

## Livro digital nas editoras universitárias

**Roberia de Lourdes de Vasconcelos Andrade**

Universidade Federal de Alagoas, Curso de Biblioteconomia,  
Maceió, AL, Brasil  
[roberiabiblio@gmail.com](mailto:roberiabiblio@gmail.com)

**Wagner Junqueira de Araújo**

Universidade Federal da Paraíba, Departamento de Ciência da Informação,  
João Pessoa, PB, Brasil  
[wagnerjunqueira.araujo@gmail.com](mailto:wagnerjunqueira.araujo@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.26512/rici.v14.n3.2021.37531>

Recebido/Recibido/Received: 2021-04-15

Aceitado/Aceptado/Accepted: 2021-09-16

**Resumo:** Na comunicação científica os livros desempenham um papel fundamental no processo de promoção e divulgação do conhecimento. Contudo o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação possibilitou mudanças na maneira de produzir o livro, ampliando assim o mercado editorial e permitindo ao leitor novas formas de leitura e interação. Assim, este artigo apresenta uma reflexão sobre estas mudanças, traz uma descrição teórica a partir de revisão bibliográfica, oferecendo um panorama do livro, do mercado editorial e das editoras universitárias desde suas origens até o seu contexto atual. Destaca a relevante contribuição das editoras universitárias que promovem a cultura e a socialização do conhecimento. Considera-se que o mercado editorial do livro digital já está consolidado, porém argumenta-se que o segmento das editoras universitárias não alcançou todo seu potencial.

**Palavras-chave:** Comunicação científica. Livro Digital. Editoras Universitárias.

### Libro digital en las editoriales universitarias

**Resumen:** En la comunicación científica, los libros desempeñan un papel fundamental en el proceso de promoción y difusión del conocimiento. Sin embargo, el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación ha permitido cambiar la forma de producir el libro, ampliando el mercado editorial y permitiendo al lector nuevas formas de lectura e interacción. En este sentido, este artículo presenta una reflexión sobre estos desarrollos, aportando una descripción teórica a partir de la revisión bibliográfica, ofreciendo una visión general del libro, del mercado editorial y de las prensas universitarias desde sus orígenes hasta su contexto actual. Destaca la relevante contribución de las editoriales universitarias que promueven la cultura y la socialización del conocimiento. Se considera que el mercado editorial del libro digital ya está consolidado, por lo que se argumenta que el segmento de las editoriales universitarias no ha alcanzado todo su potencial.

**Palabras clave:** Comunicación científica. Libro digital. Editores Universitarios.

### Digital book in university presses

**Abstract:** In scientific communication, books play a central role in the process of promoting and disseminating knowledge. Although the development of Information and Communication Technologies has made possible changes in the way of publishing books, expanding the editorial market and allowing the reader new ways of reading and interaction. Thus, this paper presents a reflection of these changes, offers a theoretical description based on literature review, and describes the book, the editorial market, and university publishing houses from their origins to their contemporary context. It highlights the relevant contribution of university publishing houses that promote culture and the socialization of

knowledge. It is considered that the digital book editorial market is already consolidated, but it is argued that the university publishing segment has not reached its full potential.

**Keywords:** Scientific communication. Digital Book. University Presses.

## 1 Introdução

O desenvolvimento e a expansão da imprensa, seguido da evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação permitiram a democratização das mídias dando uma maior dinamicidade nas publicações, em especial para produção, disseminação, preservação, acesso e uso da informação.

Diversas são as ferramentas utilizadas na cadeia da produção, circulação e uso do conhecimento, tais ferramentas mudaram a maneira de fazer pesquisa e de fazer ciência (KRAMER; BOSMAN, 2015). O modelo de comunicação científica delineado nos estudos de Garvey e Griffith (1979), baseado nas publicações impressas, é adaptado com significativas transformações operacionais e comportamentais, para o universo das publicações eletrônicas e das produções em acesso aberto e ilimitado.

A disponibilização dos livros em formato digital se expandiu com a utilização dos computadores, tablets, *smartphones* e, sobretudo, com o aumento da velocidade de acesso e uso da Internet. Evidenciando as mudanças no processo de comunicação científica, em diferentes canais, incluindo o processo editorial. O movimento de acesso aberto, o crescimento dos livros digitais e a autopublicação são reflexos dessa mobilidade e partes da contemporaneidade. Isso se reflete diretamente no desenvolvimento das editoras, que foram concebidas em um mundo analógico e agora veem, a partir dos avanços da sociedade e das tecnologias, a necessidade de se inserir no universo digital.

