de várias rodadas de revisores internos e externos;
4.	Utilizar o padrão ONIX para metadados de sites de venda de livros, por exemplo, da <i>Amazon</i> ;
5.	Criar bibliotecas de documentos para apresentações, contratos de gravação, permissões, etc.;
6.	Manipular miniaturas das capas do catálogo, bem como recursos de destaque;
7.	Permitir que editores de séries acompanhem seus livros desde a revisão até a publicação;
8.	Permitir revisão por pares aberta.

Fonte: Manual... (2015).

Segundo o Ibict e a Anvisa (2021, p. 12), o OMP apresenta um completo e estruturado processo de fluxo editorial:

1. *Login* no sistema;
2. Submissão;
3. Recebimento da submissão;
4. Designação do editor;
5. Avaliação interna;
6. Avaliação externa;
7. Edição de texto;
8. Editoração;
9. Publicação.

Esses dois sistemas de editoração eletrônica se configuram como alternativas de fácil acesso, são disponibilizadas gratuitamente para serem baixadas, o que carrega nisso uma vertente importante da via de ouro das publicações.

2.3 Questões sobre direitos autorais

O Direito Autoral está estritamente ligado ao sentido de liberdade inerente ao ser humano. Ele tem sua origem no século XIV com a invenção da imprensa por Gutenberg. À época, houve grandes questionamentos dos livreiros em relação aos direitos dos editores, provocando teorias de propriedade intelectual, então a partir do século XIX surgiu a necessidade de proteção além da territorialidade do Estado (Ghesti; Areas; Panzolini, 2018),

No Brasil, os Direitos autorais são previstos na Constituição Federal de 1988 no artigo 5º, parágrafos XXVII e XXVIII e regulamentada pela Lei Nº 9.610/1998. Esta é a lei máxima na representação do direito de autor e dos direitos conexos⁵, o que fez com que se tornasse um ferramental estratégico da propriedade industrial, pois os seus desdobramentos causaram um fomento da cultura e de seu conceito. Sua disponibilidade, embora voltada para as publicações no papel e nas manifestações artísticas, é o norte para o entendimento da proteção de conteúdos digitais.

Por Direito Autoral, Ghesti, Areas e Panzolini, (2018, p. 21) compreendem “todo o complexo de normas jurídicas que regem as relações e as consequências pertinentes à concepção de obras intelectuais artísticas, científicas e literárias”.

Segundo esses autores, os Direitos Autorais são híbridos, pois se dividem em moral e patrimonial. Sendo o primeiro relacionado à “dignidade da pessoa humana, à personalidade, e tem natureza inalienável e imprescritível”, e o segundo “à perspectiva financeira relacionada à exploração econômica da obra intelectual e aos diversos direitos previstos no artigo 29 da Lei de Direitos Autorais” (Ghesti; Areas; Panzolini, 2018, p. 23-24).

Dito isso, identificamos dois grandes sistemas de proteção de direitos autorais no mundo: Sistema do *Copyright* e Sistema do *Droit D’Auteur*. O primeiro (anglo-americano) está voltado para a comercialização da obra, seu caráter patrimonial; o segundo está relacionado ao direito moral, ao autor da publicação. Embora esse seja o modelo adotado no Brasil, a inclinação ao formato anglo-saxônico tem crescido, por causa da vinculação dos conteúdos digitais na internet.

Outra questão de Direitos Autorais está relacionada ao meio digital, ao meio de como proteger os *e-books* que são editados para circular somente em equipamentos eletrônicos. Como a legislação brasileira e mundial apresentam esta lacuna, o mercado editorial brasileiro seguiu o modelo de proteção editorial francês, *Droit D’Auteur*, voltado para os direitos morais do autor. Então, listamos abaixo identificadores de proteção digital que têm se consolidado no mercado editorial:

⁵ Direitos Conexos: “Art. 89. As normas relativas aos direitos de autor aplicam-se, no que couber, aos direitos dos artistas intérpretes ou executantes, dos produtores fonográficos e das empresas de radiodifusão” (BRASIL, 1998, p. 13).



2.3.1 Coyleft

É uma licença criada por Richard Matthew Stallman, fundador do movimento *Software Livre*⁶. É “[...] a permissão para copiar livremente um programa de computador” (Cunha; Cavalcanti, 2008, p. 109).

Exemplos de *softwares* que se valem dessa licença e do movimento *Software Livre* são *Linux*, *Firefox*... São de fácil acesso, *layout* similar aos concorrentes e o uso deles fortalece a política de acesso aberto e de democratização do conhecimento.

Não se constitui propriamente de um indicador de proteção, porque não coloca impedimentos além da manutenção do arquivo original para que sejam feitas as próximas mudanças e atualizações, mas se apresenta como um caracterizador na reprodução de publicação digital.



2.3.2 Copyright

Está voltado para os direitos da reprodução de cópias da obra editada. É um indicador de proteção mais voltado para as casas de publicação, as que geralmente detêm os direitos patrimoniais da publicação.

Segundo Branco (2011, p. 117), o *copyright* é “um monopólio legal utilizado como incentivo econômico para os criadores. Ou seja, é um direito criado pela legislação por motivo de interesse público”.

É o sistema de proteção mais usado pelo mercado editorial brasileiro, mas com o crescimento desacelerado da internet não apresenta mais consolidação de segurança. Há a cada dia mais casos de obras que foram digitalizadas e pirateadas na internet. Esse fenômeno acontece por motivos diversos: a) simples necessidade de pirataria; b) acesso a obras esgotadas

⁶ Movimento Social que prega não ser ético aprisionar conhecimento científico. Defende que o conhecimento deve estar disponível sempre, para permitir assim a evolução da humanidade.

e sem indicação de reimpressão, com os únicos exemplares são vendidos a preços exorbitantes;
c) necessidade de sustentar a pesquisa científica (Ghesti; Areas; Panzolini, 2018).



2.3.3 *Creative Commons*

Tem como criador o americano Lawrence Lessig; é uma associação sem fins lucrativos e foi criada para dar flexibilidade de acesso às obras protegidas por direitos autorais (Santos, 2009).

Santos (2009) enfatiza que a associação oferece 11 licenças que abrangem tanto a proibição de qualquer reprodução da obra, como o uso de obras em domínio público.

Diante da ascensão constante da internet e da possibilidade de burlar sistema e destravar licenças, a oferta dessas 11 licenças pela *Creative* se estrutura como uma escolha real e possível. As licenças que ela oferece são as mais populares em documentos vinculados pela internet.

Esse quadro é corroborado por Procópio (2010, p. 66) quando ele diz que a *Creative* possibilita a “[...] segurança do autor em relação ao conteúdo criado e distribuído na Internet, utilizando-se dos mesmos preceitos e filosofia do Código Aberto ou *Software Livre*”.



2.3.4 *Digital Right Management (DRM)*

Como último indicador de proteção dos direitos autorais digitais, apresentamos os Sistemas de Proteção de Direitos Digitais (DGM). É um sistema de proteção restritivo. Foi criado para prevenir o uso indevido de arquivos digitais.

Segundo Iansen, Pinto e Wildauer (2013, p. 212), “o DRM aplica restrições de uso, de cópia, distribuição e até de acesso ao conteúdo. Isso se deve à necessidade da segurança da informação, ou seja, à necessidade de proteger aquele conteúdo adquirido pelo leitor”.

É um sistema que oferece conforto e segurança para os detentores dos direitos patrimoniais, mas desabilita o leitor como detentor vitalício da obra adquirida.

Como a proteção dos direitos morais digitais ainda é um entrave na legislação brasileira, cada editora tem optado por alternativas para seguir na publicação de conteúdos editorais digitais, especificamente os *e-books*.

Esse tipo de licença é apresentado principalmente no acesso à leitura por dispositivos digitais, os *e-readers*, como *Kindle*, *Kobo*. O usuário só tem acesso nesses dispositivos e nas

contas cadastradas, não há como baixar ou ler em nenhum outro local. Esse tipo de atividade acarreta um retrocesso no processo de democratização do conhecimento, traz uma ditadura velada de monopólio editorial e de acesso à leitura.

Por esse motivo, a opção por este sistema de proteção de conteúdo digital é totalmente limitante e antidemocrática, o que é para as editoras universitárias um ponto negativo, porque para a ampliação da divulgação científica é necessário o alargamento da democracia de acesso digital e não a sua diminuição.

3 PROCESSO DE EDITORAÇÃO NO CONTEXTO ACADÊMICO

Desde 2015, Waters já trazia uma perspectiva de que o mundo editorial acadêmico adentrava num caminho de controvérsias. Podia-se considerar como inimigos os próprios atores de todo processo. Segundo o autor, a atividade persistente de publicar ou perecer colocou o processo de publicação acadêmico brasileiro num viés imediatista, capitalista, desumano.

Entender esse procedimento acontecerá à luz da participação de alguns teóricos, como Lindsay Waters (2015), Thompsom (2021) e dos relatórios da Associação Brasileira de Editoras Universitárias (Abeu) (2021, 2022) e do *Nielson BookData*, realizados pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), nos anos de 2021 e 2022.

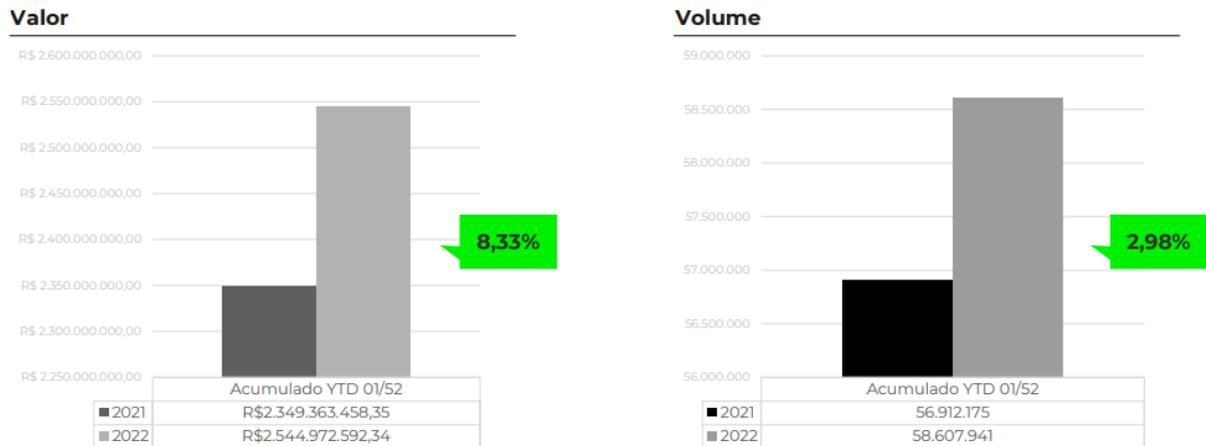
3.1 Dinâmica do mercado editorial brasileiro

O mercado editorial brasileiro tomou uma direção diferente do ano de 2020 até os dias atuais. O fenômeno pandêmico que assolou – e ainda está presente – o país e o mundo trouxe um panorama novo no âmbito dos produtos editoriais oferecidos pelo mercado.

O *Nielson Bookdata* apresenta um relatório anual sobre a produção e as vendas no setor editorial brasileiro. Ele analisa o desempenho real desse mercado. É um documento que traz um retrato da indústria e já se consolida como a pesquisa mais longa do Brasil e da América Latina. É abrangente quanto aos canais de mercado e literalmente faz uma fotografia anual do mercado livreiro, o que permite análise, evolução e mudanças nesse.

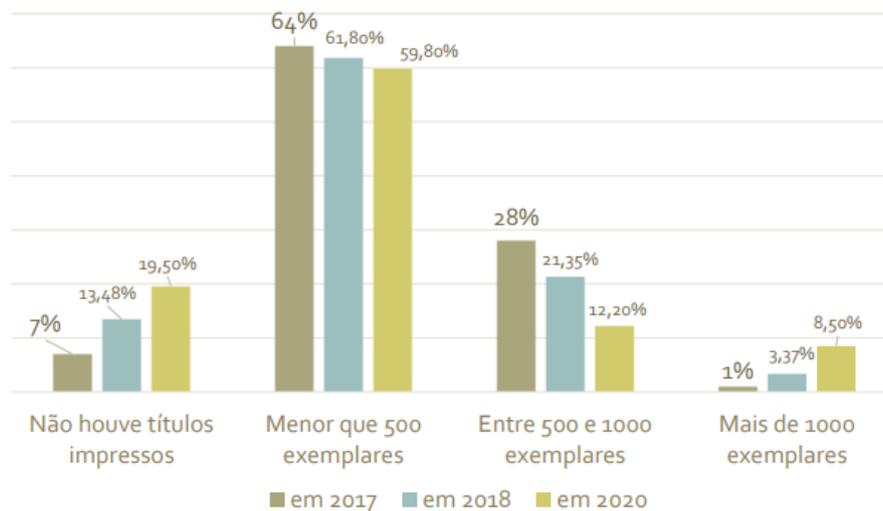
Segundo o *Nielson Bookdata* (2022), o crescimento de 3% não foi suficiente para que o setor voltasse ao patamar de antes da pandemia, levando em consideração quatro nichos de livros: didáticos, obras gerais, religiosos e científicos, técnicos e profissionais (CTP). Esse mesmo relatório de ano-base de 2021 já relatava um “crescimento de 6% nas vendas realizadas no mercado, o que significa um recuo de 4%, considerada a variação do IPCA de 10,06% no período” (*Nielson Bookdata*, 2022), também considerando as áreas de publicação citadas acima.

A *Nielson Bookdata* apresentou em seu serviço de *bookscan* aumento no faturamento e no volume de exemplares vendidos, ao comparar os anos de 2022 e 2021:

Figura 1 – Faturamento e volume do setor livreiro no Brasil nos anos de 2022 X 2021

Fonte: Nielson Bookscan (2022).

A atuação das editoras universitárias brasileiras nesse quadro apresentado pela SNEL é corroborada pelo relatório da Abeu:

Figura 2 – Tiragens de obras publicadas pelas editoras universitárias brasileiras

Fonte: Abeu (2021).

De acordo com a pesquisa da Abeu (2022), as editoras universitárias reduziram as tiragens, principalmente as menores de 1000 (mil) exemplares e assim apresentaram uma inclinação para não impressão, o que fortaleceu o desenvolvimento das publicações digitais.

O desenvolvimento do setor editorial do Brasil ainda se constitui uma incógnita, principalmente no que tange ao livro acadêmico que depende do investimento massivo de políticas públicas atuantes. O livro universitário precisa caminhar no tripé: ensino, pesquisa e

extensão para que possa de fato contribuir com a divulgação científica universitária, principal objeto do desenvolvimento das editoras universitárias.

3.2 Etapas do processo de editoração

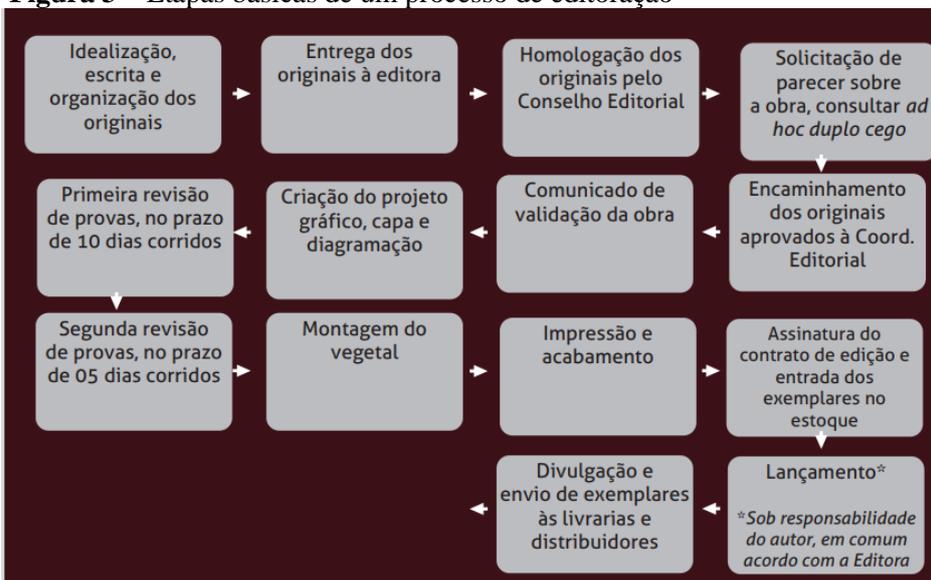
É preciso compreender o processo de editoração como único, individual para cada casa publicadora, mas iremos abordar aqui o que a literatura conceitua como características comuns.

Como falamos na seção anterior, as casas de edição universitárias precisam estar alinhadas ao ensino, à extensão e à pesquisa. O processo de editoração passa, então, por diferentes atores e ambientes, mas com um objetivo-fim: tornar o conhecimento acessível ao público, ao leitor mais próximo.

Deaecto (2016, p. 11) já dizia que “a prática da edição é tão antiga quanto os primeiros volumes, ou os livros em rolo”, o que elucida o processo de editoração como uma etapa imprescindível na edição de obras em qualquer tempo e formato. A autora também nos traz um conceito preciso sobre a editoração:

A revolução de Gutenberg intensificou ainda mais a oposição entre a escrita (=original) e o texto (=impresso), na medida em que a possibilidade de reprodução mecânica do livro exigiu novos níveis de profissionalização e de padronização. A publicação de textos eruditos se torna, então, uma atividade colegiada com ampla participação de especialistas em diferentes fases de construção do livro, desde a seleção do manuscrito, donde a importância da filologia no alvorecer da Época Moderna, passando por decisões de ordem estética, ou seja, a escolha de tipos, a definição da quadratura da página e do formato do volume, até as intervenções de natureza editorial, ou seja, a inserção de para textos, a hierarquização das informações e, claro, a revisão do exemplar impresso (Deaecto, 2016, p. 12).

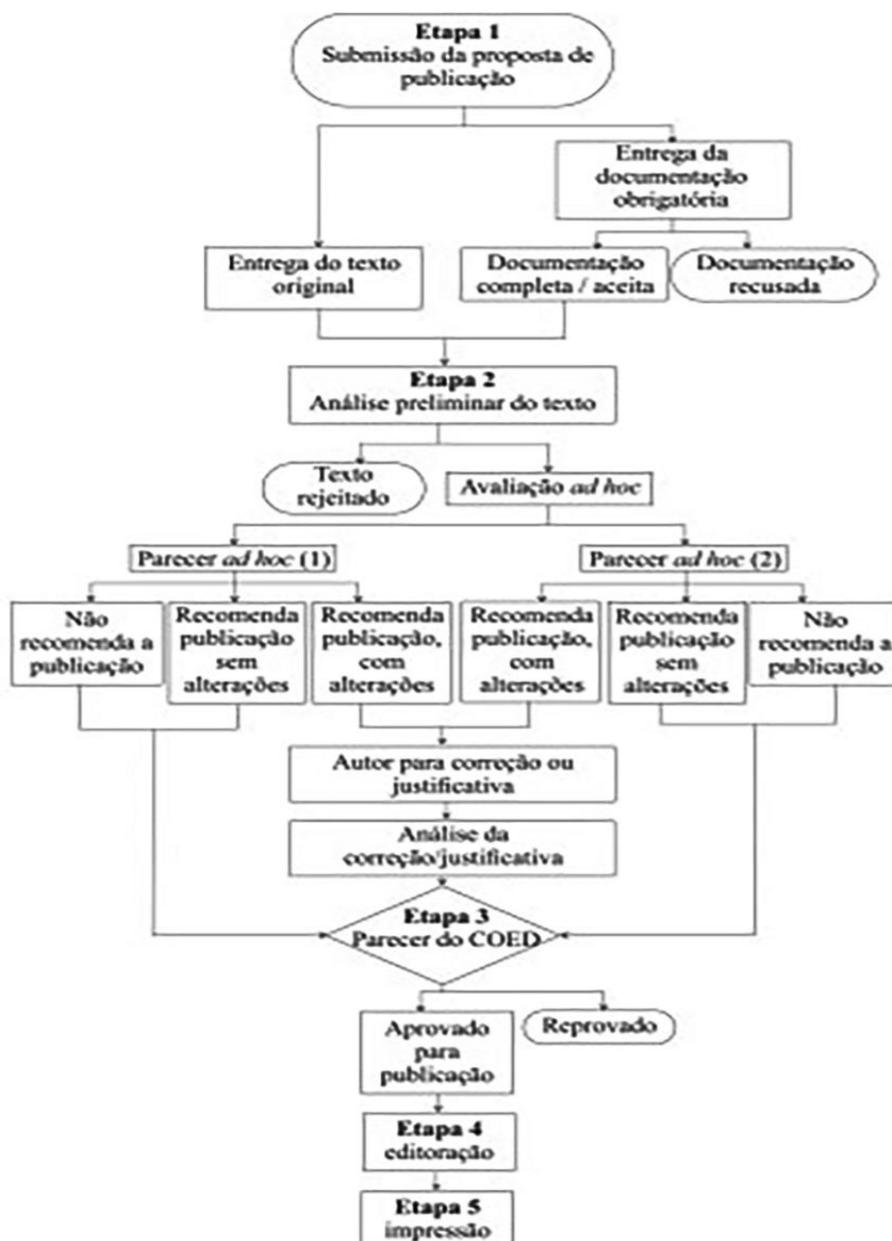
Figura 3 – Etapas básicas de um processo de editoração



Fonte: Edufal (2004-2011).