Assim, este artigo tem como propósito apresentar reflexões sobre os impactos provocados por estas mudanças e contribuir com uma descrição teórica, oferecendo um panorama do mercado editorial e das editoras universitárias com foco no livro digital, desde suas origens até o seu contexto atual. Este texto é fruto de um capítulo de uma tese de doutoramento defendida que analisou o mercado do livro e desenvolveu cenários prospectivos sobre a perspectiva da publicação de livros em formato digital pelas editoras universitárias na América Latina. O conteúdo aqui apresentado e discutido foi composto por uma pesquisa de caráter bibliográfico e documental, através de uma revisão integrativa. A revisão integrativa é descrita como um método específico, que resume o passado da literatura empírica ou teórica, para fornecer uma compreensão mais abrangente de um fenômeno particular, permite elaborar uma síntese de conhecimento e a incorporação da aplicabilidade de resultados de estudos (BROOME, 2000; SOUZA, SILVA, CARVALHO, 2010).

Uma revisão integrativa é organizada em seis fases (SOUZA, SILVA, CARVALHO, 2010). A 1ª fase aborda a elaboração da pergunta norteadora: Qual o panorama do mercado editorial e das editoras universitárias com foco no livro digital? Para a 2ª fase: busca-se uma amostragem ou literatura sobre o tema, portanto utilizou-se para o desenvolvimento deste a pesquisa em bases de dados, nacionais e internacionais, indexadas no Portal da Capes, análise de relatórios de pesquisa, boletins das associações de editores e livros da área. As análises dos dados e textos extraídos na literatura foram realizadas de forma descritiva, visando reunir o conhecimento produzido sobre a temática, caracterizando-se assim com uma abordagem qualitativa. A 3ª fase trata sobre coleta de dados, que neste trabalho foi composta pelos textos, artigos, trabalhos e relatórios que são citados e referenciados ao longo do artigo. As fases 4ª “análise crítica dos estudos incluídos”, 5ª “discussão dos resultados” e a 6ª fase “apresentação da revisão” são descritas nos tópicos que compõe este trabalho.

Este artigo discute, portanto, o papel das editoras universitárias junto à sociedade, promovendo a cultura e a socialização do conhecimento acadêmico junto à comunidade e como as editoras universitárias são influenciadas pela migração do mercado do livro para o formato digital. O artigo está estruturado em quatro tópicos, o primeiro faz a introdução do texto, o segundo aborda o livro digital e o seu crescente desenvolvimento, com destaque para o mercado do livro. No tópico três é discutido as delimitações históricas e aspectos conceituais das editoras universitárias e por fim no tópico quatro as considerações finais. Ressalta-se que temas correlatos como a gestão dos livros digitais pelas bibliotecas, problemas de violação dos direitos autorais, deste tipo de material, a preservação de conteúdo em formato digital, foram identificados na literatura, mas ainda precisam ser aprofundados em outros estudos.

## **2 O livro digital e o seu crescente desenvolvimento**

A imprensa de Gutenberg se manteve como a principal tecnologia de difusão do conhecimento por aproximadamente 500 anos. Mas, como toda tecnologia, tende a ser suplantada. As ideias de Bush (1945) com o Memex, já previam as mudanças do livro, da produção e da divulgação das publicações científicas. O que parecia ser utópico tornou-se realidade e uma realidade que está em constante processo de evolução.

De acordo com Cordon García, Alonso Arévalo e Martín Rodero (2010, p. 75, tradução nossa) “o livro eletrônico é uma realidade inegável, a qual o setor editorial deve dar uma resposta, desenvolvendo uma oferta atrativa e variada, como a administração, regulando sua conservação e visibilidade”, tal realidade pode ser observada em *marketplaces* como os oferecidos pela Amazon ou Livraria Cultura.

Impresso ou eletrônico, o livro consiste em um produto informacional, integrado à comunicação formal, assim como periódicos e seus artigos, relatórios, monografias acadêmicas em diferentes níveis, obras de referência entre outros produtos. As principais vantagens da comunicação formal são: a possibilidade de alcançar público mais amplo, armazenagem e recuperação mais seguras e maior controle via avaliação prévia. No caso do livro eletrônico, Cordon García, Alonso Arévalo e Martín Rodero (2010) o destacam como o terceiro nível da revolução digital, atrás das obras de referências e dos periódicos científicos “tradicionais” a tal ponto que as publicações acadêmicas vêm se inserindo nesse universo digital.