As figuras 4 e 5 abaixo são exemplos de processos editoriais⁷ de editoras universitárias brasileiras. A figura 6 é uma captura de um fluxo editorial programado totalmente para o formato digital. Já tratamos dele em seção anterior, mas enfatizamos que atualmente é uma das plataformas de fluxo editorial emergente entre as editoras universitárias do Brasil.

Figura 4 – Etapas do processo de editoração da Unicentro



Fonte: Witzel, Silva e Dalatese (2016).

⁷ Nesta seção, o termo “processo editorial e fluxo editorial” serão sinônimos de “editoração”.

Figura 5 – Etapas de editora da Editora da UFJF

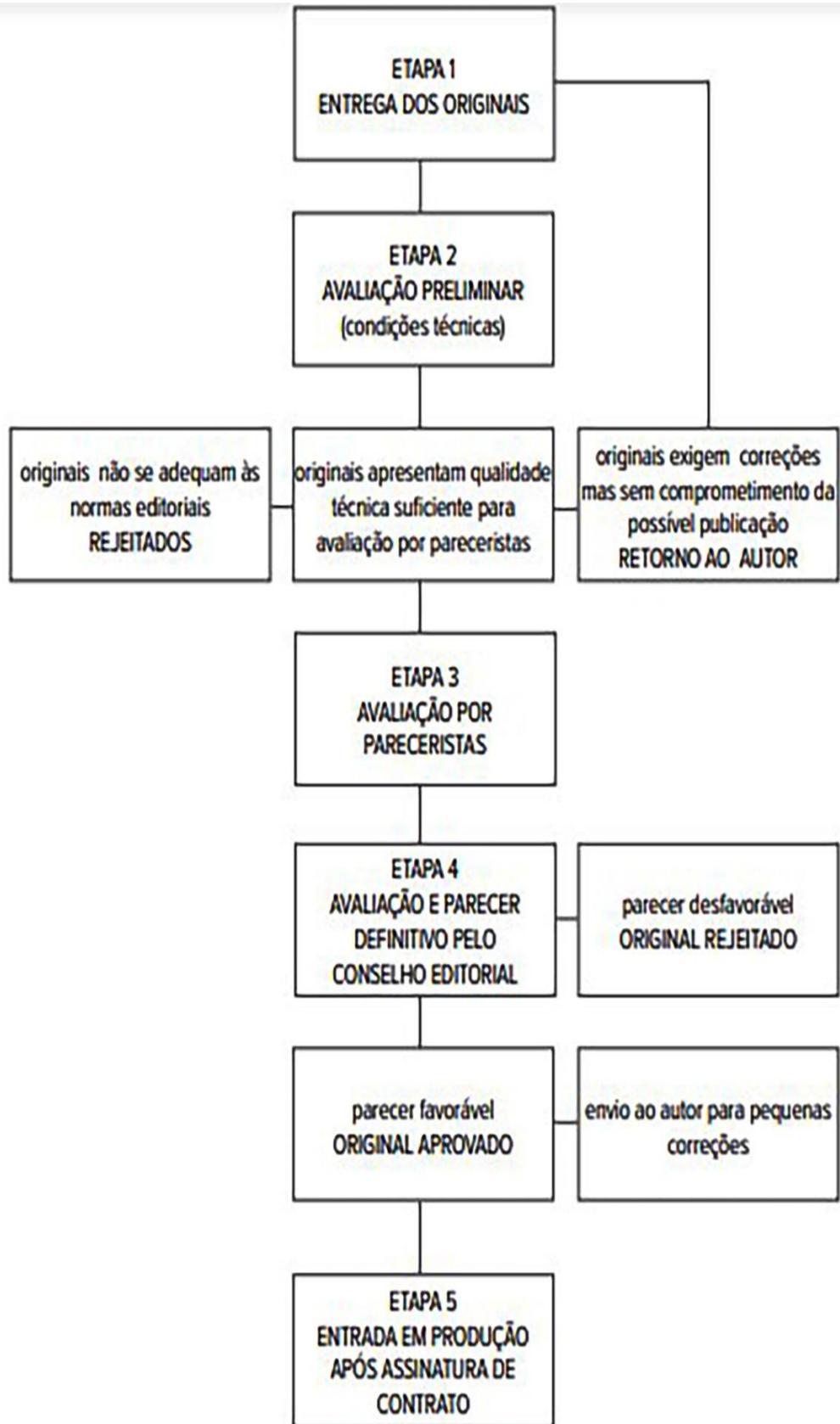


Figura 6 – Etapas do fluxo editorial do OMP



Fonte: Shintaku e Brito (2019).

Segundo Andrade e Araújo (2016), a utilização do OMP quebra a cadeia dos padrões estabelecidos pelo processo editorial firmado pelo livro impresso.

Embora tenha a mesma natureza de edição – científica –, cada editora apresenta o processo de maneiras distintas, mas que operam para o mesmo objetivo.

3.3 Tecnologias digitais no processo de editoração

As tecnologias digitais e as inovações permitiram que o processo de editoração tomasse um rumo novo. Elas abriram a porta para que o livro apresentasse um novo formato e marcasse o início de uma revolução, como nos alertava Chartier (1999).

Uma das primeiras tecnologias para livro que utilizamos foi a de digitalização. Várias bibliotecas e centros culturais começaram a digitalizar as publicações antigas de seus acervos para que o leitor tivesse acesso. Há um destaque para a popularidade do Projeto *Google Books*, lançado em 2004 com o intuito de possibilitar o acesso de livros do mundo inteiro, de forma parcial ou integral através de seu sítio.

Processo semelhante tem acontecido na *Amazon*, que até possui um formato de livro digital próprio (.mobi), o que acaba apresentando outro viés do mercado editorial, que traz alguns cartéis editoriais ordenando os ditames e rumos da edição de um país.

A produção de *e-books* pela *Amazon* abrange uma variedade de gêneros e categorias, atendendo às preferências de leitura de um público diversificado, emprega um modelo de publicação direta que permite aos autores independentes e editoras publicarem seus trabalhos em formato digital. Sua estratégia em relação aos *e-books* tem transformado a maneira como as pessoas consomem literatura. A disponibilidade instantânea, a portabilidade e a facilidade de compra tornaram os *e-books* uma escolha popular para muitos leitores. No entanto, essa transformação também levantou discussões sobre o futuro dos livros impressos e as implicações para a indústria editorial como um todo.

Esse crescimento, transição e revolução que o digital traz, se coloca como um fenômeno que é discutido por Thompson (2021, p. 2):

Mas que forma, exatamente, a ruptura digital da indústria editorial do livro assumiria? O setor sofreria uma transformação indiscriminada, como a indústria da música, na qual os formatos físicos se transformaram em downloads digitais...? os livros digitais iriam decolar e se tornariam o veículo preferido dos leitores, relegando o livro de papel à lata de livro da história?

As novas tecnologias cresceram tão rapidamente que esta ruptura é real e crescente. Estamos num limbo tecnológico que coloca o produto livro em qualquer suporte, um produto secundário ao lucro. De novo retornamos à Thompson (2013), pois a tecnologia acaba assumindo o papel de um mercador da cultura.

Conforme Epstein (2002), não podemos prever o futuro dessas tecnologias, mas esperamos que elas nos sejam suportes de acessibilidade editorial e adaptação das casas publicadoras comprometidas com o ensino e a ciência.

4 DESAFIOS DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS NO CENÁRIO DIGITAL

No novo cenário digital, as editoras continuarão a ser “curadoras de conteúdo” na forma de livros (impressos e digitais) e serviços, e os planos editoriais deverão incluir e investir cada vez mais em serviços de forma *online*. Os livros digitais são uma grande inovação na indústria editorial, além disso a sua entrada no mercado e o seu percurso de evolução e aperfeiçoamento representam uma profunda mudança em toda a cadeia produtiva do livro, e as editoras terão de acompanhar.

4.1 Entendimentos sobre editoras universitárias

Nos últimos anos, as universidades brasileiras e editoras similares têm uma média de mais de 2.800 títulos por ano, a maioria das universidades e diversas outras instituições de pesquisa possuem suas próprias editoras que, além de editar livros didáticos, operam catálogos de livros atualizados, periódicos complementares e outros veículos de divulgação de pesquisas, teses e obras de referência (Durão; Pereira, 2011)

Para algumas disciplinas e áreas temáticas, o livro é o principal meio de comunicação e referência para pesquisas acadêmicas. Por exemplo, entre os periódicos das áreas de Humanas e Literatura Linguística e Artes da Coleção SciELO Brasil, os livros respondem por mais de 40% das citações premiadas; com toda a sua especificidade, este livro acadêmico é parte ativa da produção científica brasileira.

Nesse sentido, a melhoria da eficiência da produção do livro e da visibilidade do conteúdo é questão central em toda a governança e gestão das editoras acadêmicas, e orienta, ou deveria orientar, a formulação e a implementação de políticas de desenvolvimento de livros acadêmicos. A gestão e operação das mais de 124 editoras acadêmicas do Brasil são caracterizadas por suas diferentes histórias e pelas condições, políticas e prioridades estabelecidas por suas instituições matrizes como editoras universitárias (Figueiredo, 2005).

O resultado é uma valiosa diversidade de políticas editoriais e modelos de negócios que diferenciam e complementam as editoras puramente comerciais pela disseminação privilegiada do conhecimento, ajudando a moldar políticas públicas e informar a tomada de decisões sobre questões, além de promover pesquisa, ensino e cultura profissional, social e interesses culturais.

Independentemente do contexto institucional em que operam as editoras, a produção eficiente de livros científico, sua visibilidade e potencial de comercialização (se aplicável) dependem, por um lado, do seu reconhecimento em outros veículos do sistema de comunicação

nacional. E a pesquisa de avaliação, por outro lado, depende da adoção oportuna e ampla de tecnologias, soluções e serviços oferecidos pela publicação digital *online*.

As editoras universitárias justificam-se como canais de divulgação dos trabalhos das próprias universidades. No entanto, as pesquisas realizadas nas etapas iniciais da carreira acadêmica, nas etapas de iniciação científica e mestrado, geralmente não têm interesse além de sua realização como etapa formativa, ou podem ser consultadas em meio eletrônico (Durão; Pereira, 2011).

Os produtos de pós-doutorado em áreas precisas e técnicas sempre foram divulgados por meio de revistas especializadas e indexadas, preferencialmente em inglês. Apenas nas humanidades, a forma tradicional de estudos de comunicação têm sido livros, mas é precisamente nestas áreas que não parece difícil encontrar interesse em publicar as obras mais influentes junto a editoras comerciais de primeira linha (Marques Neto; Rosa, 2011).

Além disso, a pressão para padronizar a avaliação da produção de pesquisa em ciências humanas *versus* ciências naturais é tão grande que o número de livros que são considerados monografias desde o início – exceto monografias de final de mestrado e doutorado, que por sua vez, são imediatamente divulgadas eletronicamente (Durão; Pereira, 2011).

Assim, os livros didáticos escritos por professores universitários sobreviveram, mas é precisamente nessa área que o trabalho geral desenvolvido localmente dificilmente pode competir com manuais escritos por equipes de pesquisadores que são testados e refinados ao longo de muitos anos.

Há outro fator que não pode ser ignorado: as editoras universitárias, devido aos seus próprios formatos de produção e distribuição, raramente conseguem oferecer as mesmas condições que as editoras comerciais profissionais aos autores de livros didáticos de grande volume e excelência (Figueiredo, 2005).

4.2 Público-alvo das editoras universitárias e o contexto digital

Por definição (embora isso não se aplique a todos os casos específicos), as casas editoriais universitárias publicam obras destinadas ao público universitário. Assim, como é visto, o crescimento do número de alunos e professores tem se mantido constante, portanto a expectativa é de um bom desempenho nas vendas de seus produtos. No entanto, não é. (Figueiredo, 2005).

Primeiro, porque a maioria dos editores acaba tendo problemas para faturar, portanto eles não têm acesso a redes de distribuição comercial. De fato, as livrarias estão gradualmente

desaparecendo do cenário brasileiro, substituídas por grandes redes ou por sites de empresas como a *Amazon*, que tem atuado como um grande monopolizadora de vendas de livros no Brasil.

Porém, mesmo para quem solicita descontos a distribuidores, são necessários documentos financeiros e contratos comerciais. Para atender às questões de distribuição e venda, foi criado em 1982 o Programa Interuniversitário de Distribuição de Livros (PIDL), posteriormente assumido pela Abeu, com as editoras participantes trocando livros entre si por meio de consignação, sem sequer emitir documentos fiscais (Marques Neto; Rosa, 2011). Atualmente, há um apelo entre as editoras universitárias para que tenham autonomia no espaço comercial que ocupam, devido ao crescimento do mercado acadêmico livreiro, como vimos em seção anterior.

Isso, por sua vez, aponta para outro problema: para poder participar efetivamente do PIDL e ter certa abrangência para esse programa, as editoras precisam ter pontos de venda, livrarias próprias. O estabelecimento e a manutenção de livrarias são muito difíceis: primeiro, existe a concorrência das livrarias particulares abertas no campus, e as livrarias particulares geralmente fornecem às escolas uma certa remuneração (Durão; Pereira, 2011)

A mudança do cenário editorial de livros em papel para *e-books* é inseparável do desenvolvimento da comunicação científica. Assim, a começar pelos tipos móveis, a difusão de informações através de almanaques, semanários, revistas, o surgimento de novas disciplinas, a criação de instituições de ensino superior em diversos países e quase todos os estados do Brasil; a criação de associações e sociedades científicas, edições de revistas científicas; todas representam elementos que permitiram, e ainda permitem, a consolidação da divulgação científica como é conhecida na contemporaneidade.

Um livro, impresso ou digital, é um produto de informação que incorpora a comunicação formal, assim como os periódicos com seus artigos, relatórios, monografias acadêmicas em diferentes níveis, livros de referência, entre outros. As principais vantagens da comunicação formal são: acesso a um público mais amplo, armazenamento e recuperação mais seguros e maior controle por meio de avaliação prévia. No que diz respeito aos *e-books*, destaca-se como o terceiro nível em que as publicações acadêmicas entraram neste mundo digital (Marques Neto; Rosa, 2011).

Da mesma forma, para Figueiredo (2005, local. 3), “a democratização da mídia permitiu que novos atores interviessem diretamente no mercado, a democratização proporcionou acesso irrestrito à forma como os livros são produzidos e às ferramentas digitais de seu consumo, acesso e leitura”. É inevitável, portanto, que a edição de livros sofra mudanças significativas

com a era digital, e essas mudanças afetam não apenas o suporte à escrita, mas também o próprio conteúdo e, portanto, o acesso (Figueiredo, 2005).

Os livros já são amplamente digitais, em uma variedade de formatos digitais, sendo os mais comuns *Portable Document Format* (PDF), *Hypertext Markup Language* (HTML5), *Mobipocket E-books* (MOBI) e *Electronic Publication* (ePub). Os livros estão disponíveis em novos formatos após a publicação, além de estarem disponíveis em versão impressa ou digital ao mesmo tempo, para quem resiste à leitura digital e mantém o amor pelo papel.

No que diz respeito ao conteúdo, as mutações ocorrem principalmente no campo dos autores, pois, a princípio, o ato de ler e/ou escrever está levemente restrito a um pequeno segmento da população, incluindo religiosos, pessoas cultas e cientistas. Indo de um extremo ao outro, atualmente o escritor/autor já tem a possibilidade de se autopublicar, ou seja, assume o papel de acompanhante de autor e editor, sem ter que se curvar à editora.

É importante ressaltar que autores com chancela de grande editora ou distribuidora acabam tendo mais vantagens em termos de design, produção, número de acessos, marketing, distribuição, vendas, entre outros. Até credibilidade, pois a editora conta com uma equipe dedicada em todas as etapas da publicação (Marques Neto; Rosa, 2011)

4.3 Desafios para a produção de livros digitais e obstáculos enfrentados pelas editoras

O desenvolvimento do espaço digital deu origem ao incremento de livros eletrônicos bastante populares entre adolescentes e empresários. O progresso tecnológico contribuiu muito para a prevalência do material digital sobre o material impresso, o que introduziu mudanças substanciais no sistema de bibliotecas comunitárias que antes estavam engajadas no esquema tradicional de gerenciamento das necessidades dos leitores (Albuquerque *et al.*, 2013).

No entanto, o desenvolvimento de *software* de computador criou oportunidades para reestruturar as bibliotecas e introduzir aulas de informática. A esse respeito, é proposital examinar a literatura que explora as origens do desenvolvimento de *e-books*, percepções individuais e dados demográficos do uso de materiais eletrônicos, entender o *status* das bibliotecas e definir de que maneira a transição digital influencia o futuro dos livros impressos e o desenvolvimento. Dessa forma, é possível prever a proporção de livros tradicionais e versões digitais em diversas bibliotecas (Spinak, 2016).

O ponto é que a atual geração adolescente pode ser considerada como uma geração de transição que considera igualmente *e-books* e versões publicadas. A crescente popularidade dos

e-books não apenas muda o estilo de leitura, mas também expande a definição real do que é um livro.

Esses portais *online* são capazes de fornecer às bibliotecas e escolas coleções de uma variedade de livros. Nesse contexto, os títulos em *e-books* servem como precursores da versão publicada e, portanto, os adolescentes tendem a usar igualmente leituras eletrônicas e livros tradicionais (Buzzetto-More; Sweat-Guy; Elobaid, 2007).

A indústria editorial evoluiu consideravelmente na última década para lidar com o rompimento digital, pirataria, mudanças nos hábitos de leitura, ascensão dos *audiobooks*, competição extrema, problemas de produção e promoção excessiva. Eles mudaram suas estratégias para evitar que se tornem obsoletos. Para causar um impacto significativo, os editores mergulharam em *layouts* digitais e publicações *online* (Martins, 2016).

Tendo em mente a natureza dinâmica do espaço editorial, os editores precisam usar novas ideias e ferramentas para garantir que seu livro chegue aos leitores com êxito. Sendo assim, serão apresentados alguns dos desafios enfrentados pela indústria editorial.

A pirataria *online* é um deles. Ela mudou a forma como o conteúdo é compartilhado e consumido pelo leitor, e isso levou a um tremendo aumento nas perdas enfrentadas pelos editores. Gerou insegurança entre os escritores de que os leitores não comprariam seus livros se eles estivessem disponíveis gratuitamente na Internet. Quando os leitores têm a opção de baixar o livro gratuitamente, eles tendem a pirateá-lo. Muitos leitores não conseguem adquirir determinados livros onde moram e evitam comprar devido aos altos custos de envio. Eles não são grandes em experimentação e tendem a ler livros de um autor estreante, se estiver disponível gratuitamente (Buzzetto-More; Sweat-Guy; Elobaid, 2007).

Apesar de ser ilegal, problemas como preço e inacessibilidade levaram ao aumento da pirataria de *e-books*. Para combater esse problema, os escritores devem se conectar com os leitores em potencial e com o público, tanto *online* quanto *offline*. Quando promovendo o livro em conferências, *workshops* e webinários, é necessário saber onde ele será vendido *online*, certificando-se de que o *link* para compra esteja facilmente disponível. Além do trabalho feito pelas redes sociais, que se tornaram o meio de comunicação mais direto com a sociedade.

Outra coisa com a qual os leitores parecem concordar é que a prevalência dos *audiobooks* veio para ficar. Isso faz com que o cenário atual para a publicação de livros pareça bastante distinto. Os *audiobooks* fizeram com que os principais usuários da indústria editorial seguissem a tendência; alguns leitores se voltaram para eles, o que lhes permite realizar várias tarefas, tornando-se uma indústria com um crescimento mais rápido (Spinak, 2016).

A *Amazon* lançou neste mês de outubro uma plataforma de *audiobooks* chamada *Audible*. É feita por meio de assinatura e oferece um catálogo de mais de 100 mil obras, sendo quatro mil em português (Barros, 2023).

Portanto, se o seu livro estiver disponível apenas no formato escrito, há possibilidade de perda de público, influência, visibilidade e lucratividade. No entanto, produzir uma edição de *audiobooks* tem custos elevados (Marques Neto; Rosa, 2011).

Outro desafio que os *e-books* nos trazem está relacionado aos avanços tecnológicos oriundos da internet, com o surgimento de dispositivos como *smartboards*, *tablets* e os *e-readers*. Houve uma reformulação dos hábitos de leitura e de aprendizagem de forma grandiosa. O uso de um mecanismo de busca tornou extremamente conveniente para encontrar informações específicas sobre um assunto. Os leitores não precisam mais ter um livro físico para acessar o conteúdo, pois existem maneiras de consumir artigos, blogs, vídeos, jogos e serviços de *streaming*. No entanto, a leitura em tela oferecida por esses aparatos ocasiona fadiga ocular e física.

Para lidar com essa dificuldade, os editores podem oferecer serviços adicionais aos leitores para que conheçam o conteúdo do livro e alcancem um público mais amplo a fim de garantir que não haja queda significativa no número de pessoas que acessam os livros (Buzetto-More; Sweat-Guy; Elobaid, 2007). Plataformas como a *Amazon* oferecem uma “amostra” do livro para seus leitores potenciais, que é enviada diretamente para o *e-reader* escolhido.

Mais um desafio enfrentado é a precificação das publicações digitais. Algumas editoras se concentram em reduzir o custo de produção de um *e-book*, devido à falta de mão de obra qualificada, trabalhando com extensões de fácil acesso e simplificada, como um PDF. Veremos em nossa seção de análise de dados que esta é uma realidade enfrentada pelas editoras universitárias do Brasil. Esta assertiva que soa como praticidade também apresenta trabalhos com qualidade baixa e incipiente, o que também afeta a visibilidade e venda dos *e-books*.

Um fator a ser considerado como desafio é a identificação do público-alvo certo. No viés da Biblioteconomia e nas diretrizes das Leis de Ranganathan, a sua terceira lei diz que há “para cada livro o seu leitor” (Ranganathan, 2009), de igual modo, as editoras universitárias precisam identificar qual de fato é o leitor para os *e-books* que elas estão publicando e atuar diretamente na promoção e direção desse perfil.

Promover o livro com a perspectiva correta e a promoção cruzada é crucial para sobreviver no cenário digital. Para garantir que o conteúdo seja relevante e relacionável, os

editores precisam de um conhecimento profundo sobre o público-alvo específico que estão segmentando.

Os públicos-alvo que surgem são muitas vezes surpreendentemente diferentes daqueles percebidos como sendo os desejados. Fazer suposições e não identificar os leitores-alvo do seu gênero pode ser um grande risco. Outro erro comum pode ser generalizar “todos” como seu público-alvo. A pesquisa é necessária para obter direções e evitar a alienação de um grupo potencial de leitores.

Na atual era de competição, com a excessiva disponibilidade de conteúdos, facilmente acessíveis pela internet, é um desafio para as editoras garantirem que os livros estejam no centro de todos os públicos.

Um dos maiores desafios enfrentados pelas editoras no âmbito digital foi, e é, fidelizar seu público. A Internet simplificou o processo de publicação de livros, e isso atraiu quase todas as editoras e autores independentes para encontrar seu próprio espaço de forma profícua (Marques Neto; Rosa, 2011).

Quando se trata de *e-books*, seja ficção, não ficção, pesquisa ou qualquer outra categoria, os leitores são levados pela escolha. O desafio para as editoras digitais é então fazer com que seus livros se destaquem para atrair leitores. Uma maneira de conseguir isso é a personalização (Nelson, 2008).

A personalização no contexto da publicação digital é um processo de coleta e análise de dados com base na entrada do usuário e seu comportamento *online*. Os direcionamentos desses dados podem ajudar a entender o que os clientes estão lendo, o que funciona para eles e o que não funciona. Como editor digital, é possível realizar os ajustes necessários nos manuscritos recebidos e usar os dados para criar listas de marketing por e-mail e executar campanhas promocionais direcionadas (Spinak, 2016).

A maioria dos leitores confia em críticas antes de comprar um livro *online*. Infelizmente, vários programas de *software* são capazes de escrever avaliações falsas de alta qualidade que permanecem não detectadas e, conseqüentemente, consideradas confiáveis pelos usuários. O problema das *fake news* é tão grande que nem mesmo grandes editoras como a *Amazon* conseguem lidar com isso de forma eficaz (Nelson, 2008).

As estimativas mostram que entre 9% e 40% das avaliações na *Amazon* são falsas, que notícias falsas podem ter repercussões severas para editores digitais, bem ilustrado pelas memórias de Hilary Clinton, que teve 1.500 críticas falsas em 24 horas após a publicação do livro. Nas 48 horas seguintes, a *Amazon* encontrou e excluiu 900 avaliações falsas.

É claro que os efeitos das notícias falsas sobre os editores digitais são devastadores. Primeiro, se os clientes não confiarem em suas avaliações, eles não comprarão o livro. Em segundo lugar, um livro genuinamente bom pode ser vítima de uma campanha maliciosa, custando muito aos editores digitais em termos de receita (Buzzetto-More; Sweat-Guy; Elobaid, 2007).

A internet fornece um campo de nível para autores e editores publicarem seus conteúdos. No entanto, com tanto conteúdo *online*, o desafio para as editoras continuam sendo o de comercializar seus livros. A mídia social é uma ótima maneira de adquirir e reter clientes. Embora uma estratégia de mídia social ajude a estender o alcance e o envolvimento com seu público, e pode estendê-la ainda mais para o marketing de referência.

Por exemplo, um *link* de referência para sua postagem se torna uma oportunidade para que um compartilhamento se transforme em uma compra. De fato, estudos indicam que a grande maioria das pessoas tem maior probabilidade de comprar qualquer item ou bem recomendado por familiares ou amigos por e-mail ou mídia social (Spinak, 2016).

Como acontece com outros produtos e serviços, os editores precisam ter acesso a informações sobre seu público-alvo, ou as pessoas para quem estão vendendo. Dados demográficos simples não são mais suficientes; um grande desafio é coletar dados específicos sobre o que envolve seu público em um determinado grupo demográfico, por exemplo, informações como segmento de renda e intenção de compra. Editores podem usar essas informações para atingir seu público e seus anunciantes, que estão mais interessados no público do que na publicação em si (Nelson, 2008).

Outro grande desafio que os editores digitais continuam enfrentando é o de manter os direitos autorais de seu material publicado. A Internet torna mais fácil para as pessoas compartilharem, plagiarem ou baixarem conteúdo. Gerenciamento de direitos digitais (GDD) é um meio de proteger o conteúdo digital. O GDD usa tecnologia que transfere o controle do conteúdo digital do proprietário do conteúdo para um programa de computador.

Com o GDD, os editores digitais podem restringir o acesso à cópia e impressão de seu conteúdo. No entanto, embora o DRM capacite os editores digitais a protegerem seus direitos de propriedade intelectual, isso pode causar transtornos aos leitores. Por exemplo, a maioria dos leitores prefere acessar seus *e-books* ou documentos em vários dispositivos, mas com o DRM isso nem sempre é possível. Portanto, para um editor digital, o desafio continua sendo equilibrar os direitos de propriedade intelectual com o acesso dos clientes ao conteúdo (Nelson, 2008).

5 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Os caminhos metodológicos percorridos por este projeto seguiram as orientações apresentadas na disciplina de “Métodos e Técnicas de Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas”, pertencente à grade de disciplinas do Mestrado em Ciência da Informação da Ufal e a literatura existente sobre a temática.

A natureza da pesquisa é básica pura e se baseia pelo olhar de Minayo (2002, p. 52), o qual conceitua que a pesquisa básica “permite articular conceitos e sistematizar a produção de uma determinada área de conhecimento, de acrescentar uma nova análise às análises existentes. Ela também é pura, porque “encaminha esse percurso de reflexão na temática da pesquisa”.

Tem abordagem quanti-qualitativa, que também segundo Minayo e Gomes (2011) é caracterizada pela oposição complementar que avalia as questões teóricas e práticas da temática, produzindo riqueza de informações, aprofundamento e maior fidedignidade interpretativa.

No quadro de editoras universitárias, queremos saber quais e quantos são os processos tecnológicos usados por elas para editoração de *e-books* e o impacto que causa – e causará – na divulgação científica das universidades brasileiras.

Em seu tipo, é uma pesquisa mista e de campo, apresentando uma leitura e análise das seguintes temáticas: editoração, editoras universitárias do Brasil, atividades editoriais e *e-books*.

A pesquisa mista e de campo é uma abordagem que une elementos da pesquisa qualitativa e quantitativa, sendo realizada em ambientes reais e envolvendo a coleta de dados no local de estudo. Como destacado por Johnson *et al.* (2007), a pesquisa de campo envolve a observação direta e a interação com os participantes em seus contextos naturais, permitindo uma compreensão mais profunda e contextualizada dos fenômenos estudados. A combinação da pesquisa de campo com métodos mistos, como argumentado por Creswell (2014), aumenta ainda mais a amplitude da pesquisa, ao permitir que os pesquisadores explorem tanto os aspectos quantitativos quanto qualitativos do ambiente estudado.

O envio do formulário para esta pesquisa foi feito pela mala direta da Abeu e foi em duas etapas: a primeira convocação aconteceu de 20 a 25 de março de 2023, e a segunda de 27 a 30 do mesmo mês. O formulário também foi enviado via *WhatsApp* no grupo da Abeu-Nordeste e para os contatos dos diretores e representantes que possuía em meus contatos pessoais.

O uso de formulários é especialmente útil quando se deseja investigar fenômenos complexos em contextos reais e com múltiplas variáveis. Ao combinar a coleta de dados quantitativos, como dados demográficos ou estatísticas, com a coleta de dados qualitativos, como entrevistas ou observações, se pode obter uma compreensão mais completa das nuances e das interações presentes no ambiente de pesquisa. Isso permite que os resultados sejam mais robustos e contextualmente relevantes, como enfatizado por Tashakkori e Teddlie (2003).

Ainda seguindo a análise de Minayo (2014), a pesquisa de campo é uma estratégia que possibilita a compreensão das características culturais e sociais presentes no cenário brasileiro, permitindo uma análise contextualizada dos fenômenos. A integração de métodos mistos nesse contexto é destacada por Almeida e Santos (2017), que ressaltam a importância de combinar abordagens quantitativas e qualitativas para analisar a complexidade dos temas estudados.

A experiência de campo quanto à dimensão e ao desenvolvimento das publicações foi explorada no processo de experiência da atuação como coordenadora editorial da Edufal.

Com a utilização desses procedimentos, se buscará o arcabouço teórico possível para ter uma dimensão da produção que o projeto idealiza, pois conforme Gil (2008, p 50), “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

Em seus objetivos, é exploratória porque tem planejamento flexível, permite levantamento bibliográfico para seguir para pesquisa descritiva, que poderá se utilizar de instrumentos de análise e coleta de dados, como entrevistas e questionários (Prodanov; Freitas, 2013); e descritiva, porque buscou identificar e caracterizar as políticas editoriais adotadas pelas editoras universitárias brasileiras, analisar seus suportes de edição de *e-books*, identificar as metodologias utilizadas por elas para a produção editorial desse produto e traçar o panorama de editoração de *e-books* no contexto dessas editoras. Um estudo que resultou no delineamento do panorama das editoras universitárias brasileiras no contexto da editoração de *e-books*.

5.1 Universo e amostra da pesquisa

Como indica Marconi e Lakatos (2006), o universo de pesquisa é a população a ser investigada, são as pessoas ou lugares centrais da pesquisa. Então, o nosso universo de pesquisa se consistiu de 167 editoras universitárias brasileiras, segundo o site do Ministério da Educação. A amostra foi das 128 editoras que estão filiadas à Abeu e analisada a atuação dos profissionais envolvidos no processo editorial por elas executado.

5.2 Instrumento de coleta de dados

Quanto aos procedimentos, utilizou-se a análise de dados por meio de observação e a aplicação de questionário *online* como instrumento de coleta de dados.

Laville e Dionne (1999, p. 197) determinam que

análise e interpretação estão intimamente ligadas: de hábito, fazem-se paralelamente, conjuntamente, em uma operação em que a fronteira entre as duas é muitas vezes impossível de tratar com precisão, salvo em alguns estudos em que a análise consiste essencialmente na aplicação de testes estatísticos cujos resultados são interpretados em seguida, em uma seção à parte

Já a técnica de questionário, conforme Gil (2008, p. 121),

é a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc.

A coleta de dados foi feita mediante idealização e construção de um questionário que abrangesse as esferas da equipe editorial até a política editorial de cada editora.

Foi enviado um ofício via e-mail à secretaria da Abeu, endereçado à sua diretora presidente para solicitar a autorização da aplicação do questionário junto à Abeu. Esse ofício foi assinado, respectivamente, pela orientadora e pela autora do trabalho em questão e enviado para aprovação. Após a autorização da Abeu, enviamos o *link* do questionário, e a secretaria da Abeu enviou para todas as suas filiadas.

No período de 20 a 25 de março de 2023, tivemos o retorno de somente 20 editoras. Depois do intervalo de dois dias, estendemos o prazo para até o dia 30 do mesmo mês, o que nos rendeu as respostas de mais 15 editoras, totalizando 35 respondentes.

Das 128 (cento e vinte e oito) editoras filiadas à Abeu, tivemos um retorno de 35. Elas responderam um questionário com os seguintes aspectos: *caracterização dos respondentes, equipe de editoração, equipe de avaliação, formato das publicações, comercialização, divulgação e marketing e política editorial*.

Tais categorias foram de grande relevância para o alcance dos objetivos geral e específicos traçados por esta pesquisa.

6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

O resultado de nossa pesquisa teve um retorno de 35 editoras os quais responderam um questionário com os seguintes aspectos: *caracterização dos respondentes, equipe de editoração, equipe de avaliação, formato das publicações, comercialização, divulgação e marketing e política editorial.*

6.1 Caracterização dos respondentes

Os 35 (trinta e cinco) respondentes foram da esfera pública federal e estadual, parte ligada à direção ou coordenação da editora e parte do setor de criação, como designer gráfico, diagramador. Eles são, em sua maioria, servidores públicos federais técnicos e/ou docentes. O Quadro 3 mostra a relação das editoras respondentes da pesquisa.

Quadro 3 – Editoras respondentes

	EDITORORA	INSTITUIÇÃO
1.	Argos Editora da Unochapecó	Unochapecó
2.	Edições UESB	Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
3.	Edições UVA	Universidade Estadual Vale do Acaraú
4.	Editora da UFAC	Universidade Federal do Acre
5.	Editora da UEA	Universidade do Estado do Amazonas
6.	Editora da UEFS	Universidade Estadual de Feira de Santana
7.	Editora da UEM	Editora da Universidade Estadual de Maringá
8.	Editora da UEMG	Universidade do Estado de Minas Gerais
9.	Editora da UESC - Editus	Universidade Estadual de Santa Cruz
10.	Editora da UFABC	Universidade Federal do ABC
11.	Editora da Ufal	Universidade Federal de Alagoas
12.	Editora da UFBA	Universidade Federal da Bahia
13.	Editora da UFCSPA	Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre
14.	Editora da UFFS	Universidade Federal da Fronteira Sul
15.	Editora da UFGD	Universidade Federal da Grande Dourados
16.	Editora da UFMS	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
17.	Editora da UFPE	Universidade Federal de Pernambuco

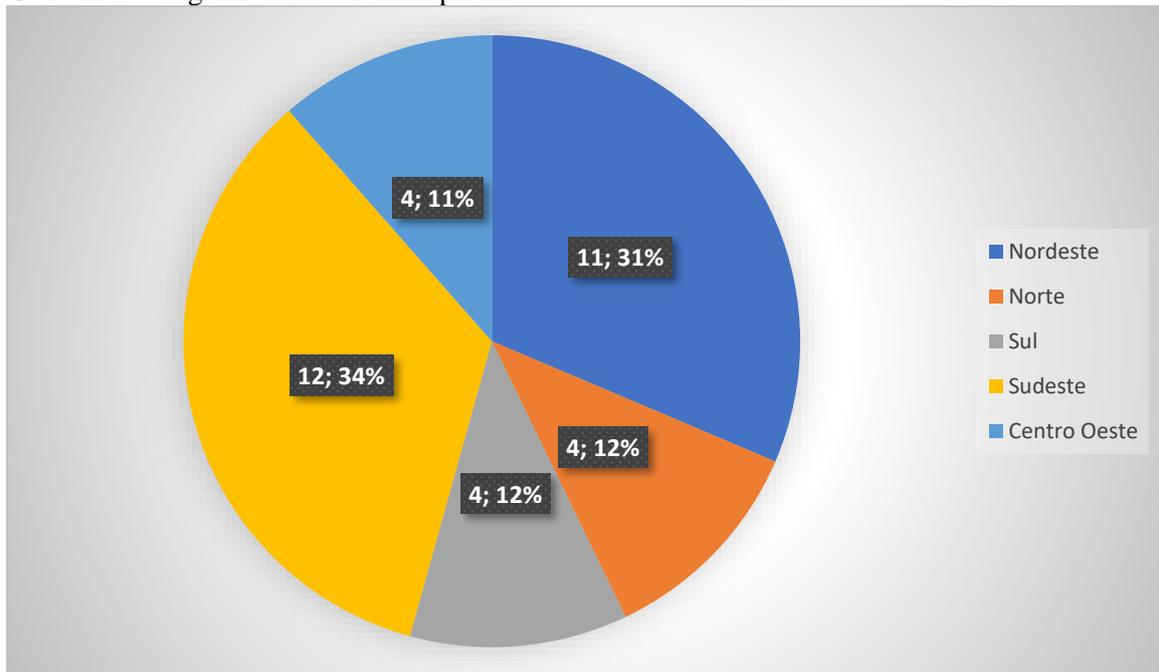
18.	Editora da UFRR	Universidade Federal de Roraima
19.	Editora da UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
20.	Editora da UFSCar	Universidade Federal de São Carlos
21.	Editora da UFSM	Universidade Federal de Santa Maria
22.	Editora da UFU	Universidade Federal de Uberlândia
23.	Editora da UNeal	Universidade Estadual de Alagoas
24.	Editora da UNEB	Universidade Estadual da Bahia
25.	Editora da UNESC	Universidade do Extremo Sul Catarinense
26.	Editora da Unicamp	Universidade de Campinas
27.	Editora da Unitins	Universidade Estadual do Tocantins
28.	Editora da USP	Universidade de São Paulo
29.	Editora do IFRN	Instituto Federal do Rio Grande do Norte
30.	Editora do IFSul	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-Rio-Grandense
31.	Editora UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
32.	Editora UnB	Universidade de Brasília
33.	Editora Universitária da UERN-Edições UERN	Universidade do Estado do Rio Grande do Norte
34.	Editora Universitária da UFES	Universidade Federal do Espírito Santo
35.	Editora Universitária Leopoldianum	Universidade Católica de Santos

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Consideramos bastante expressivo o quantitativo de respondentes da pesquisa e registramos que tal retorno só foi possível em decorrência de todo o apoio que obtivemos por parte da Abeu. É possível observar que todas as regiões do país estão representadas, conforme o Gráfico 1 abaixo.