De forma similar, para Procópio (2013, p. 18), as ferramentas digitais desenvolvidas com a socialização das mídias possibilitaram “[...]a interferência direta de novos personagens no mercado, e a democratização proporcionou o acesso irrestrito aos modos de produção dos livros e a seu consumo, acesso e leitura”. Logo, inevitavelmente, a edição de livros sofre significativas alterações com a era digital e tais mudanças afetam não só o suporte da escrita, mas também o próprio conteúdo e, por conseguinte, o acesso.

Portanto verifica-se que o livro já nasce digital, mesmo que venha ser distribuído em formato impresso. Pois é quase impensável, que em pleno século XXI, a produção do conteúdo, diagramação, editoração, e os demais processos para o seu desenvolvimento ainda utilizem somente ferramentas analógicas. Uma vez concluído, o livro pode ser distribuído sob diferentes sob formatos, no caso da distribuição em formato digital, os mais comuns são *Portable Document Format* (PDF), *Hyper Text Markup Language* (HTML5), *Mobipocket E-books* (MOBI) e *Electronic Publication* (ePub). Neste modelo, os livros podem ganhar novos formatos após sua editoração, além do fato de poderem ser disponibilizados concomitantemente de modo impresso ou digital, para atender aos diferentes públicos leitores.

Ao rever a história do livro e das bibliotecas, vê-se que o suporte da escrita, ao longo dos séculos, se modifica em consonância com as particularidades de cada sociedade e, em pleno século XXI, sofre sérias interferências das inovações tecnológicas. Dos tabletes de argila aos *tablets* há um longo caminho percorrido. Registra-se a passagem da escrita no papiro e sua disposição em *volumen* (organização em rolos). Posteriormente, é a vez do pergaminho, que dá origem ao *códex* (organização em cadernos), formato utilizado até os dias atuais. Por fim, chega-se ao papel, suporte que favorece maiores mudanças no processo da escrita, e, portanto, na circulação do fluxo informacional com impactos na comunicação científica.

No que tange ao conteúdo, as mutações ocorrem, essencialmente, no campo da autoria, uma vez que, a princípio, o ato de ler e/ou escrever está limitado a uma ínfima parcela da população, incluindo religiosos, pessoas cultas e cientistas. Indo de um extremo ao outro, na atualidade, o escritor/autor tem a possibilidade de se autopublicar, isto é, assume a função

concomitante de autor e editor, sem precisar se submeter aos ditames de casas editoriais. Destaca-se que os autores que levam o selo de grandes editoras ou distribuidoras acabam tendo mais vantagens, quanto ao *design*, à produção, ao número de acessos, ao processo de *marketing*, distribuição, vendas e até de credibilidade, pois as editoras contam com equipes especializadas em cada etapa da publicação.

A onda de autoria autônoma é tamanha que dados da Nielsen apontam que as vendas do mercado editorial de *ebooks*, ano 2015, diminuiu nos EUA em contraposição ao aumento das vendas diretas pelos próprios autores-editores, feitas a partir de serviços, como o *Amazon Kindle Direct Publishing* (KDP), *Smashwords* e outros (EDITORAS..., 2017). No entanto, além das dificuldades mencionadas para quem não conta com grandes editoras, no universo acadêmico, os entraves são mais sérios e numerosos. É indispensável que o pesquisador ou cientista ou acadêmico siga normas, padrões e critérios para avaliação de seus escritos por parte de instituições de fomento à pesquisa, a exemplo da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), no caso do Brasil. Mesmo assim, a autopublicação não é um fenômeno restrito ao mundo literário. Viana e Oddone (2016) pontuam que a autopublicação científica no Brasil está avançando, mesmo que lentamente.

A partir de 2009, a CAPES introduziu o sistema Qualis para livros. O documento aprovado destaca que os “[...] livros constituem referências para a construção de campos de conhecimento, definindo estilos e escolas de pensamento e não se trata de situação particular da comunidade acadêmica brasileira” (CAPES, 2009, p. 1). Em 2019 foi criado um Grupo de Trabalho<sup>1</sup> que tem proposta a classificação em cinco níveis de L1 a L5, sendo o L1 corresponde ao estrato superior e o L5 a menor classificação. A avaliação leva em conta aspectos formais, tipo e natureza da obra e avaliação do conteúdo. Como decorrência, o Qualis Livro não permite ou não estimula (a avaliação será sempre baixa) que pesquisadores se “aventurem” na autopublicação de livros, sejam impressos ou eletrônicos.

Entretanto, se o objetivo do autor (mesmo o acadêmico) não é obter o *imprimatur* das instituições oficiais e apenas disseminar sua produção para que a comunidade (universitária ou não) tenha acesso aos resultados de suas pesquisas ou à sua opinião em relação a temas específicos, a autopublicação pode se dar em ambientes digitais, tais como *blogs*, *sites*, redes sociais, ou em redes acadêmicas. No entanto, não obstante a valorização excessiva do universo tecnológico na atualidade, a afirmação de um dos grandes nomes da comunicação científica, John Ziman (1979, p. 124), embora date da década de 70 do século XX, continua atual: “um

---

<sup>1</sup>Proposta de Classificação de Livros: Grupo de Trabalho “Qualis Livros”. Brasília, 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteudo/12062019-proposta-de-classificacao-de-livros-gt-qualislivro-pdf> Acesso em: 16 fev. 2021.

artigo publicado numa revista conceituada não representa apenas a opinião do autor; leva também o selo da autenticidade científica através do *imprimatur* dado pelo editor e os examinadores que ele possa ter consultado”.

Do outro lado está o público-alvo que acaba por ter distintas ferramentas/plataformas de suporte para o desenvolvimento de seus escritos. Esses ambientes possuem mecanismos que permitem a sua divulgação direta, como é o caso das autopublicações KDP, *Smashwords*, *Wattpad*, entre outros, bem como os que permitem o desenvolvimento de todas as etapas do fluxo da produção contando com editores, produtores, design e demais membros que compõe a equipe técnica. Também é comum encontrar editoras que trabalham com o fluxo da produção ainda no modo tradicional transformando apenas um documento em um formato de texto, utilizam extensão em sua maioria PDF e não formatos específicos para livro digital. A utilização de plataformas específicas para livros digitais auxilia o gerenciamento do fluxo informacional, bem como admite que autores e produtores disponibilizem suas obras, facilitando ao usuário o acesso à informação de modo rápido e simples.

Tais mudanças no cenário do livro digital têm potencializado cada vez mais o mercado editorial. Novas formas de negócios têm surgido e vem cada vez mais se consolidando.

## **2.1 Mercado do Livro Digital**

O livro, conforme exposto anteriormente, passou por diversas modificações em sua estrutura física e em seus conteúdos, no período do Renascimento (Séc. XII). Com a multiplicação das escolas, foi impulsionado assim à transição do livro religioso para o livro laico. Paiva (2010) destaca que em 1250 já havia profissionais que recebiam pelo ‘negócio do livro’.

O desenvolvimento da técnica dos tipos móveis foi fundamental para o futuro promissor da produção editorial. O Séc. XVIII ficou conhecido, segundo Paiva (2010, p. 54), como o período da vulgarização do livro, “Não no sentido pejorativo. Mas no de propagação. Difusão, divulgação. Fazer comum. Tornar-se conhecido. Chegar ao leitor comum, não especializado muitas vezes”. A autora ainda destaca que com a Revolução Industrial o processo de produção passa a ser associado ao rendimento, volume, automação e inovação tecnológica.

Os Séculos XIX e XX acabam por acelerar ainda mais a indústria editorial e o conteúdo dos livros abrange assuntos científicos, populares, de entretenimento, literários. A utilização de fotografias, a criação de coleções, novos formatos e capas são utilizados visando atrair o interesse dos leitores.

No Brasil, a indústria editorial de livros foi constituída a partir da vinda da família real com a transferência da corte portuguesa em 1808. A Impressão Régia, a princípio tinha como

objetivo divulgar toda a legislação e papéis diplomáticos do serviço real, passando depois a publicar obras que abrangeram diversas áreas do conhecimento. Autores como Hallewell (2005), Moraes (2006), El Far (2006), Bragança e Abreu (2010), comentam a história editorial do Brasil. “Nesse novo cenário, tipografias eram abertas, livreiros estrangeiros estabeleciam seus negócios nas ruas centrais da cidade [...]”, destaca El Far (2006, p. 17). A autora ressalta que apesar do Rio de Janeiro ser a principal referência editorial do país, os livros eram encomendados por outros estados. As tipografias foram crescendo no país e o mercado editorial foi se desenvolvendo com novas produções. Moraes (2006, p. 114) explica que, após a independência, o prelo se expande pelo país e marca “uma nova era que se abre para a imprensa e o livro no Brasil”.