A Região Sudeste é considerada o centro do mercado editorial brasileiro. A nossa pesquisa teve 34% de adesão das respostas das casas publicadoras de Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo. A concentração de editoras na região Sudeste do Brasil também é um fenômeno bastante marcante no cenário editorial do país. Esse padrão geográfico de distribuição de editoras tem sido observado ao longo de décadas e é influenciado por uma série de fatores históricos, econômicos e culturais.

Gráfico 1 – Regiões das editoras respondentes



Fonte: dados da pesquisa (2023).

Há diversas razões que contribuem para essa concentração: são centros urbanos e de infraestrutura exponenciais, especialmente São Paulo e Rio de Janeiro, que são os maiores centros urbanos e econômicos do Brasil. Essas cidades possuem infraestrutura mais desenvolvida, incluindo sistemas de transporte, comunicações e acesso a serviços, o que facilita as operações editoriais; grandes redes de distribuição, pois abrigam os principais portos e aeroportos do país, facilitando a distribuição nacional e internacional de livros. Isso torna mais fácil para as editoras da região alcançarem leitores em todo o Brasil; tem um mercado consumidor bem maior, devido à sua densidade populacional e à diversidade de públicos. As editoras tendem a se concentrar onde a demanda é mais alta; o aspecto cultural é rico, com eventos literários, feiras de livros, lançamentos e outras atividades que estimulam a indústria editorial. Isso atrai editoras e autores em busca de visibilidade e oportunidades de negócios; os contatos e parcerias são de maior desenvoltura, pois algumas das principais instituições de

ensino, centros de pesquisa e agentes literários estão localizados na região Sudeste; há lá a concentração de recursos financeiros, pois é a região mais desenvolvida economicamente, com maiores investimentos. Isso permite que as editoras da região tenham mais capacidade de investir em novos projetos, marketing e expansão, e é a região que comporta a tradição editorial do país.

Apesar desses fatores, é importante considerar que, embora haja uma concentração de editoras no Sudeste, existem editoras importantes e relevantes em outras regiões do Brasil. A diversidade cultural e geográfica do país também se reflete na diversidade da indústria editorial, com editoras locais e regionais desempenhando um papel crucial na promoção da literatura local e na representatividade de diferentes vozes. A Região Nordeste, por exemplo, tem única universidade pública federal que organiza uma bienal de livro. A Editora da Ufal traz essa chancela desde 2005. Hoje, em sua décima edição, tem-se a Bienal Internacional do Livro de Alagoas como o maior evento literário do estado, impulsionando a economia local e a promoção da leitura e do conhecimento.

O Quadro 4 abaixo apresenta que uma editora é uma engrenagem complexa composta por uma ampla diversidade de cargos e funções que colaboram para o funcionamento eficiente e bem-sucedido da indústria editorial.

Quadro 4 – Cargos e funções dos respondentes

	CARGO/FUNÇÃO
1.	Vice-diretor
2.	Técnico em Assuntos Educacionais Chefe da Divisão de Administração e Finanças
3.	Assistente em Administração
4.	Analista - Assessor de Comunicação
5.	Coordenadora
6.	Docente da UFFS, Diretor da Editora UFFS
7.	Gestor de processos
8.	Coordenador da Divisão de Editoração Eletrônica
9.	Diretor
10.	Técnico em Assuntos Educacionais
11.	Coordenadora Comercial Secretária Geral

12.	Gerente de Produção
13.	Técnico em Assuntos Educacionais
14.	Chefe da Divisão Editorial
15.	Coordenadoria de Administração, Finanças e Contratos
16.	Direção
17.	Diretora
18.	Coordenador Comercial; Secretário Geral; Revisora; Editora de Publicações
19.	Jornalista
20.	Técnica-Administrativa Secretária
21.	Redatora
22.	Revisor de textos Coordenador da Editora
23.	Assistente em Administração
24.	Administradora
25.	Coordenadora Editorial
26.	Chefe do Departamento de Publicações Editoriais
27.	Supervisora Administrativa da Editora
28.	Coordenador
29.	Assistente em administração
30.	Pró-reitora Administrativa
31.	Diretora Adjunta
32.	Professora Diretora da Editora
33.	Docente curso Enfermagem Coordenadora Adjunta do Programa de Pós-Graduação em Saúde da Família Diretora das Edições UVA Editora chefe da Revista Essentia.
34.	Assistente Técnico
35.	Diretor

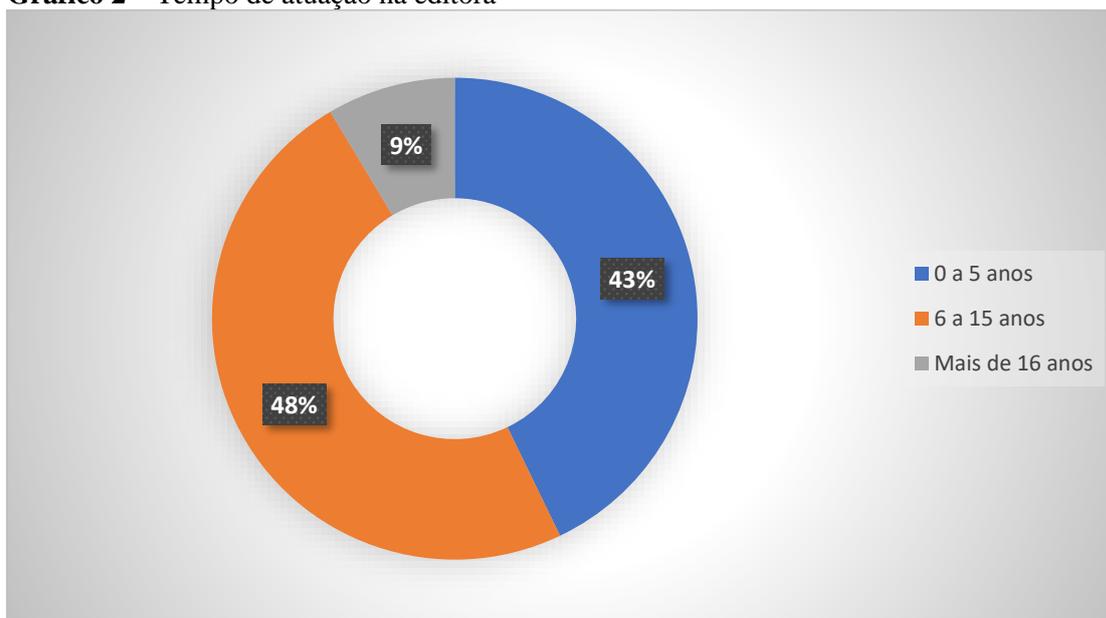
Fonte: dados da pesquisa (2023).

As editoras universitárias do Brasil trazem essa distinção nas funções que são formadas, assim como nas nomenclaturas. Há diretores que assumem funções de editor, secretário, revisor. A Editora da Ufal, por exemplo, atua com a concentração de funções no setor de Núcleo de Conteúdo Editorial. Hoje esse setor conta com a presença de 4 (quatro) profissionais, sendo 3 bibliotecárias e 1 diagramadora. Elas fazem funções do setor, assim como funções administrativas. De 2009 até 2020, tinha somente a atuação de 1 bibliotecária que assumia as funções que hoje são divididas. Isso reflete um quadro de precarização do trabalho, e isso implica diretamente no desenvolvimento desse espaço e de suas publicações.

Mas, entendemos ser necessária a diversidade de cargos e funções em uma editora, mas feita em forma de distribuição e divisão. Esse fator é crucial para garantir que cada aspecto da criação, produção, promoção e distribuição de livros seja abordado com profissionalismo e *expertise*, resultando em produtos literários científicos de alta qualidade que formem leitores em todo o mundo.

O tempo de atuação em uma editora desempenha um papel muito importante na construção de domínio e estabilidade na indústria editorial. À medida que os profissionais ganham experiência ao longo dos anos, eles se tornam mais habilidosos em identificar tendências literárias, compreender as preferências do público e avaliar a qualidade de manuscritos. A familiaridade com os processos internos da editora e a rede de contatos estabelecida ao longo do tempo também permitem uma operação mais suave e eficiente.

Gráfico 2 – Tempo de atuação na editora



Fonte: dados da pesquisa (2023).

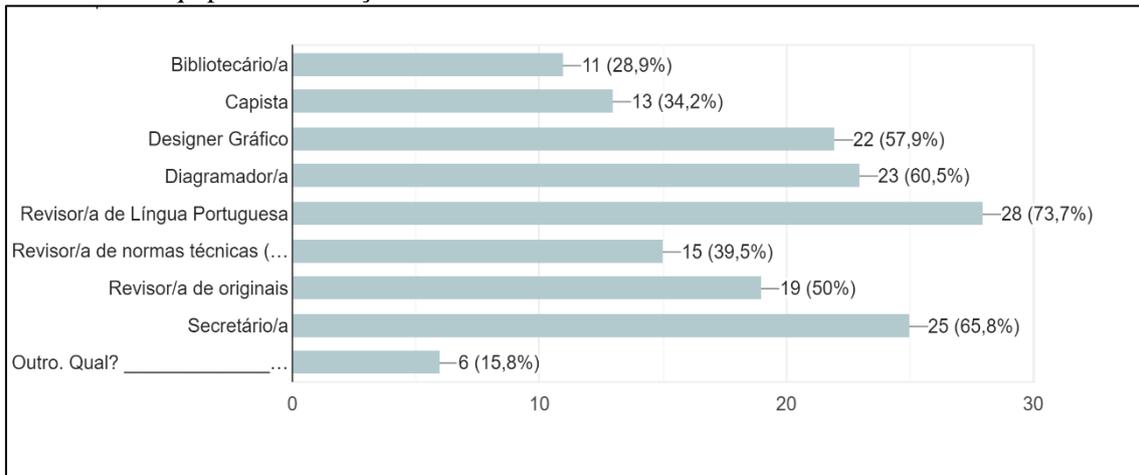
As editoras universitárias do Brasil apresentam uma continuidade em seus cargos e reflete a mesma linha de desenvolvimento que a concentração de editoras por região: as regiões Sul e Sudeste são as detentoras de cargos mais longos, seguidas da região Nordeste em terceiro lugar. Essa continuidade e a consistência são elementos fundamentais na construção de uma reputação sólida para uma editora. O tempo de atuação permite que a editora desenvolva um catálogo de títulos que reflita sua visão editorial e atraia um público fidelizado. Através de uma série de lançamentos bem-sucedidos e da construção de uma marca confiável, a editora estabelece sua presença no mercado literário, ganhando a confiança tanto dos autores quanto dos leitores. As editoras da região Nordeste do Brasil, por meio da Abeu, publicam uma coleção de grande expressividade nacional: Coleção Nordestina. Segundo a Abeu (2023, local. 6):

A Coleção Nordestina foi criada em 1999 e contempla a publicação anual das editoras das Universidades brasileiras do Nordeste, editando ou reeditando obras representativas da produção intelectual da região, preferencialmente nas áreas de Literatura, Ciências Sociais, Antropologia e Folclore. O objetivo é constituir, no futuro, um repositório bibliográfico da Arte, da Cultura e da Ciência regionais, apto a preservar esse patrimônio e difundi-lo permanentemente, em âmbito nacional.

Além disso, o tempo de atuação também possibilita a adaptação às mudanças no setor editorial. A indústria está em constante evolução devido às transformações tecnológicas e às mudanças nas preferências dos leitores. Editoras com anos de experiência estão mais bem posicionadas para se ajustarem a essas mudanças, aproveitando seu conhecimento acumulado para inovar e adotar novas abordagens, como a transição para formatos digitais e a exploração de estratégias de marketing em constante mutação.

6.2 Equipe de editoração

O setor de editoração desempenha um papel vital dentro de uma editora, sendo responsável por transformar manuscritos em obras publicáveis. Através da formatação, revisão gramatical, diagramação e seleção de elementos visuais, como capas e ilustrações, esse setor assegura que os livros atinjam os padrões de qualidade exigidos pelo público leitor e desempenha um papel importante na preservação da identidade visual da editora. Cada obra publicada reflete não apenas o conteúdo, mas também a marca e o estilo da editora, tornando-se parte de um catálogo coerente e reconhecível.

Gráfico 3 – Equipe de editoração

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Da lista de profissionais apresentados no questionário, a equipe de editoração tem a predominância das seguintes funções: 28 editoras têm revisor de Língua Portuguesa; 25 editoras têm secretários; 22 têm designer gráfico; e 23 têm diagramadores. É importante destacar a significativa presença de profissionais bibliotecários desempenhando funções nas editoras pesquisadas, revelando uma taxa de 28,9% de presença desses profissionais em suas respectivas equipes de editoração.

Sendo este profissional um ator essencial na formação de uma equipe editorial, a área da edição é considerada por Mota e Oliveira (2011, p. 104) como sendo um mercado informacional existente e não ocupado, o que corrobora a visão de Ponjuan (2000) citado por Dante (2000) que coloca o profissional bibliotecário como aquele ligado a qualquer etapa de vida da informação e em organizações de qualquer tipo.

O normalizador ou revisor de normas técnicas está presente em 15 editoras, o que corresponde a 39,9% das respostas. Isto pode ser decorrente do fato de que boa parte das editoras já exige dos autores a declaração de revisão no ato da submissão dos manuscritos. Grande destaque foi dado aos profissionais revisores de Língua Portuguesa (73,7%), o que reafirma a grande importância do trabalho desses. Houve indicações de “Outros” em 14 respostas, conforme apontado a seguir:

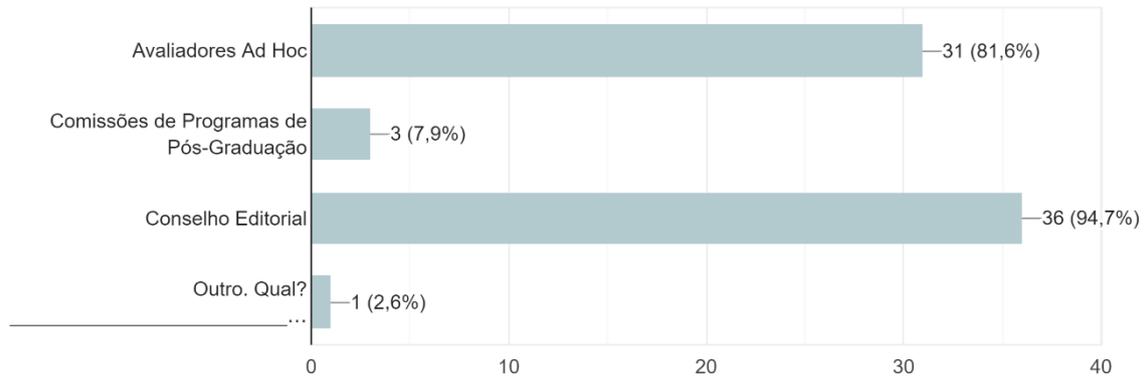
1. *Analista editorial, coordenador de produção e produtora gráfica;*
2. *Esses são os serviços realizados na própria universidade. Os demais são terceirizados. O diagramador também é o capista;*
3. *Editores de texto e produção;*
4. *Chefe de Editoração, Chefe do Setor Executivo e Diretor;*
5. *Redator;*

6. *Tecnicamente toda a equipe é administrativa e os serviços são feitos por terceiros (PJ) contratado via licitação. Para acompanhamento do processo e verificação de qualidade, há uma revisão interna, mas não especializada;*
7. *A Editora IFSul conta apenas com a Administradora, lotada na Coordenadoria de Publicações Científicas. Os demais colaboradores atuam por demanda, ou seja, são equipe técnica ad hoc;*
8. *Os serviços são terceirizados, via pregão eletrônico. A equipe, constituída de apenas duas servidoras, além das demais atividades inerentes ao setor, faz o controle de qualidade desses serviços terceirizados;*
9. *Editor-chefe;*
10. *Auxiliar administrativo divisão de vendas e estagiário;*
11. *Administrador, contador, editor de publicação, vendedor, almoxarife.*
12. *Administrativos vendas, estagiária;*
13. *Financeiro;*
14. *Editor de livros e Editor de Periódicos.*

As respostas apontam para a contratação de serviços terceirizados como alternativa para resolução dos serviços necessários no decorrer do processo editorial. É perceptível também a inserção de estagiários nos processos. Se por um lado essa realidade pode sanar as dificuldades iniciais, por outro pode contribuir para o agravamento da crise que vive boa parte do setor público no que se refere à consolidação do quadro de pessoal efetivo capacitado.

6.3 Equipe de avaliação

No que concerne à formação da equipe de avaliação dos manuscritos submetidos, constatamos que 30 editoras trabalham com avaliadores *ad hoc* e 35 com avaliadores do próprio Conselho Editorial. Os resultados podem ser visualizados no Gráfico 4 a seguir.

Grafico 4 – Equipe de Avaliação

Fonte: dados da pesquisa (2023).

A contribuição dos avaliadores *ad hoc* é especialmente importante porque oferece uma perspectiva externa e imparcial sobre o valor e o mérito dos manuscritos. As opiniões desses avaliadores informam as decisões editoriais, permitindo que a editora faça escolhas informadas sobre quais trabalhos merecem ser publicados e quais podem precisar de revisões adicionais.

Percebemos que em 35 editoras esta decisão está nas mãos do próprio conselho editorial, o que pode comprometer a endogeneidade da publicação e sobrecarregar o conselho. Mas, este quadro é sustentado pela dificuldade em conseguir pareceristas disponíveis, pois na maioria das vezes, é um trabalho voluntário. Sem remuneração, não há compromisso imediato e transparece uma atmosfera de desqualificação e desconsideração do pesquisador avaliador. São necessários maiores estudos para que se possa avaliar a presença e ausência dessa remuneração para termos a consciência dessa relação avaliador *versus* editora, porque a contribuição do avaliador garante a qualidade e a relevância das obras publicadas, permitindo que as editoras mantenham os mais altos padrões de excelência literária.