Desde 2006 é realizada, anualmente, a *Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro*, feita pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) até 2018 e atualmente pela Nielsen Books sob encomenda da Câmara Brasileira do Livro (CBL) e do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), que possibilita acompanhar o desenvolvimento do mercado do livro no Brasil. A pesquisa caracteriza as editoras por subsetores: Científicos, Técnicos e Profissionais (CTP), Obras gerais (OG), Didáticos (DID), Religiosos (REL). Dados da pesquisa apontam um decréscimo de 20% no faturamento total de 2006 a 2019. Em 2019 houve um crescimento de 6%, mas não foi suficiente para repor as perdas acumuladas nos últimos anos. Ainda de acordo com o estudo, o subsetor mais afetado é o de CTP, com queda de 41% nas vendas ao mercado no período de 2006 a 2019. Entre os de 2006 a 2014 o faturamento do subsetor foi impulsionado pelos investimentos no Ensino Superior e o avanço do PIB, representando um crescimento de 17%. Mas, a partir de 2015 é o subsetor que mais sofreu com a recessão e as mudanças tecnológicas, registrando queda de 50% entre 2014 e 2019. (NIELSEN BOOK, 2020a; RIBEIRO; FRAGOSO, 2020).

No que tange à produção de livros digitais, os dados que integram a pesquisa são referentes aos de 2013, 2014 e 2015. Em 2016 os livros digitais ganharam um diagnóstico exclusivo, o Censo do Livro Digital. A partir dos dados dos três primeiros anos é possível aferir que as vendas de *ebooks* continuam em alta, tendo em 2015 registrado um faturamento de mais de 20 milhões, contra 13 milhões em 2013. O censo do livro digital identificou que a produção e comercialização de conteúdos digitais está concentrada nos subsetores de CTP e obras gerais, o que corresponde respectivamente a 23% e 55%. Destaca-se também que a pesquisa foi realizada com 794 editoras, destas apenas 37% produzem e comercializam livros digitais. (FIPE, 2017).

Em 2019, a pesquisa “Conteúdo Digital do Setor Editorial Brasileiro” contou com a participação apenas de 146 editoras, o estudo pesquisou a produção e o faturamento de

*ebooks*, audiolivros e outras plataformas de distribuição de conteúdo. Os dados indicaram que o faturamento dos últimos três anos teve um crescimento de 140%, quando comparado com o Censo Digital de 2016. (NIELSEN BOOK, 2020b). A pesquisa apontou que o acervo digital cresceu 37% em três anos, mas ainda assim o conteúdo digital representa apenas 4% do faturamento do mercado editorial brasileiro, excluindo os livros didáticos e as vendas ao setor do governo. Ressalta-se que o subsetor de CTP representa 40% do faturamento.

Destaca-se que os dados do Conteúdo Digital publicado pela CBL e SNEL não contemplam todo o universo da produção editorial de livros digitais no país, a exemplo dos livros de autopublicação e os de acesso aberto que não foram considerados na pesquisa. Dados esses que podem alterar significativamente os números apresentados.

Santos e Araújo (2017, p. 15), em pesquisa realizada sobre o cenário do setor editorial nacional do livro digital, constataram que 57,1% das editoras não acreditam que a venda de livros digitais venha a se equiparar ou até mesmo superar a venda de livros impressos. Contudo, pontuam que “61,9% das editoras respondentes consideram boas as perspectivas com relação ao mercado do livro digital e prontas para trabalhar com esse formato”. A participação das vendas de livros digitais nas editoras pesquisadas varia de 2% a 15% no faturamento, dado não tão diferente do indicado pelas outras pesquisas já mencionadas.