6.4 Formato das publicações

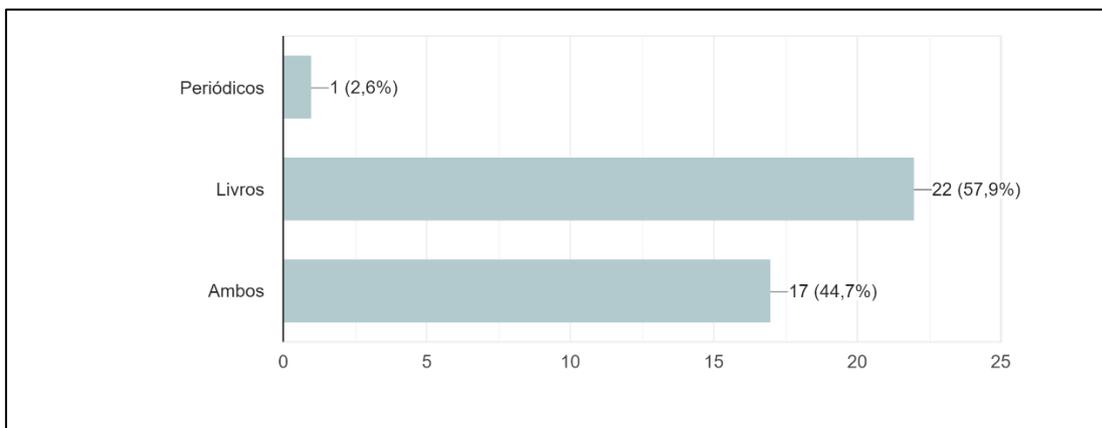
O formato de publicações digitais revolucionou a maneira como consumimos informações e entretenimento. Ao contrário dos formatos tradicionais, como o papel impresso, as publicações digitais oferecem flexibilidade e acessibilidade sem precedentes.

O formato de publicações digitais oferece recursos interativos que enriquecem a experiência do leitor. Elementos como *links*, vídeos incorporados, animações e hipertexto permitem uma imersão mais profunda no conteúdo. Além disso, os recursos de pesquisa facilitam a localização rápida de informações específicas, tornando as publicações digitais uma

ferramenta poderosa tanto para fins de entretenimento quanto de aprendizado. Com o crescimento contínuo da tecnologia e a constante evolução dos formatos digitais, as publicações digitais desempenham um papel fundamental na disseminação de conhecimento e na transformação da forma como interagimos com a informação.

Segunda a nossa pesquisa, houve unanimidade das editoras entrevistadas sobre o item “publicar em formato digital”, sendo que 21 estão mais voltadas para os livros, e 17 delas publicam livros e periódicos em formato digital. O formato de publicação digital em destaque é o PDF/A, com a adesão de 17 editoras para esta modalidade (vide Gráfico 5).

Gráfico 5 – Apresentação das publicações digitais

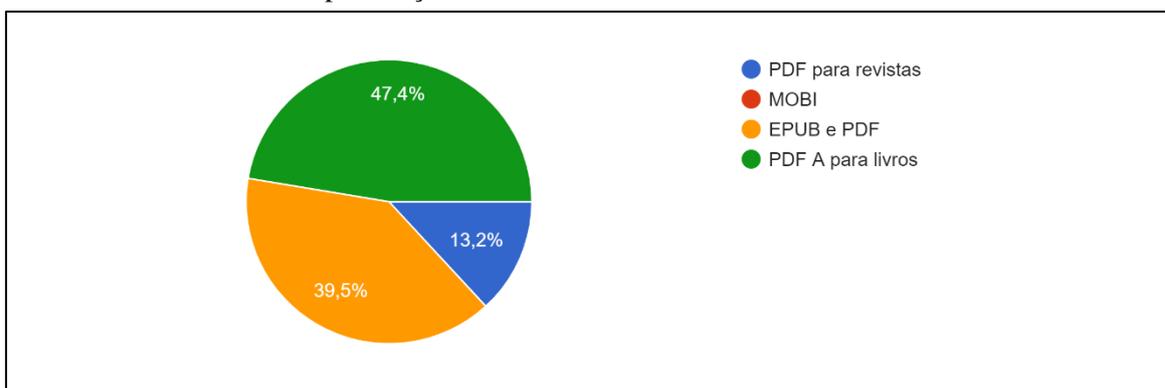


Fonte: dados da pesquisa (2023).

Tivemos um retorno na categoria “outros”, da seguinte forma:

1. *Colaboramos com a produção editorial de revistas, mas elas não fazem parte do nosso catálogo;*
2. *Cartilhas e Anais;*
3. *Obs.: a Editora UFFS publica somente livros em formato digital.*

Gráfico 6 – Extensões das publicações

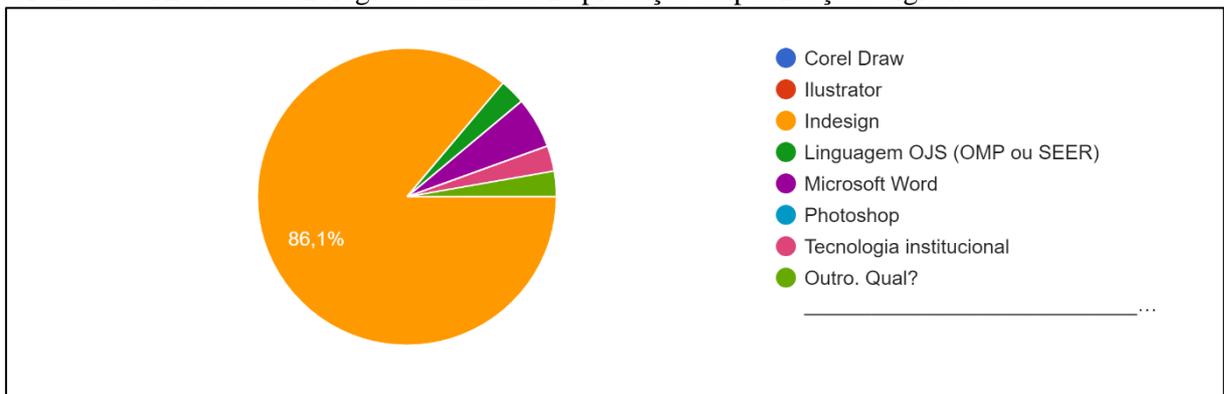


Fonte: dados da pesquisa (2023).

Dezoito editoras das 35 entrevistadas escolheram o PDF/A como suporte principal nos *e-books* publicados. Essa extensão é a mais simplista, pois se caracteriza pela geração de um arquivo final a partir do programa de editor de livros – no caso, o *Indesign*, conforme já identificamos acima – em formato PDF. Essa extensão é mais adequada para uso nos repositórios e nas indexações nas plataformas de avaliações de programa de pós-graduação, como a Sucupira e em outros sítios que têm essa mesma finalidade. Além da praticidade que traz, também oferece uma capacidade de proteção que impossibilita o comum copiar + colar e até a função de impressão.

Outro aspecto que está ligado ao nível de capacitação da editora é a escolha do programa para produção de publicações digitais. Constatou-se que o programa utilizado pelas instituições pesquisadas é o InDesign, com 30 editoras aderindo a este uso.

Gráfico 7 – Artefatos tecnológicos utilizados na produção de publicações digitais



Fonte: dados da pesquisa (2023).

Na produção de publicações digitais, uma série de artefatos tecnológicos desempenham papéis essenciais para criar conteúdo atraente e funcional. *Software* de design gráfico, como Adobe InDesign, é amplamente utilizado para criar *layouts* e formatar o conteúdo de maneira visualmente agradável. Essas ferramentas permitem a inserção de elementos interativos, ajuste de tipografia e criação de ilustrações, garantindo que o design das publicações digitais esteja alinhado com a visão estética da editora e seja otimizado para diferentes dispositivos.

Um dos programas do pacote da Adobe, o *Indesign*, editor profissional de livros, foi indicado como o mais utilizado nas publicações digitais das editoras universitárias do Brasil. Essa resposta dada por 31 editoras demonstra que elas estão comprometidas com a atualização e profissionalização desses artefatos tecnológicos da produção editorial.

Tivemos retorno de algumas “Outras” editoras de forma diferentes. Foram citados ainda o *Illustrator*, *Microsoft Word*, *SciELO* Livros no formato epub, a partir do PDF, *Publisher*. Foi

relatado também que o serviço é terceirizado e que no caso dos Epub's publicados via SciELO Livros, o respondente não sabe o artefato tecnológico usado por eles.

Um dos fatores interessantes nas falas de “outros” é o PDF gerado diretamente no SciELO Livros. É de fato um indício promissor nesse ambiente dos artefatos tecnológicos utilizados pelas editoras universitárias do Brasil. Destacamos aqui também a importância do Portal SciELO como um dos importantes atores no processo das publicações e das inovações tecnológicas do Brasil.

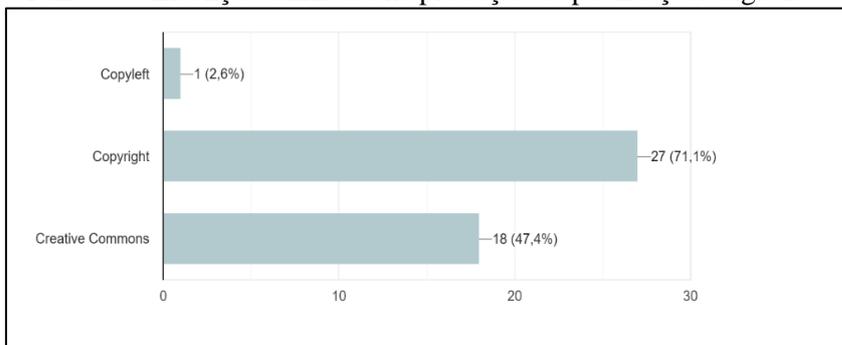
6.5 Comercialização, divulgação e marketing

6.5.1 Proteção dos *e-books*

A proteção de livros digitais tem se tornado uma preocupação central para as editoras, visando à preservação dos direitos autorais e à prevenção da pirataria. Para enfrentar esse desafio, as editoras frequentemente empregam tecnologias de Gerenciamento de Direitos Digitais (DRM) em suas publicações digitais. O DRM envolve a aplicação de restrições técnicas ao conteúdo, como criptografia, limitações de cópia e controle de acesso, com o intuito de impedir a disseminação não autorizada e a reprodução ilegal de livros digitais. Esse foi um dos primeiros aspectos que analisamos sobre a questão da divulgação dos *e-books* está relacionada à proteção deles.

A licença mais utilizada pelas editoras é o *Copyright*, seguida da *Creative Commons* e por último a *Copyleft*, como gerenciadores dos direitos autorais digitais. A unanimidade do *Copyright* como licença mais utilizada pelas editoras se caracteriza por ser a forma mais compreensível e acessível para uso e se materializa através da assinatura de contratos e entrega de 10% da cota da tiragem de cada edição, conforme orientação dada pela Lei 9.610 (BRASIL, 1998).

Gráfico 8 – Licenças utilizadas na produção de publicações digitais



Fonte: dados da pesquisa (2023).

Dois respondentes colocaram que a SciELO usa “essa licença”, mas não especificaram e outro que não possui nenhum dispositivo de segurança. Vejamos abaixo:

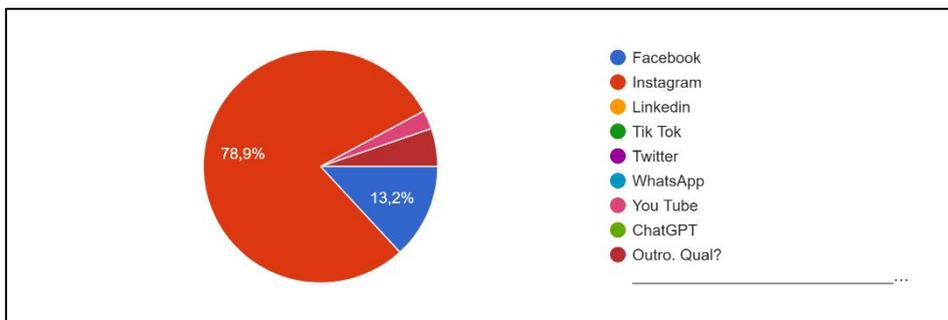
1. *Obs.: os livros indexados pelo SciELO Livro têm essa licença. Nem todos os livros da Editora [...] estão indexados pelo SciELO;*
2. *Ainda não temos.*

Embora seja um quantitativo pequeno, é um indicativo comprometedor que uma casa publicadora não se utilize de um parâmetro de segurança para suas publicações. Essa realidade somente corrobora para o que entendemos ser importante essa pesquisa e demonstra incipiência desses espaços.

6.5.2 Redes sociais

Sobre as redes sociais, a maioria das editoras – 26 das 35 editoras – utiliza o próprio site e o repositório de sua instituição para divulgação de suas obras em acesso aberto e/ou venda. As redes sociais mais usadas pelas respondentes são *Instagram*, *WhatsApp* e *Facebook*.

Gráfico 9 – Redes sociais utilizadas na divulgação de publicações digitais



Fonte: dados da pesquisa (2023).

Uma falha na elaboração do questionário ficou evidenciada nas respostas a seguir:

1. *Acho que essa pergunta deveria dar a opção de marcar mais de uma opção, pois usamos mais de uma rede social;*
2. *A questão não me deixa marcar mais de um item. Usamos também Facebook, WhatsApp;*
3. *Todas as redes sociais;*
4. *E-mail;*
5. *Facebook; Twitter e Youtube;*
6. *Utiliza-se o site da EdUFSC, Instagram e Facebook; mais eventualmente o Youtube;*
7. *Instagram, WhatsApp; Tik Tok, YouTube;*
8. *Facebook, Tik Tok, Whatsapp, YouTube;*

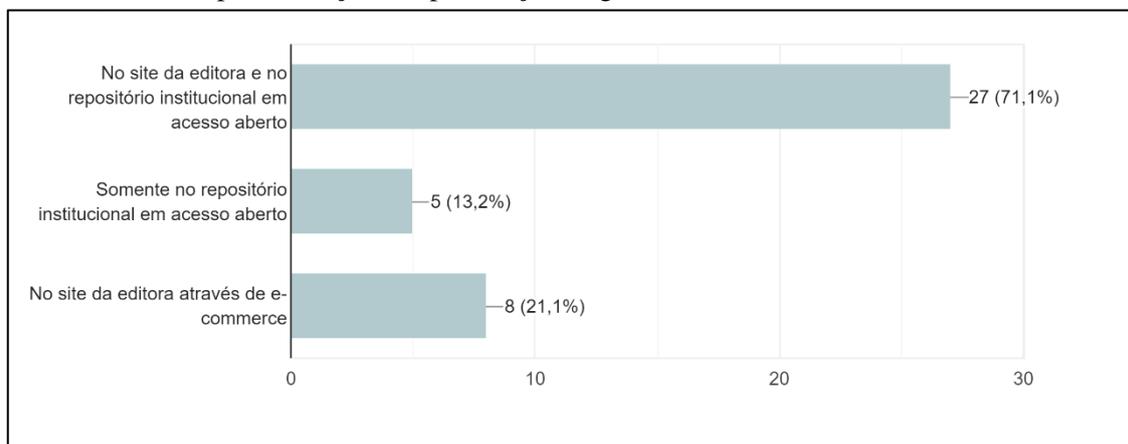
9. *Facebook; LinkedIn; WhatsApp; Twitter;*

10. *Atuamos com Instagram, blog, Twitter.*

É perceptível que apesar de o *Instagram* ser a rede social mais utilizada, muitas outras redes ainda são utilizadas pelas editoras pesquisadas. Talvez seja reflexo de se ter um público diferenciado.

No que se refere à disponibilização das publicações digitais, foi possível constatar que os principais espaços utilizados pelas editoras são o site próprio e o repositório institucional em acesso aberto, conforme o Gráfico 10.

Gráfico 10 – Disponibilização das publicações digitais

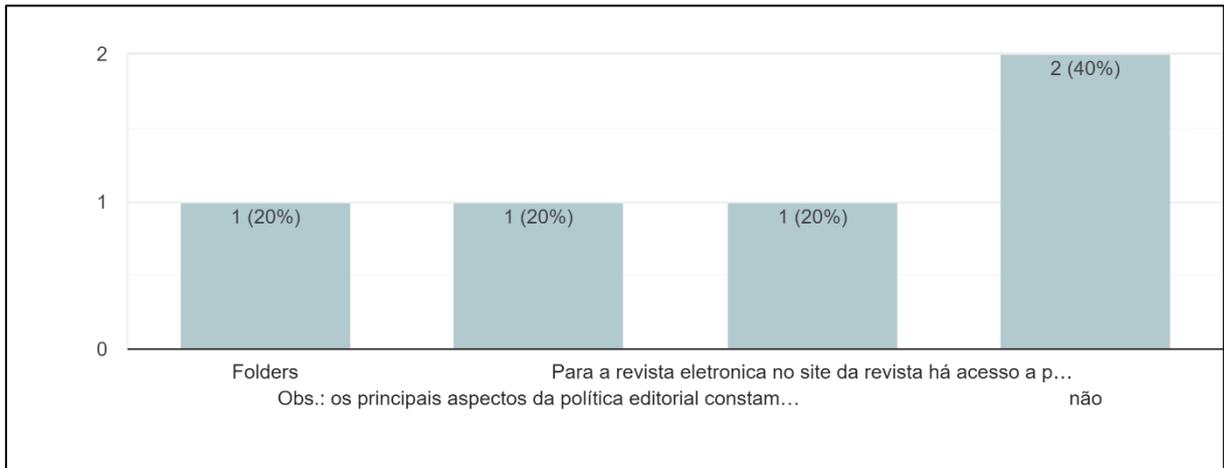


Fonte: dados da pesquisa (2023).

Os resultados mostram a importância cada vez mais acentuada dos repositórios institucionais.

6.6 Política editorial

A pesquisa identificou 12 editoras que não têm política editorial. Das 24 editoras que possuem esses documentos, todas disponibilizam em seus sites para consulta pública. Esse fator se constitui como um dos itens agravantes no processo de publicações digitais da maioria das editoras entrevistadas.

Gráfico 11 – Acesso da política editorial documentada

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Além desse, temos a ausência de pessoal especializado, de plataformas de vendas, de política editorial digital. A maior parte das editoras usam a política dos livros impressos também para os *e-books*.

Em relação aos desafios enfrentados na construção da política editorial de publicações eletrônicas, foi possível constatar que ainda há uma forte resistência às versões digitais, tanto por parte de autores quanto de consumidores. Isto se reflete nas falas a seguir:

A persistência, ainda, pela preferência de versões impressas, mesmo com bons números do nosso portal de livros digitais. (Q-01)

Superar a cultura do livro impresso. (Q-04)

A editora publica atualmente livros eletrônicos de Coleções e Séries, além de outros livros de editais e submissão contínua. Porém, a prioridade é retomar os livros impressos. (Q-08)

Alinhar as expectativas dos autores às análises editoriais da editora. Ou seja, muitos querem edições eletrônicas, mas em muitos casos a editora entende que aquela obra deve ser comercializada somente em formato impresso, por inúmeras questões. A palavra final é sempre nossa. (Q-13)

Aceitação dos autores e a concorrência do mercado editorial. (Q-16)

Resistência por parte dos autores ao formato eletrônico. (Q-28)

Outro desafio elencado relaciona-se a custos e comercialização das publicações. Vejamos as falas a seguir:

Vendas de livros digitais para manter a livraria da Editora ativa. (Q-03)

Muitos clientes não entendem que existem custos fixos, e que nem sempre o ebook pode ser disponibilizado gratuitamente. (Q-07)

Falta de uma plataforma digital para comercialização (estamos em negociação com a Plataforma SciELO). (Q-09)

Não temos diagramadores, não temos plataforma digital que permita venda dos livros digitais, a Edufal não tem política comercial para seus e-books. (Q-11)

Da comercialização, a maioria não comercializamos. (Q-26)

Só é possível para acesso aberto. Não é possível comercializá-las, pois a Editora não recebe através de operações com cartão de crédito. (Q-31)

A [...] não possui tecnologia e meios para comercializar sozinha e-books. (Q-24)

O quadro de pessoal também é um desafio que, inclusive, impede iniciativas de novas frentes editoriais, conforme elencado a seguir:

Baixo quadro de servidores para a demanda existente. (Q-06)

Falta de recursos humanos qualificados para os serviços editoriais. (Q-17)

Nosso desafio atual é dispor de equipe suficiente para construir a política editorial. (Q-18)

Falta pessoal técnico para definição formal das políticas. (Q-35)

Nunca foi tentado. Temos problemas com a limitação de tamanho da equipe e não vislumbramos abrir outras frentes/outros projetos (como ampliar/generalizar as publicações eletrônicas). (Q-22)

Fluidez do Edital, equipe pequena. (Q-34)

Outros aspectos como a necessidade de mais estudos sobre o tema para a definição e formalização de uma política editorial. (Q-02); a questão das Submissões. (Q-10); a definição de uma política editorial (Q-12; Q-15); desafios no âmbito burocrático da legislação. (Q-19). A falta de autonomia também foi um dos desafios enfrentados, conforme relatado:

O maior desafio atualmente é não ter a autonomia do domínio para fazer o depósito dos e-books de forma direta, pois a editora ainda precisa solicitar da Biblioteca Central a permissão para que eles façam o depósito e isso pode demorar algumas semanas. Além de quando é preciso fazer modificações em alguns arquivos, já depositados, e precisamos solicitar que eles façam essas alterações, algo que demanda mais tempo, pois essas solicitações nem sempre são atendidas de imediato. (Q-20)

Alguns respondentes afirmaram que não existiam desafios (Q-14) e houve também a afirmação de que há a necessidade de melhorar os processos de comunicação interna e externa com o público-alvo da editora (Q-23).

A política é uma só, para livros físicos e digitais. (Q-21)

Melhorar a comunicação interna e externa com o público-alvo. (Q-23)

Indagamos sobre as principais dificuldades para o estabelecimento de uma política editorial para publicações eletrônicas, e as respostas compreenderam diversos aspectos, dentre

os quais foi possível destacar questões culturais, disponibilidade de recursos financeiros, humanos e tecnológicos, bem como estudos mais sólidos sobre a temática.

A política editorial sofre como um todo, sendo impresso ou digital. A resistência a se adequar ao fluxo para garantia da qualidade da publicação parece o maior entrave para as publicações universitárias. (Q-01)

Há a necessidade de mais estudos sobre o tema para a definição e formalização de uma política editorial. (Q-02)

Necessária contratação de revisores de português e normas ABNT. (Q-03)

A maioria das pessoas entende que livro é impresso, e diminuem o valor do ebook. Falta ainda essa conscientização de que o valor está no conteúdo, e não no fato de ter ou não algo 'na estante'. O valor está muito, ainda, ligado à materialidade do impresso. (Q-07)

A princípio a falta de equipe técnica e plataforma de suporte à publicação são os elementos bases para a ampliação das publicações eletrônicas. (Q-10)

A política editorial para as publicações eletrônicas, em nossa editora, é a mesma adotada para os livros impressos. A dificuldade, como relatei anteriormente, está na implementação de recursos tecnológicos (software adequado) para que possamos comercializá-las também. (Q-15)

Apoio financeiro para ampliar a divulgação de acesso aberto das obras de docentes. (Q-16)

Falta de conhecimento técnico e jurídico da equipe de estabelecimento da política editorial. (Q-18)

A [...] não disponibiliza de tecnologia para a comercialização de e-book, dessa forma necessita de uma instituição parceira. O e-book tem um valor reduzido que é dividido meio a meio com a empresa parceira. As vendas de e-books são baixas, porque a preferência do leitor ainda é pelo livro impresso. Portanto, a comercialização do e-book não gera retorno financeiro sendo apenas mais uma forma de aumentar o acesso ao público interessado. A comercialização ou não do e-book é decidida em conjunto com o autor, diretor e equipe. Ainda não há definições muito claras porque é um nicho novo, que a [...] vem experimentando nos últimos anos (desde aproximadamente 2019). (Q-24)

A Editora [...] nasceu digital, com acesso aberto de todas as suas obras. Nada é comercializado. Não há dificuldade quanto à publicação eletrônica. No entanto, a dificuldade enfrentada é o fato de que, em geral, ao se falar de editora, se relaciona à venda de livros. E há editoras universitárias que ainda consideram o e-book como subproduto, o que não é o caso na [...], pois todos os livros têm avaliação séria de pesquisadores doutores na área (externos à [...]), uma avaliação às cegas. Depois, passa pelo Conselho Editorial. Resumindo, o status no mercado editorial ainda privilegia as comerciais. (Q-25)

Também foram mencionadas outras questões de grande relevância que dificultam o desenvolvimento da política editorial, com destaque para as questões de direito autoral, flutuações do mercado e dificuldades com a comercialização das obras no formato digital. Ver respostas a seguir:

O estabelecimento dos direitos autorais para autores e organizadores. (Q-27)

A política editorial da Editora UnB é a mesma para publicações eletrônicas ou não, o desafio é referente aos honorários recebidos pelo autor, pois em versão impressa ele recebe parte da tiragem, já em versão digital não há recebimento de honorário. (Q-28)

As constantes mudanças do cenário editorial. (Q-29)

Falta de uma política de legitimação da comercialização das editoras universitárias. (Q-31)

A definição do fluxo editorial é decisiva para o bom funcionamento das editoras. Nesse sentido, foi preocupação da pesquisa entender se há algum padrão seguido pelas editoras pesquisadas. Os resultados mostraram que a maioria das respostas apontam para cinco fases, quais sejam: submissão, avaliação, editoração, revisão e publicação. Destacamos algumas respostas a seguir:

O original é submetido através de uma janela (período) de submissão, em Word, revisado, é avaliado por dois pareceristas Ad Hoc (indicados pelo Conselho Editorial ou por meio de pesquisa de currículos). Após essas avaliações, esses pareceres são homologados pelo Conselho Editorial que decide sobre a edição ou não da obra. Se aprovado, o original passa por uma análise técnica da revisão do original (aqui chamamos de revisão amostral) e, em caso de problemas no texto, esse material retorna ao ator para verificação e correção desses problemas. Só depois desse processo é que o livro é editado e diagramado por nós para então ser catalogado e publicado em nosso portal; (Q-01)

Submissão - Avaliação - Editoração – Publicação; (Q-02)

Submissão via edital, avaliação ad hoc, envio do arquivo final revisado, contratação, diagramação, publicação; (Q-03)

Submissão, avaliação, revisão, diagramação e designe, revisão, lançamento; (Q-04)

Recebimento de originais via edital ou chamada, enquadramento e avaliação, copidesque, revisão e normalização, projeto gráfico, diagramação, revisão de prova, publicação e divulgação; (Q-05)

Recebimento de originais - análise do conselho interno - análise de pares externos - revisão - diagramação - revisão final - finalização do arquivo; (Q-06)

SUBMISSÃO: 1. Proposição de livros; AVALIAÇÃO: 2. Análise Documental; 3. Submissão ao Protocolo Antiplágio; 4. Análise de Linguagem; 5. Análise de ABNT; 6. Relatório da Avaliação; APROVAÇÃO: 7. Apreciação da obra e pareceres; 8.1 Contrato; 8.2 Recusa; PRODUÇÃO: 9. Contato com autor; 10. Revisão de língua portuguesa; 11. Revisão de normas; 12. Projeto gráfico e diagramação; 13. ISBN/Ficha Catalográfica/DOI; 14. Revisão do autor; 15. Revisão da prova final; 16.1. Arquivo final (digital); 16.2. Arquivo final (impresso); PUBLICAÇÃO: 16. Publicação impressa; 17. Publicação digital; DIVULGAÇÃO: 18. Divulgação; (Q-07)

Submissão da proposta, avaliação do material por pareceristas ad hoc, aprovação pelo Conselho editorial, revisão textual e normalização, projeto gráfico, cadastro na CBL, diagramação e disponibilização em algum meio digital; (Q-08)

Acolhimento da proposta, análise inicial pela equipe da editora responsável pelo fluxo. Se atende às normativas da Eduem, o livro segue para avaliação do Conselho Editorial. Se aprovado no Conselho, segue para dois pareceristas ad hoc. Recebidos os pareceres ad hoc, a obra é novamente analisada no Conselho. Se aprovada, segue para o processo de editoração (revisão textual, normalização, diagramação, arte de capa e impressão); (Q-16)

Submissão de originais via fluxo contínuo e por edital de chamada de publicação. Revisão prévia de originais, identificação de existência de plágio; análise com emissão de parecer técnico científico; revisão textual; preparação e editoração do texto; diagramação; revisão da versão diagramada e publicação; (Q-18)

Submissão via formulário on-line, pré-análise, indicação de pareceristas e envio a estes, entrega dos pareceres, apreciação pelo conselho editorial. Em caso de deliberação pela não aprovação, arquivamento. Em caso de deliberação pela aprovação, editoração interna ou externa, revisão e publicação; (Q-19)

A obra é submetida para publicação (obra finalizada + formulário disponível no site), o Conselho Editorial analisa, se for necessário solicita análise de parecerista ad hoc, a obra é rejeitada ou aprovada (editora.ufsc.br/como-publicar). A obra aprovada é encaminhada ao setor de produção, que faz a pré-produção, revisão, editoração, capa, conferências quantas forem necessárias, contrato e publicação; (Q-25)

Editais de publicação, Editoração - acompanhamento de toda produção, cotejo e publicação, Recepção via carta ofício da solicitação da obra; envio e apreciação de pareceristas do conselho editorial; se necessidades de ajustes encaminhado para os autores que retomam com a versão final; intermediação com autores e profissional de designer para elaboração da capa e diagramação do livro; acompanhamento de leitura de prova e aprovação da boneca do livro; monitoramento do processo de impressão gráfica (quando publicação de livro impresso); publicação e disponibilização do livro, as obras são submetidas através do sistema informatizado – SITO; coordenador Editorial, faz uma análise da viabilidade financeira e do conteúdo, Na reunião do Conselho Editorial é realizado uma previa avaliação, e se a avaliação for positiva, segue para dois parecerista de méritos, após parecer, se ambos forem positivos, o Conselho Editorial decide ou não pela publicação, autor é notificado sobre a aprovação ou não da obra para publicar na Editora, se aprovado, o Coordenador Editorial entra em contato com autor para tirar algumas duvidas, e em paralelo o setor de contratos providenciará a formalização dos direitos autorais, livro segue para preparação, após diagramação, revisão, marketing é acionado para planejamento do lançamento, finalização do arquivo e envio para gráfica, Lançamento e promoção do lançamento; (Q-30)

Resumidamente seria: Publicação de Edital, Submissão da Proposta, Aprovação por pares da Proposta, Serviços de Editoração interna (normalização, revisão e diagramação), publicação em formato impresso ou ebook, lançamento em evento da editora; (Q-31)

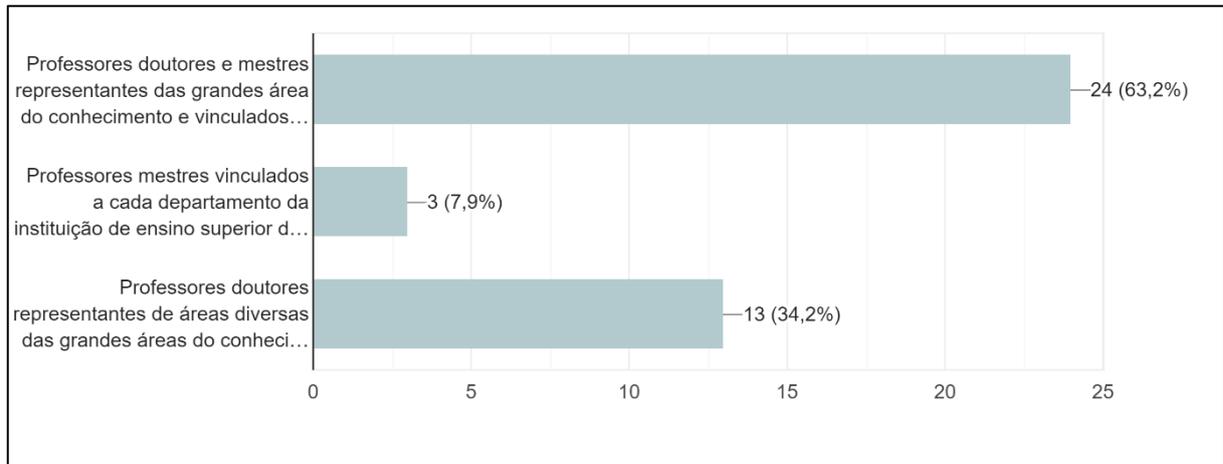
Submissão de originais e documentos de autorização de publicação e certificado de revisão de linguagem e ABNT, encaminhamento a pareceristas as hoc, havendo disparidades nos pareceres segue para avaliação do conselheiro da área, diagramação, revisão de linguagem, revisão técnica, confecção de ficha catalográfica, solicitação de ISBN, revisão final, publicação. (Q-32)

É importante destacar que, entre as respostas obtidas, somente uma aponta de forma direta a adoção de tecnologias de detecção de plágio:

Submissão, verificação antiplágio, análise da editora, análise de mérito (ad hoc), assinatura de termos de cessão de direitos autorais, preparação de texto, criação de projeto gráfico e diagramação, emissão de ISBN e ficha catalográfica, checklist final de editoração, publicação, divulgação e distribuição; (Q-22)

Tal posicionamento é bastante salutar e necessário para garantia da propriedade intelectual da obra e de seu respectivo conteúdo, devendo ser indispensável ao processo de avaliação, sobretudo nos tempos atuais em que ferramentas como *ChatGPT* estão cada vez mais presentes nas construções textuais.

A formação do conselho editorial das editoras pesquisadas também foi interesse da pesquisa. Os resultados mostram o seguinte:

Gráfico 12 - Formação do Conselho Editorial

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Como observado, há predominância de professores doutores e mestres representantes das grandes áreas de conhecimento, o que sinaliza o comprometimento efetivo das editoras na qualidade das obras a serem selecionadas para publicação.

Sobre recursos orçamentários próprios para fomentar as publicações eletrônicas, eles são oriundos de financiamentos particulares e institucionais, da própria universidade, verbas de programas, fundações e outros órgãos da instituição, dos próprios autores/organizadores. Em uma das editoras, foi dito que não há impressão das obras, sendo a distribuição gratuita e *online*. Editais do CNPq também foram citados como fonte de recursos para financiar a publicação das obras.

Sobre as metodologias utilizadas para a produção editorial de *e-books*, as respostas afirmaram que havia a disponibilização da obra em formato PDF; o projeto se enquadra em coleções já existentes, o que varia é o formato impresso ou digital; as mesmas do livro impresso; as publicações são selecionadas por meio de edital próprio; preparação da edição através do *InDesing*, conversão para PDF e publicação.

7 CONCLUSÃO

A pesquisa sobre as publicações digitais tem se tornado uma temática crescente no meio acadêmico do Brasil. O crescimento da tecnologia, oriundo do desenvolvimento da Ciência, coloca as universidades e suas esferas educacionais nesse campo constante de atualização, aprendizagem e aprimoramento.

Contamos com pesquisadoras brasileiras importantes e que têm capitaneado e incentivado as pesquisas no ramo editorial, como Leila Brufrem (UFPE), Robéria de Lourdes de V. Andrade (Ufal), Nanci Dione e Stella Dourado (Unirio), Flavia Garcia Rosa (UFBA), assim como a atuação intensa da Abeu por meio de suas reuniões e alinhamentos junto aos órgãos superiores do Governo Federal. No tocante à atuação da Abeu, enfatizamos que uma de suas últimas ações foi a elaboração de uma carta direcionada à secretária de Educação Superior do Ministério da Educação, Denise Pires de Carvalho, intitulada *Marco Regulatório das Editoras Universitárias*⁸, que reivindica o estabelecimento de uma política nacional dedicada às editoras universitárias.

Esse marco está pautado em dois importantes aspectos:

- O primeiro trata da suspensão da vedação federal que impede a contratação de profissionais essenciais para as editoras de natureza federal. Esse feito compromete a eficácia da atuação das editoras universitárias do Brasil, que em sua maioria não possuem rubrica orçamentária, como identificado em nossa coleta de dados;
- O segundo é a construção oficial de uma política nacional que regulamente as editoras universitárias do Brasil e o documento apresentado está alicerçado com um esboço da proposta de uma portaria interministerial. Esse texto sugestivo de portaria está elencado em cinco capítulos. O primeiro trata das disposições gerais e missão das editoras e conceitua os seguintes termos: editora, obra, processo editorial, direitos editoriais, direito editorial, chancela editorial, leitor e política editorial; o segundo capítulo versa especificamente sobre as editoras públicas federais, a composição de seu quadro e as respectivas funções necessárias para um bom funcionamento; o terceiro discorre sobre o processo editorial das editoras públicas federais; o quarto capítulo apresenta disposições sobre as editoras públicas estaduais e comunitárias; e em seu quinto capítulo finaliza as disposições da portaria (ver anexo com documento na íntegra).

⁸ Ver a carta na íntegra: https://abeu.org.br/documents/36/050_-_Sesu_protocolado.pdf.

Também notamos que as IES do Brasil têm buscado estudo e melhoria da produção editorial, como a exemplo da Universidade Estadual de São Paulo (Unesp) que tem em sua grade a Universidade do Livro, com cursos somente voltados para o ramo editorial. Há uma preocupação generalizada em melhorar a atuação da edição no país, principalmente no tocante às editoras universitárias.

É a partir dessa atmosfera que desenvolvemos essa pesquisa, para contribuir no crescimento e na melhoria das casas publicadoras do Brasil, demonstrando a partir dos dados coletados a correspondência da maioria dos objetivos traçados para a pesquisa, um aspecto real da natureza de estrutura e formação das editoras universitárias brasileiras ligadas à Abeu.

E esse aspecto tem demonstrado que as publicações digitais nas editoras universitárias do Brasil apresentam uma poderosa ferramenta para a disseminação do conhecimento científico e acadêmico, assim como contribuem para a democratização do acesso ao conhecimento, uma vez que pessoas de diferentes níveis educacionais podem se beneficiar dessas publicações.

Esta pesquisa conseguiu reunir 35 editoras da esfera pública e federal e que apresentaram semelhanças em suas conquistas e desafios. Traçamos aqui os principais desafios e descobertas:

1. Grande parte das editoras universitárias brasileiras associadas à Abeu não possuem política editorial documentada, segundo a análise dos dados coletados;
2. Não há rubrica orçamentária definida para as editoras universitárias, salvo algumas exceções. Essa ausência dificulta o desenvolvimento de ações que promovam a produção editorial e a comunicação científica em geral, deixando a estrutura das editoras à mercê dos fundos vindos dos programas de pós-graduação ou de esporádicos apoios institucionais de ordem local ou estadual;
3. Não há profissionais suficientes e especializados nas diversas etapas da produção editorial. Como demonstrou nossa análise de dados, a maioria dos profissionais assumem mais de uma função, o que demonstra um serviço de sobrecarga, inadequação e pode contribuir para uma baixa na qualidade. Este fator acarreta o empobrecimento editorial de nossas publicações, retirando as editoras universitárias do rol competitivo e elevado que apresentam as editoras comerciais do país. Esse ponto foi fortemente reivindicado no *Marco Regulatório* defendido pela Abeu;
4. No caso dos *e-books*, não há os tradicionais custos de edição, pois as publicações digitais trouxeram para as editoras universitárias a redução de parte dos custos das etapas de produção e distribuição. Ao eliminar a necessidade de impressão

e de estoque físico, as editoras podem investir mais em pesquisa, revisão e qualidade do conteúdo, resultando em obras de alto padrão e de relevância acadêmica. Mas, ainda enfrentam o desafio da mão de obra humana qualificada e dos artefatos tecnológicos;

5. Não há perenidade no acesso a essas obras, pois o formato digital também apresenta desafios, como a preservação e a longevidade de suas publicações e a proteção contra possíveis perdas de dados ou obsolescência tecnológica;
6. Traçamos um panorama geral da editoração de *e-books* das editoras universitárias do Brasil, um dos nossos objetivos, e ficou claro que grande parte das editoras respondentes não tinham quadro administrativo e editorial formado e capacitado para atender a essa premente demanda tecnológica.