Sabe-se que ainda há editoras que persistem em não produzir e comercializar livros digitais, contudo esse é um mercado em ascensão, mesmo que lentamente. O Centre for Research on Latin America and the Caribbean (CERLALC), em seu boletim, apresentou dados de 18 países, incluindo o Brasil. A pesquisa foi realizada com distribuidores, editores e livreiros, referente à percepção do clima empresarial editorial e tendências em curto prazo. Ao abordar as dificuldades referentes ao mercado do livro digital, o hábito de leitura dos consumidores e a insuficiente oferta de dispositivos de leitura foram as principais barreiras apontadas. Outras barreiras com menor percentual de respostas também foram classificadas: “Resistência à mudança por professores; Falta de conhecimento das leis tributárias; Falta de infraestrutura [sic] do setor educacional para este produto; Não existe uma política de acordo com as novas formas de leitura” (SCHROEDER; MANTILLA, 2010, p. 12).

É notório que o desenvolvimento da Internet e a utilização de tecnologias de informação e comunicação possibilitaram uma nova forma de se produzir o livro. O crescimento de instituições de ensino no país também possibilitou que o país reduzisse o índice de analfabetismo, o qual amplia o número de leitores do país, rompendo assim uma das barreiras conforme pontuado pelos autores supracitados.

Em sua 5ª edição, a *Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2020)* identificou que 73% dos entrevistados já fizeram leitura de livro digital no celular ou *smartphone*, 31% leram no

computador e 14% em *tablet* ou leitores digitais. Percebe-se que comparando aos dados de 2015, que houve um aumento no uso do celular e a redução dos demais dispositivos. Esse ano foi inserido o audiolivro ou *audiobook* e 20% disseram que já ouviram algum. Quanto a preferência o livro em papel ainda é o preferido com 67%, livros digitais correspondem a 17% e para 16% dos entrevistados ambos/tanto faz. (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2020).

Hallewell (2005, p. 831) cita a proposta do projeto para a lei do livro e da adaptação da lei de incentivos Fiscais ainda no início dos anos 2000, como ações desejadas e necessárias para ajudar o livro e da necessidade de modificar a legislação da época para desenvolver às editoras. Em meados de agosto de 2020 o ministro da Economia apresentou uma proposta da reforma tributária do governo que implicará no encarecimento dos livros tanto físico como os digitais, que é exatamente o oposto ao que se vinha sendo trabalhado. As entidades representativas do livro têm buscado via “Manifesto em Defesa do Livro” pedir a reconsideração da medida no Congresso Nacional, na carta as organizações reforçam que a isenção de impostos sobre o livro permite uma diminuição do valor do produto e alavanca as vendas, que vem em queda conforme pesquisa já apresentada.

Na pandemia de COVID-19 as livrarias físicas foram as mais afetadas, principalmente as que não trabalham com canais online. Algumas se reinventaram, mas outras tiveram que fechar suas portas. O período de distanciamento social causado pela pandemia do novo coronavírus desencadeou um aumento na venda online de livros físicos e principalmente de livros digitais no Brasil e em outros países do mundo. Levantamento da Bookwire mostrou que o número de exemplares distribuídos pela empresa entre março e abril de 2020 foi de 80% maior do que a soma de 2019 inteiro (WASSERMANN, 2020). Wischenbart (2020) reforça que o mercado editorial digital teve um crescimento de receita e de número de novos leitores digitais. Está em andamento à pesquisa realizada pela Nielsen Book que poderá mostrar em mais detalhe o mercado editorial brasileiro de livros físicos e digitais em 2020.

É certo que o cenário de pandemia afetou o mercado, sendo preciso de incentivos do governo e resiliência por parte do mercado e da sociedade. Contudo, ressalta-se que a produção de livros digitais envolve um processo que ultrapassa as fronteiras da indústria. Mesmo que os dados de mercado não compreendam todo o universo das publicações digitais, se observa o crescente desenvolvimento, sobretudo, com a ampliação do universo de leitores e com a diversidade de plataformas para produção, distribuição, publicação e comercialização dos livros digitais.

### **3 Editoras universitárias: delimitações históricas e aspectos conceituais**

O mercado editorial tem o desafio de, a cada dia, fazer evoluir o modelo tradicional das publicações, visando atender uma demanda que surge da própria sociedade, para um novo consumidor digital. Tal público tende a se tornar crescente, principalmente, diante do número de ferramentas digitais e da democratização das mídias. Procópio (2013, p. 112) pontua que “o livro da era digital ainda não mantém um mercado tão consolidado quanto [...] o livro impresso, mas já permite uma flexibilidade no que diz respeito a novas formas de produção de obras, novos percentuais de direitos autorais e, principalmente, novos modos de ler um livro”. Tais características impelem as editoras a se atualizarem para a *cyber* economia e em muitos casos a competirem com empresas que já nascerem dentro deste modelo econômico. Nesse contexto, destacam-se as editoras universitárias que possuem um papel fundamental para a produção e disseminação das publicações acadêmicas.