Apesar dos desafios, as publicações digitais em editoras universitárias do Brasil representam uma tendência importante na produção e na disseminação do conhecimento acadêmico. Elas contribuem para a democratização e para o avanço da ciência, além de possibilitarem uma maior interação entre as diferentes áreas do saber. É preciso investir cada vez mais nesse formato, aprimorando sua qualidade e ampliando seu alcance, para que a produção científica brasileira esteja cada vez mais acessível e relevante.

Importa registrar que existe um largo campo de atuação para profissionais da informação, sobretudo para aqueles com formação bibliotecária, no contexto dos *e-books*. Contudo, é necessário investir cada vez mais em capacitação para atuação de tais profissionais, inclusive com a oferta de disciplinas em cursos de graduação e pós-graduação.

Por fim, vale ressaltar que a presente dissertação não esgota a temática em lide, mas, ao contrário, abre a possibilidade para que novos estudos sejam desenvolvidos no sentido de encorpar as reflexões acerca da Informação, Comunicação e Processos Tecnológicos no contexto editorial.

REFERÊNCIAS

10 Periódicos científicos em biblioteconomia e ciência da informação: consulta por alunos concluintes do Curso de Biblioteconomia da UFPB. **Biblionline**, v. 1, n. 2, p. 1-23, jul./dez.2005.

ALBUQUERQUE, M. *et al.* O livro digital e as novas necessidades de produção e leitura. **Revista Temática**, ano 9, n. 11, 2013.

ALVIATI, M. E. Publicação eletrônica: perspectivas na sociedade pós-industrial. **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, v. 23, n. 1, 1994. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/75040>. Acesso em: 29 set. 2021.

ANDRADE, R. L. V.; ARAÚJO, W. J. **Aplicação do Open Monograph Press por editoras brasileiras**. 2016. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/191673>. Acesso em: 20 out. 2022.

ANTONELLI, F.; MALAFAIA, G. Avaliação por pares em periódicos científicos e o movimento de acesso aberto. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 33, n. 12, e00046217, 2017.

ARARUNA, W. F.; PINHEIRO, A. C. L.; CARNEIRO, G. B. **A influência dos livros digitais no acesso à informação**: uma comparação entre o livro digital e o impresso. [s.d]. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/viewFile/2100/1303>. Acesso em: 7 jan. 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS. **Pesquisa Abeu 2019**. 2021. Disponível em: <https://www.abeu.org.br/pesquisas-abeu/>. Acesso em: 5 jul. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS. **Pesquisa Abeu 2021**. 2022. Disponível em: <https://www.abeu.org.br/pesquisas-abeu/>. Acesso em: 5 jul. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRAS DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6021**: Informação e documentação - Publicação periódica científica impressa – Apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2003.

BARBIER, F. **A Europa de Gutenberg**: o livro e a invenção da modernidade ocidental (séculos XIII-XVI). São Paulo: Edusp, 2018.

BARROS, Gisele. **Audible**: Amazon lança serviços de audiolivros no Brasil. 2023. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2023/10/audible-Amazon-lanca-servico-de-audiolivros-no-brasil-edapps.ghml>. Acesso em: 24 nov. 2023.

BENDER, E. M.; GEBRU, T. **On the Dangers of Stochastic Parrots**: Can Language Models Be Too Big? 2021. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3442188.3445922>. Acesso em: 28. jul. 2023.

BJÖRK, Bo-Christer. A model of scientific communication as a global distributed information system. **Information Research**, v. 12, n. 2, 2007. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2209586>. Acesso em: 5 jan. 2018.

BORSUK, A. **The Book**. Cambridge, MA: The MIT Press, 2018.

BRANCO, S. **O domínio público no direito autoral brasileiro**: uma obra em domínio público. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.

BRASIL. **Constituição Federal**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: Acesso em: 10 ago. 2022.

BRASIL. **Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. 1998. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/propriedade-intelectual/legislacao/legislacao-direitos-autorais/legislacao-nacional/lei-no-9-610-de-19-de-fevereiro-de-1998.pdf/view>. Acesso em: 2 ago. 2022.

BROWN, T. B. *et al.* **Language Models are Few-Shot Learners**. 2020. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2005.14165>. Acesso em: 28. jul. 2023.

BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science (JASIS)**, v. 45, n. 5, p. 351-360, 1991. Disponível em: <http://people.ischool.berkeley.edu/~buckland/thing.html>. Acesso em: 16 nov. 2020.

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, v. 15, n. 1 esp, p. 1-12, dez. 2010. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585/6761>. Acesso em: 17 nov. 2020.

BUFREM, L. S. A política editorial como fundamento da prática. *In*: BUFREM, L. S. **Editores universitários no Brasil**: uma crítica para a reformulação da prática. São Paulo: Edusp, 2001. p.130-135.

BUZZETTO-MORE, N; SWEAT-GUY, R; ELOBAID, M. Reading in a digital age: *E-books* are students ready for this learning object? **Interdisciplinary Journal of Knowledge & Learning Objects**, v.3, p. 239-250, 2007.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro**. São Paulo: Unesp, 1999.

CUNHA, M. B. da. **Para saber mais**: fontes de informação em ciência e tecnologia. Brasília: Briquet de Lemos, 2001.

CUNHA, M. B. da; CAVALCANTI, C. R. de O. **Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2008.

DEAECTO, M. M. Prefácio. *In*: MARTINS FILHO, P. **Manual de editoração e estilo**. Campinas: Unicamp, 2016.

DESIGN DO LIVRO. **Qual melhor plataforma para publicar seu livro?!** 2018. Disponível em: <https://www.designdoescritor.com/single-post/2018/12/06/Qual-melhor-plataforma-para-publicar-seu-livro>. Acesso em: 6 dez. 2018.

DURÃO, P.; PEREIRA, M; F. As mudanças do mercado editorial com a presença da mídia digital. **Revista Científica Digital Videre Futura**, v. 2, ano 1, 2011.

EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA. **Guia do autor**. Juiz de Fora: UFJV, 2019.

EPSTEIN, J. **O negócio do livro: passado, presente e futuro do mercado editorial**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

FACHIN, G. R. B.; HILLESSHEIM, A.I.de A. **Periódico científico: padronização e organização**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2006.

FERREIRA, S. M. Publicações científicas e acesso aberto: reflexões sobre o momento atual. **Inf. & Soc.: Est., João Pessoa**, v. 31, n. 1, p. 1-3, 2021.

FIGUEIREDO, A. B. **O Livro na Era Digital: o impacto das novas tecnologias no Mercado Editorial Brasileiro**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

FONSO, O. **Direito Autoral: conceitos essenciais**. Barueri: Manole, 2009.

FRANCO, F.; OLIVEIRA, D. A. O mercado editorial brasileiro quanto a produção e comercialização de livros aplicativos infantis. **Anais [...]**. Encontro Nacional de História da Mídia, 10, Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), 2015.

GHESTI, G. F.; AREAS, P. O.; PANZOLINI, C. D. Direito autoral. In: SANTOS, W. P. C. (Org.) **Conceitos e aplicações de propriedade intelectual**. Salvador: IFBA, 2018. p. 21-92. Disponível em: <http://www.profnit.org.br/wp-content/uploads/2020/07/PROFNIT-Serie-Conceitos-e-Aplica%C3%A7%C3%B5esde-Propriedade-Intelectual-Volume-I.pdf>. Acesso em: 2 ago. 2022.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, A.C. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GRAU, I. A.; ODDONE, N. E.; DOURADO, S. M. **E-books, livros digitais ou livros eletrônicos? Um estudo terminológico**. 2013. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/185049>. Acesso em: 12 fev. 2021.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia; GOLIN, Cida; CASTEDO, Raquel. Produção editorial e comunicação científica: uma proposta para edição de revistas científicas. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação E-compós**, Brasília, v.11, n.2, maio/ago. 2008.

HANSEN, J. A. **O que é um livro?** São Paulo: Sesc, 2019.

HARTLEY, J.; WEN, W.; LI, H. S. **Creative economy and culture: challenges, changes and futures for the creative industries**. 2015. Disponível em: <https://sk.sagepub.com/books/creative-economy-and-culture>. Acesso em: 10 out. 2022

HOLTZMAN, A. *et al.* **The Curious Case of Neural Text Degeneration**. 2020. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1904.09751>. Acesso em: 28. jul. 2023.

IANZEN, A.; PINTO, J. S. de P; WILDAUER, E. W. Os sistemas de proteção de direito digital (DRM): tecnologias e tendências para *E-books*. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 18, n. 36, p.203-230, jan./abr., 2013.

IKPONMWOSA, O. T.; SCHORLASTICA, N.; NGOZI, U. B. Publicação eletrônica e acesso aberto à informação: a situação nigeriana. **Brazilian Journal of Information Science**, v. 7 No 1, n. 1, 2013.

INFOMONEY. **Prejuízo, calote, dívida: o apocalipse das livrarias brasileiras começou?** 2018. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/grandes-empresas/noticia/7572866/prejuizo-calote-divida-o-apocalipse-das-livrarias-brasileiras-comecou>. Acesso em: 15 dez. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA. 2012. **OMP**. Disponível em: <https://wiki.ibict.br/index.php/OMP>. Acesso em: 5 ago. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA. **O que é SEER**. 1999. Disponível em: <https://sitehistorico.ibict.br/pesquisa-desenvolvimento-tecnologico-e-inovacao/sistema-eletronico-de-editoracao-de-revistas-seer>. Acesso em: 25 out. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA; AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Guia para editora da Anvisa: o passo a passo para a gestão do fluxo editorial das publicações no software OMP**. Brasília: IBICT, 2021.

KOCHHANN, A. **A produção acadêmica e a construção do conhecimento científico: concepções, sentidos e construções**. Goiânia: Kelps, 2021.

KURAMOTO, H. Ciência aberta e os periódicos científicos. **Revista Brasileira de Terapia Intensiva**, v. 31, n. 4, p. 425-426, 2019.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LEE, V. **Quem me dirá?** Karup, 1999.

LINDGREN, S.; LUNDH SNIS, U. Enhancing the reading experience by digitizing children's books: An explorative study. **Publishing Research Quarterly**, v. 31, n. 4, p. 413-428, 2015.

LIVRO enquanto objeto, conteúdo, ideia e interface. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/matlit/article/view/2182-8830_7-1_14/5840. Acesso em: 10 out. 2022.

MANUAL do Editor: guia do usuário OMP. 2015. Disponível em: https://pkp.sfu.ca/wiki/index.php/OMP_Userguide., Acesso em: 8 ago. 2021.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2006.

MARCUS, G. *et al.* **The Next Decade in AI: Four Steps Towards Robust Artificial Intelligence.** 2020. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2002/2002.06177.pdf>. Acesso em: 28. jul. 2023.

MARQUES NETO, J. C.; ROSA, F. G. Editoras universitárias: academia ou mercado? Reflexões sobre um falso problema. *In*: BRAGANÇA, A.; ABREU, M. (Org.). **Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros.** São Paulo: Unesp, 2011.

MARTINS, R. D. Obstáculos para Expansão do uso dos *E-books* na Sociedade Brasileira. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 14, n. 02, p. 279 – 297, 2016.

MENDES, L.; URBINA, L. M. S. Análise sobre a Produção Acadêmica Brasileira em Comunidades de Prática. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 19, n. spe3, p. 305-327. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20151754>. Acesso em: 24 out. 2022.

MENEGHINI, R.; PACKER, A. L.; NASSI-CALÒ, L. SciELO: a scientific electronic library online. **Anais da Academia Brasileira de Ciências**, v. 79, n. 2, p. 649-656, 2007

MESQUITA, I. C. A.; CONDE, M. G. A evolução gráfica do livro e o surgimento dos *E-books*. 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2008/resumos/r12-0645-1.pdf>. Acesso em: 2 jul. 2022.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 2002.

MINAYO, M. C. S.; GOMES, S. F. D. R. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** 30. ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2011.

MOTA, P.H. **Primeiro livro do mundo, qual é?** Evolução dos livros e impressão moderna. 2020. Disponível em: <https://segredosdomundo.r7.com/primeiro-livro-do-mundo/>. Acesso em: 10 out. 2022.

MOUTINHO, K.; CUNHA, P. C. F.; LIMA, A. M. Liber: alternativa para publicação eletrônica. **Ciência da Informação**, v. 31, n. 2, 2002.

NELSON, M. R. ***E-books in Higher Education: Nearing the End of the Era of Hype?*** 2008. Disponível em: <https://er.educause.edu/articles/2008/3/ebooks-in-higher-education-nearing-the-end-of-the-era-of-hype/>. Acesso em: 25 out. 2022.

NIELSON BOOKDATA. **Desempenho real do mercado editorial brasileiro: série histórica da pesquisa produção e vendas do setor editorial brasileiro (2006-2021).** 2022b. Disponível em: Acesso em: http://snel.org.br/1657814096381S_C3_A9rie_Hist_C3_B3rica_PCR_24_2021_V1.pdf. 30 jan. 2023.

NIELSON BOOKDATA. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro**: ano base 2021. 2022a. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2022/05/apresentacao_imprensa_Final.pdf. Acesso em: 30 jan. 2023.

NIELSON BOOKSCAN. **Painel do varejo de livros no Brasil**: resultados 2022 X 2021. 2022. Disponível em: https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2023/01/SNEL_13_2022_-_13T_2022.pdf. Acesso em: 30 jan. 2023.

ODDONE, N. **A ciência e o livro eletrônico**: reinventando a comunicação científica. Rio de Janeiro: CNPq, 2013.

OLIVEIRA, E. C. P. Revistas eletrônicas: papel ou bytes? **Informare: Cadernos do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação**, v. 2, n. 1, 1996. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/41279>. Acesso em: 29 set. 2021.

PACKER, A. L. SciELO: uma metodologia para publicação eletrônica. **Ciência da Informação**, v. 27, n. 2, 1998. DOI: [10.18225/ci.inf.v27i2.791](https://doi.org/10.18225/ci.inf.v27i2.791) Acesso em: 29 set. 2021.

PEREIRA, R. G. **Primeiro livro impresso do mundo**: História e importância de sua criação. 2021. Disponível em: <https://segredosdomundo.r7.com/primeiro-livro-impresso-do-mundo/>. Acesso em: 10 out. 2022.

PROCÓPIO, E. O direito autoral na era do livro digital. [S.l.]: Blog Revolução eBook, 2013.

PROCÓPIO, E. **O livro na era digital**: o mercado editorial e as mídias digitais. São Paulo: Giz Editorial, 2010.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RANGANATHAN, S. R. **As cinco leis da biblioteconomia**. Brasília: Briquet de Lemos, 2009.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano**: Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTOS, G. B. **A sociedade digital é terra sem lei?** O direito autoral na era da internet. 2021. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/revistadipic/article/view/8304/pdf>. Acesso em: 10 fev. 2023.

SANTOS, M. **Direito autoral na era digital**: impactos, controvérsias e possíveis soluções. São Paulo: Saraiva, 2009.

SCHIRMBACHER, P. The new culture of electronic publishing. **Ciência da Informação**, v. 35, n. 2, 2006.

SERRA, L. G. **Livro digital e bibliotecas**. Rio de Janeiro: FGV, 2014.

SHINTAKU, M.; BRITO, R.F. de. **Guia do usuário do OMP**: sistemas de editoração eletrônica de livros e monografias. Brasília: Ibict, 2019.

- SILVESTRE, P.; BABOO, A. **É o fim das livrarias**. 2011. Disponível em: <https://www.baboo.com.br/arquivo/hardware/e-o-fim-das-livrarias/>. Acesso em: 15 dez. 2018.
- SLEEMAN, D.; WALLACE, D. eBook design and development guide. **A&C Black**, 2018
- SMITCH, J. **Resenha crítica**: as revoluções das mídias e as transformações da era digital à luz do surgimento da imprensa. 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/178299>. Acesso em: 25 out. 2022.
- SOUZA, T. E. R. de; ALBUQUERQUE, M. E. B. C. de. Múltiplos Olhares em Ciência da Informação, v.3, n.1, mar.2013.
- SPINAK, E. **Livros eletrônicos**: mercado global e tendências – Parte I: a publicação – impressa e digital no contexto mundial. 2016. Disponível em: <http://blog.SciELO.org/blog/2016/06/22/livros-eletronicos-mercado-global-e-tendencias-parte-i-a-publicacao-impressa-e-digital-no-contexto-mundial/> . acesso em: 22 out. 2022.
- SPINAK, E. **O que é este tema dos preprints?** 2016. Disponível em: <https://blog.SciELO.org/blog/2016/11/22/o-que-e-este-tema-dos-preprints/>. Acesso em: 25 out. 2022.
- TAURION, C. Transformação Digital: Repensando o Seu Negócio para a Era Digital. **Brasport Livros e Multimídia**, 2019
- TEIXEIRA, M. Para além do livro digital. Revista Galáxia, v. 24, p. 58-67, 2012
- THOMPSON, J. B. **As guerras dos livros**: revolução digital no mundo editorial. São Paulo: Unesp, 2021.
- THOMPSON, J. B. **Mercadores da cultura**. São Paulo: Unesp, 2013.
- TRIVINHO, E. **A reinvenção do livro**. Editora Sulina, 2017
- VALERIO, P. M. O periódico científico. **Pesquisa-Revista de Investigação em Artes**, v.2, n.2, ago. 2006-jul. 2007.
- VIRGINIO, R. Resenha: O livro na era digital: o mercado editorial e as mídias digitais. **Revista Temática**, ano 7, n. 4, abr. 2011.
- WATERS, L. **Inimigos da esperança**: publicar, perecer e o eclipse da erudição. São Paulo: Editora UNESP, 2006.
- WILLINSKY, J. Toward the design of an Open Monograph Press. **Journal of Electronic Publishing**, v. 12, n. 1, 2009.
- WITZEL, D.G.; SILVA, D.S. da; DALATESE, R. (Org.). **Guia do autor**. Guarapuava: Editora da Unicentro, 2016.