O surgimento das universidades na Europa contribuiu para o desenvolvimento de um público leitor. Como alunos e professores buscavam materiais, ao longo dos séculos as próprias universidades foram criando oficinas para copiar os textos. A chegada da imprensa no velho continente (Séc. XV) veio atender a demanda das universidades (MARQUES NETO; ROSA, 2010; BUFREM, 2015). A primeira instituição universitária que publicou suas obras foi a Oxford University Press<sup>2</sup>. Ela atua em mais de 50 países e é a maior editora universitária do mundo. Seu primeiro livro foi impresso em 1480 (Séc. XVII), mas apenas em 1586 ela teve reconhecido o direito de imprimir livros. Em 1543, a Cambridge University Press<sup>3</sup> teve autorização de Henrique VIII para publicação de todos os tipos de livros, tendo seu primeiro livro publicado em 1584, o que faz dela a editora mais antiga do mundo em operação. Atualmente a Cambridge publica em formato digital e impresso e está em mais de 190 países. As datas de início de produção e de autorização para publicação fazem com que as duas editoras disputem o título de editora universitária mais antiga do mundo.

No Brasil, no século XIX, a Imprensa Régia e outras tipografias produziam livros acadêmicos, mas é somente no século XX que se firmam as editoras universitárias no país. Sobre o desenvolvimento das editoras universitárias no Brasil, Hallewell (2005, p.767) e Bufrem (2015, p. 38) indicam que os projetos editoriais foram evoluindo a partir dos departamentos de serviços gráficos das imprensas universitárias, pouco a pouco se transformando em editoras universitárias, cujo início data a partir da década de 1960 e com a independência administrativa das universidades em meados dos anos 80 foram se consolidando e moldando seus serviços e produtos. Para Bufrem (2001, p. 20), a editora

---

<sup>2</sup>Oxford University Press. Disponível em: [http://global.oup.com/about/oup\\_history/?cc=br](http://global.oup.com/about/oup_history/?cc=br). Acesso em: 15 mar. 2021.

<sup>3</sup>Cambridge University Press. History of the Press. Disponível em: <http://www.cambridge.org/about-us/who-we-are/history/>. Acesso em: 15 mar. 2021.

universitária brasileira assume o encargo da “publicação de resultados de pesquisas e experiências de sala de aula que devem chegar aos interessados em tempo reduzido; e possibilitar a edição de trabalhos intelectuais de modo a extrapolar os limites da universidade”, desempenhando seu papel como ator basilar nos processos de responsabilidade ética e social de impressos ou não.

A Editora da Universidade Federal de Pernambuco (EDUFPE) deu início às suas atividades em 1955 como Imprensa Universitária. Contudo, apenas em 1968 passou a ser considerada um órgão suplementar da universidade, a partir do Decreto nº 62.493, que leva alguns autores a considerarem a Editora da Universidade de Brasília (EdUnB), criada em 1961, como a primeira editora universitária brasileira. Ao longo das décadas, sobretudo com o impulso tomado pelo ensino superior no país, novas instituições de ensino e editoras universitárias foram criadas. Hallowell (2005) destaca que a partir de 1990 que ocorre o crescimento do número de editoras universitárias e de títulos publicados por elas.

A partir do movimento histórico, Marques Neto e Rosa (2010, p. 335) identificam três tipos de editoras universitárias:

- **Editoras universitárias *strictu sensu* ou clássicas:** criadas por universidades com o objetivo de divulgar o saber produzido pela própria instituição ou por outros centros de pesquisa científica; geralmente são ligadas às universidades tradicionais de ensino e pesquisa; podem ou não ter atuação voltada ao mercado; o catálogo é composto por textos científicos e textos voltados ao ensino de disciplinas universitárias;
- **Editoras universitárias com vocação regional:** também criadas por universidades, mas de alcance apenas local; raramente publica autores de fora do seu quadro profissional; o catálogo é constituído por pesquisas locais e enfoca temas da tradição cultural regional;
- **Editoras de livros universitários:** criadas por empresários ou grupos acadêmicos com fins comerciais; geralmente tem catálogo bem definido de acordo com os objetivos e missão marcada por uma ou outra categoria; atuam com a edição de textos científicos, livros e/ou manuais, inclusive periódicos, voltados ao ensino superior.