APÉNDICE

APÊNDICE A – Questionário enviado às editoras universitárias filiadas à Associação Brasileira de Editoras Universitárias (Abeu)

CARACTERIZAÇÃO DOS RESPONDENTES

1. Nome (opcional):
2. Universidade na qual atua:
3. Editora na qual atua:
4. Cargo/função:
5. Tempo de atuação:
6. Vínculo empregatício:

EQUIPE DE EDITORAÇÃO

1. Marque os profissionais existentes na equipe técnica da editora na qual você atua:
- Bibliotecário/a
 - Capista
 - Designer Gráfico
 - Diagramador/a
 - Revisor/a de Língua Portuguesa
 - Revisor/a de normas técnicas (ABNT, APHA, Vancouver)
 - Revisor/a de originais
 - Secretário/a
 - Outro. Qual? _____

EQUIPE DE AVALIAÇÃO

2. Marque a/s opção/es que identifica/m o grupo de avaliação da editora que você atua:
- Avaliadores *Ad Hoc*
 - Comissões de Programas de Pós-Graduação
 - Conselho Editorial
 - Outro. Qual? _____

FORMATO DAS PUBLICAÇÕES

3. A sua editora publica em formato digital?
 Sim
 Não
4. As publicações eletrônicas se apresentam em:
 Periódicos
 Livros
 Ambos
 Outro. Qual? _____
5. Qual o formato trabalhado nas publicações eletrônicas?
 PDF para revistas
 MOBI
 EPUB e PDF
 PDF A para livros
 Outro. Qual? _____
6. Qual é o artefato tecnológico utilizado para a produção das publicações eletrônicas?
 Corel Draw
 Illustrator
 Indesign,
 Linguagem OMP ou SEER (OJS)
 Microsoft Word
 Photoshop
 Tecnologia institucional
 Outro. Qual? _____

COMERCIALIZAÇÃO, DIVULGAÇÃO E MARKETING

7. Como são disponibilizadas as publicações eletrônicas da editora na qual você atua?
 No site da editora e no repositório institucional em acesso aberto
 Somente no repositório institucional em acesso aberto
 No site da editora através de *e-commerce*
8. A editora trabalha com o recurso de DRM para os *E-books* publicados?
 Sim
 Não

9. Quais são as licenças utilizadas pelas publicações eletrônicas da editora na qual você atua:
- Copyleft*
 - Copyright*
 - Creative Commons*
 - Outro. Qual? _____
10. Como acontece a distribuição dos *E-books* produzidos pela editora na qual você atua?
- Pelo site da editora
 - Pelo site de distribuidor externo
 - Outro. Qual? _____
11. Há uso de redes sociais para divulgação dos *E-books*?
- Sim
 - Não
12. Se a resposta da questão anterior for sim, marque as redes sociais que são usadas para divulgação dos *E-books* da editora na qual você atua:
- Facebook
 - Instagram
 - LinkedIn
 - Tik Tok
 - Twitter
 - WhatsApp
 - YouTube
 - Outra

POLÍTICA EDITORIAL

13. Há uma política editorial para as publicações eletrônicas?
- Sim
 - Não
 - Em construção
14. Se a resposta acima foi “sim”, o documento está em acesso aberto?
- Sim
 - Não, mas pode ser disponibilizado
15. Se a resposta acima for sim, indique o local onde a política editorial pode ser acessada.
- _____
16. Quais os desafios enfrentados na construção da política editorial de publicações eletrônicas da editora na qual você atua?
- _____
- _____

17. Na sua opinião quais as principais dificuldades para o estabelecimento de uma política editorial para publicações eletrônicas?

18. Descreva o fluxo editorial da editora na qual você atua

19. Como é a formação do conselho editorial?

- Professores doutores e mestres representantes das grandes áreas do conhecimento e vinculados à instituição de ensino superior da editora na qual você atua
- Professores mestres vinculados a cada departamento da instituição de ensino superior da editora na qual você atua
- Professores doutores representantes de áreas diversas das grandes áreas do conhecimento e vinculados ou não à instituição de ensino superior da editora na qual você atua

20. A EDITORA dispõe de recursos orçamentários próprios para fomentar as publicações eletrônicas?

Sim

Não

21. Se a resposta acima for não, apresente os meios pelas quais a editora na qual você trabalha custeia as publicações eletrônicas.

22. Quais são as metodologias utilizadas para a produção editorial de *E-books* na editora na qual você atua?

ANEXOS

**ANEXO A – Carta da Associação Brasileira de Editoras Universitárias (Abeu)
Marco Regulatório das Editoras Universitárias**



São Paulo, 20 de setembro de 2023.

Of. 050/23

Ref.: Reivindicação das editoras universitárias

À

Denise Pires de Carvalho

Secretaria de Educação Superior

Ministério da Educação

Prezada Senhora

A Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU), sempre na defesa da universidade brasileira e da edição universitária, encaminha a Va. Sa. os documentos em anexo que reivindicam respectivamente (1) suspensão da vedação federal à contratação de cargos fundamentais para as editoras das universidades federais; e (2) o estabelecimento de uma política nacional referente às editoras universitárias, política que seria expressa juridicamente em marco regulatório apropriado.

Certos de que contamos com sua atenção para temas tão centrais à preservação da dinâmica científica nacional, colocamo-nos à sua disposição para qualquer esclarecimento complementar que julgue necessário e permanecemos na expectativa de sua ilustrada resposta.

Aproveitamos, finalmente, para expressar nossos melhores cumprimentos de consideração e respeito.

Atenciosamente,

Jezio Hernani Bomfim Gutierrez
Presidente



ANEXO 1

SUSPENSÃO DA VEDAÇÃO FEDERAL À CONTRATAÇÃO DE CARGOS FUNDAMENTAIS PARA AS EDITORAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS

Considerando-se que:

1. Vários cargos públicos vitais para o processo editorial encontram-se vagos e com concursos ou ocupações suspensas;
2. Estes cargos públicos são vitais para a promoção de direitos fundamentais e da democracia; exercício dos direitos à informação, de liberdade de cátedra, de expressão, de pesquisa e de imprensa; combate à desinformação; garantia da maior efetividade nos meios e fins para a realização de várias etapas do processo editorial.

Solicita-se:

A suspensão urgente da vedação dos cargos de Revisor, Editor de Publicações, Editor de Imagens, Jornalista, Tradutor, Programador Visual e Diagramador.



ANEXO 2

MARCO REGULATÓRIO DAS ATIVIDADES EDITORIAIS DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS

Considerando-se que:

1. A editoração universitária é atividade estratégica para desenvolver e disseminar políticas de Estado mediante livros e material correlato.
2. A existência de normas esparsas dá lugar a interpretações conflitantes que inviabilizam o pleno funcionamento das editoras.
3. As editoras universitárias são vinculadas a instituições de ensino e pesquisa, constituindo importante canal para produção acadêmica, diretamente articulada com a pesquisa, ensino e extensão.

Solicita-se:

A edição de portaria que regule minimamente o trabalho das editoras das universidades federais e das editoras universitárias em geral.



JUSTIFICATIVA

As editoras universitárias têm um papel importante na divulgação da produção intelectual de suas instituições, além de produzir livros-textos para seus alunos. Essa prática surgiu quase que simultaneamente à instituição universitária, dando origem à produção de livros técnicos, científicos e educacionais.

Em geral, as editoras universitárias existem para publicar obras de interesse acadêmico que não teriam mercado ou apelo aos publicadores comerciais.

No Brasil, o grande florescimento das editoras coincide com a redemocratização. Nos anos 1980, muitas universidades brasileiras começaram a despertar para a necessidade de implantarem suas próprias editoras, a fim de divulgar em livros e periódicos a sua produção científica e intelectual.

Nesse período surge a primeira política de Estado a respeito da matéria, com a criação do Programa de Estímulo à Editoração do Trabalho Intelectual nas Instituições de Ensino Superior/Proed, em 1981. Esse programa, vinculado à Secretaria de Ensino Superior/Sesu/MEC, durou até 1988. Desde a extinção desse programa, a ABEU – Associação Brasileira das Editoras Universitárias, avocou a responsabilidade de articular as atividades e desenvolver políticas comuns que atendam o setor.

Entretanto, desde sua origem no Brasil, as editoras universitárias têm enfrentado as limitações impostas pela ausência de uma política pública mais ampla. Em consequência disso, ainda hoje a publicação acadêmica brasileira não possui a capilaridade e acesso desejáveis entre o público leitor em geral. Raramente há obras dessas editoras em livrarias comerciais. As dificuldades de vendas, emissão de nota fiscal, gestão de recursos tornam o setor particularmente vulnerável às circunstâncias políticas e de mercado.

Apesar disso, as editoras universitárias seguem um processo editorial rigoroso, com avaliação por pares e decisão por um conselho editorial qualificado academicamente. Dentre essas, as editoras públicas são entes *sui generis* na Administração pública, atuando com propriedade intelectual, patrimônio acadêmico e artístico, dependendo de serviços especializados e com a missão de disseminar seu produto tanto para um público acadêmico quanto para o mercado.

Para garantir a sustentabilidade e funcionalidade das editoras universitárias no país, é necessário consolidar as normativas em uma só portaria, com interpretação uniforme. Dessa forma, será possível fortalecer a produção acadêmica brasileira e garantir que as editoras universitárias cumpram suas missões de maneira plena. Assim, garantiremos não só a visibilidade institucional, mas cumprimos o dever de garantir aos leitores o acesso a materiais de conteúdo científico e acadêmico válido, rigorosamente verificado e em diálogo com uma sociedade democrática.



ESBOÇO DE UMA PROPOSTA

PORTARIA INTERMINISTERIAL Nº __, DE __ DE ____ DE 2023

Estabelece as diretrizes para as atividades das editoras universitárias.

O SECRETÁRIO/MINISTRO __ e o SECRETÁRIO/MINISTRO, em atenção ao disposto no art. 87, da Constituição Federal, resolvem:

TÍTULO I

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Esta Portaria regulamenta as editoras e atividades editoriais em órgãos e entidades da administração pública federal, bem como exara orientações para as editoras universitárias em geral.

Art. 2º Para os efeitos desta Portaria, considera-se:

I - Editora: para fins dessa portaria é todo ente integrante da administração universitária, com personalidade jurídica própria ou não, responsável pela gestão dos direitos intelectuais e de reprodução de obras para dar-lhes tratamento adequado à leitura e garantindo sua disseminação;

II - Obra: são os produtos editoriais os materiais educativos, informativos, normativos, literários, artísticos, técnicos e científicos produzidos e veiculados em diferentes suportes e mídias no contexto das ações, das atividades, dos serviços, dos programas e das políticas públicas;

III - Processo editorial: trabalho de transformação de um documento inicial em Obra, usando-se qualquer tipo de suporte impresso ou eletrônico, o que pressupõe a execução de etapas sequenciais, que têm início na prospecção dos originais, seguido pelo acréscimo do trabalho intelectual de editoração e encerramento na sua disseminação;

IV - Direitos editoriais: compreendem os direitos e suas respectivas obrigações de reprodução e disseminação de uma obra, protegendo a imagem, a marca, a autoria, a validade científica, a chancela editorial; sendo oponível a terceiros na proteção da Editora, do autor, do ente público e a contribuidores;



V - Direito Editorial: o complexo de um microsistema jurídico compreendendo áreas como direitos intelectuais e autorais, contratos públicos, direito

penal no que refere à contrafação ou plágio, ética em pesquisa e comunicação social, direito administrativo, processual, comercial e fiscal, dentre outros, pertinentes à consecução das atividades editoriais no setor público;

VI - Chancela editorial: conjunto de propriedade intelectual que abrange o reconhecimento dos direitos editoriais da Editora, indicadores bibliográficos correspondentes da Obra, os créditos nominais pelos responsáveis pelas atividades editoriais e pela autoria, bem como o cumprimento da gestão de direitos autorais, da disseminação, da indexação e dos depósitos legais;

VII - Política Editorial: normas aprovadas pelo Conselho Editorial determinando os selos e linhas editoriais, critérios de seleção da Obra, avaliação por pareceristas, parâmetros de cessão e proteção dos direitos editoriais, critérios de atribuição e retratação da chancela, diretrizes para responder a direitos e obrigações de terceiros.

VIII - Leitor: consumidor destinatário da Obra em qualquer meio ou formato;

Art. 3º Para o cumprimento de suas missões institucionais, a Editora seguirá os seguintes princípios:

I - Enfoque nos interesses dos leitores;

II - Autonomia editorial;

III - Promoção à leitura e discussão da Obra;

IV - Promoção aos direitos e a democracia e fomento ao diálogo;

V - Exercício aos direitos à informação, de cátedra, de expressão, de pesquisa e de imprensa;

VI - Combate à desinformação;

VII - Garantia ao acesso amplo à informação;

VIII - Garantia da bibliodiversidade, inclusão e pluralidade;



**Associação Brasileira
das Editoras Universitárias**

IX – Tratamento das atividades editoriais como política de Estado;

X – Garantia da chancela editorial e validade do conteúdo da Obra por processo editorial;

XI – Atuação com eficácia e sustentabilidade financeira e editorial.

Art. 4º Após aprovação da obra por seu Conselho Editorial, compete à Editora gerir direitos e publicá-la para cumprir seu interesse público.

TÍTULO II

CAPÍTULO II

DAS EDITORAS PÚBLICAS FEDERAIS

Art. 5º A entidade da Administração Pública constituirá a Editora como uma organização interna ou pessoa jurídica própria, visto seu caráter singular de atividades industriais, artísticas, literárias, acadêmicas, comerciais e de gestão do patrimônio intelectual, possuindo uma Política Editorial e Conselho Editorial.

Parágrafo único. Não constituem Editoras os setores que façam atividades amplas de comunicação social pública ou publicações eventuais de Obras sem a curadoria de um Conselho Editorial e de um processo editorial.

Art. 6º A Editora terá um Conselho Editorial, composto conforme critérios da entidade pública, como um órgão colegiado, cujos conselheiros – externo ou interno à entidade – deverão possuir adequada qualificação acadêmica, competindo-lhe:

I – Estabelecer, aplicar e aperfeiçoar a Política Editorial;

II – Estimular e apoiar a criação e o funcionamento de comissões setoriais ou específicas;

III – Definir o processo editorial quanto aos fluxos editoriais e estabelecer procedimentos que assegurem a gestão editorial no ente público, mesmo quando houver necessidade de contribuidores externos para qualquer fase de execução de um produto editorial;

IV – Identificar e propor temas estratégicos que orientem a produção editorial e a prospecção de novas Obras;



V – Deliberar sobre a publicação de uma Obra, observando-se a pertinência, a oportunidade, os objetivos, o conteúdo validado, a estrutura e os recursos necessários;

VI – Chancelar Obras, séries, coleções, selos e linhas editoriais;

VII – Velar pelos indicadores bibliográficos e pela proteção dos direitos intelectuais e patrimoniais correlatos à Obra;

VIII – Deliberar sobre cessão de direitos, traduções, aquisição de direitos autorais e de publicação;

IX – Deliberar sobre a retratação da Obra em casos de violação de preceitos éticos, plágio, danos a terceiros ou ao ente público, conflitos de interesses ou proteção de dados pessoais vinculados à Obra.

Art. 7º A Editora terá seu quadro permanente para garantir a continuidade da Obra, a gestão intelectual e o fluxo do processo editorial.

§ 1º Nos quadros da Editora haverá um diretor ou equivalente responsável pela Obra e seu processo editorial, auxiliado por profissionais especializados, subsidiando suas decisões editoriais com as recomendações e resoluções do Conselho Editorial.

§ 2º Nos quadros da Editora compete ao editor editar textos e imagens para publicação e, para tanto, selecionar o que publicar, definir pauta e planejamento editorial, coordenar o processo de edição, pesquisar novos projetos editoriais e participar da divulgação da obra. Responsabiliza-se pela publicação e assessora nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

§ 3º Nos quadros da Editora idealmente haverá profissionais que contribuirão no processo editorial, tais como revisores, tradutores, diagramadores, desenhistas, fotógrafos, ilustradores, programadores, coordenadores, bibliotecários, assistentes editoriais, administradores, contabilistas, estoquistas, distribuidores, divulgadores e jornalistas.

§ 4º Para executar as suas atividades, a Editora poderá celebrar acordos, contratos ou convênios com outros entes públicos, editoras, fundações de apoio, empresas ou profissionais autônomos, inclusive por dispensa de licitação, devido ao caráter técnico ou a singularidade de seus projetos.

§ 5º Com contribuidores, os pareceristas requisitados de acordo com a sua Política Editorial e as práticas da área da Obra poderão ser remunerados ou receber exemplares da Obra em caráter de retribuição, conforme tabela preestabelecida pelo Conselho Editorial.



§ 6º Diante das rápidas transformações tecnológicas e do comportamento do leitor, a Editora desenvolverá planos e atividades permanentes de desenvolvimento técnico e profissional de seus quadros em programas de qualificação e capacitação.

CAPÍTULO III

DO PROCESSO EDITORIAL DAS EDITORAS PÚBLICAS FEDERAIS

Art. 8º A prospecção de cada Obra seguirá critérios previstos pela Política Editorial de cada Editora.

§1º Poderá recorrer na prospecção de Obras a editais, chamadas, concursos ou a processos de aquisição ou republicação de obras já publicadas ou traduzidas.

§ 2º Conforme a Política Editorial, a Obra passará por avaliação de conteúdo, protocolo de antiplágio, juízo de pertinência ao catálogo da Editora e interesse estratégico pela publicação, utilizando-se sempre que possível de pareceristas academicamente qualificados.

§ 3º Entre os contribuidores, considera-se, dentre outros, o autor, tradutor ou agente literário um fornecedor especializado, sendo sua relação regida pelas normativas de direitos do autor, propriedade intelectual e direito administrativo.

§ 4º Após a deliberação do Conselho Editorial aprovando a Obra, serão adotadas as providências cabíveis para a edição.

Art. 9º Na editoração, a Obra passará por revisão da linguagem, verificação das citações e referências bibliográficas, preparação de texto, atribuição de indicadores bibliográficos – tais como ISBN, DOI, ficha catalográfica, metadados –, recebendo a aprovação final do autor ou seu equivalente antes de sua publicação

Art. 10º A Editora tem a legitimidade de procurar o melhor suporte para a Obra, tais como os serviços de impressão, estocagem e logística das versões físicas, bem como os serviços de adequação eletrônica para versões digitais.

Parágrafo Único: Quando for o caso, cabe à Editora ter estoque apropriado de livros físicos e repositório seguro de livros digitais, bem como contratar livreiros físicos ou digitais para a ampla disseminação das Obras.

Art. 11º A Editora respeitará as diversas licenças de direitos autorais em uso e, quando for o caso, reservará exemplares à distribuição gratuita para fins publicitários e de resenhas, depósito legal e arquivamento no acervo permanente da Editora.



Art. 12º A precificação do livro atenderá equilibradamente os princípios de maior acesso à obra e de sustentabilidade editorial.

§ 1º A Editora, em nome da autonomia editorial, poderá auferir e gerir receitas por vendas em qualquer meio de pagamento, repasses institucionais, fomentos, bem como gerir despesas envolvidas no processo editorial para que garantam a continuidade das atividades editoriais, sendo asseguradas as imunidades constitucionais pertinentes e a emissão de notas fiscais para fins de controle, circulação e exportação das obras.

§ 2º Em toda fase do processo editorial a Editora poderá contar com o apoio institucional, inclusive com repasses orçamentários, do ente ao qual se vincula, além do apoio realizado por Fundações de Apoio em convênios e contratos, para a produção editorial, impressão, publicação eletrônica, distribuição e comercialização.

Art. 13º Na disseminação das Obras, a Editora pode promover eventos e realizar atividades de promoções e de publicidade.

TÍTULO III

CAPÍTULO IV

DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS PÚBLICAS ESTADUAIS E COMUNITÁRIAS

Art. 14 º Respeitadas as especificidades de cada ente federativo, a autonomia de cada universidade e a diversidade de cada Editora Universitária, os dispositivos desta Portaria que contribuam para o fortalecimento da produção editorial e a disseminação do saber poderão ser adotados pelas Editoras Universitárias Públicas Estaduais e Comunitárias.

TÍTULO IV

CAPÍTULO V

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 15º As Editoras poderão adequar-se a essa Portaria e a outras normas pertinentes, especialmente às políticas de estímulo à leitura e à sustentabilidade do setor editorial brasileiro.



Art. 16º A administração pública federal delega às Editoras o dever de propor políticas de incentivo à leitura, à produção do livro, à disseminação de autores nacionais, bem como de medidas que visem a sustentabilidade dos setores editorial e livreiro.

Art. 17º. Esta Portaria entra em vigor em 1º de __ de 2023.

—

—