As editoras universitárias, diferentemente das editoras comerciais, atuam com a produção de livros científicos, técnicos e acadêmicos. Possuem um conselho editorial que possibilita uma avaliação pelos pares, com prioridade sempre para a qualidade na seleção e avaliação das informações técnicas e científicas a serem produzidas e divulgadas, assegurando

a cientificidade das obras produzidas. De acordo com Bufrem e Garcia (2014, p. 154), compete à editora universitária ‘o papel de produção e difusão do conhecimento’.

Para Marques Neto (2000, p. 167) “não basta publicar, mas divulgar e fazer chegar o livro às mãos do leitor, disseminando conhecimento, fazendo do livro e da revista produzidos pela Universidade parte integrante da vida do profissional que mais do que nunca precisa de formação contínua e abrangente”.

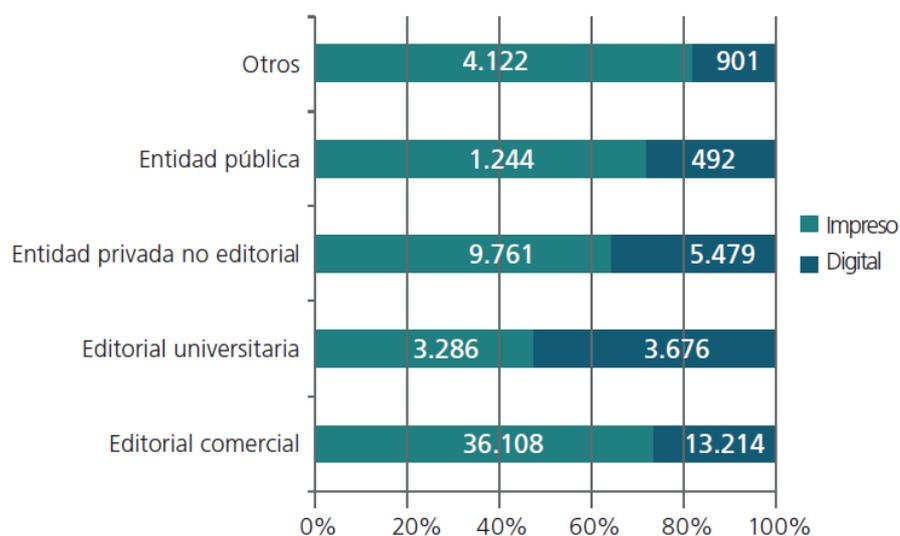
Corroborando o mesmo pensamento, Bufrem (2001, p. 22) entende a editora universitária como instituição crítica que deve “viabilizar o acesso da sociedade ao produto intelectual originado nela ou não, desde que considerado como contribuição para a melhoria dessa mesma sociedade”. Logo, a editora universitária atua, por meio de suas publicações, no processo de intercâmbio entre a comunidade acadêmica e a sociedade.

### **3.1 O contexto atual das editoras universitárias**

As editoras universitárias desempenham um papel fundamental viabilizando o acesso à produção científica. Dados do Cerlalc mostram a distribuição dos agentes editores na América Latina, os dados indicam uma grande representação dos editores comerciais, juntamente com os autores-editores que são as pessoas que realizam a autopublicação. Mas, também se observa a presença de editoras universitárias em todos os países da pesquisa, contudo o Brasil é um dos países com menor representação, ficando à frente apenas do Uruguai, da Argentina e da Bolívia (SALINAS; CASTRILLÓN, 2016).

Ainda a partir do Cerlalc, fazendo uma análise de dados na América Latina, no período de 2013 a 2017, Diego González e Wischenbart (2019, p. 57) pontuam que as editoras universitárias são as que apresentam a maior proporção de obras registradas no formato digital (43,84%), com um crescimento desde 2013 de 76,44%. A pesquisa aponta também que, em uma proporção por país, o Brasil encontra-se em 3º lugar na posição com mais títulos registrados no formato digital. No Gráfico 1 é possível analisar, por tipo de agente editor, o ano de 2017 e se observa que as publicações das editoras universitárias no formato digital superam o número de publicações impressas.

Gráfico 1 – Publicações de títulos com ISBN no Brasil em 2017



Fonte: Diego González e Wischenbart (2019, p. 61)

O objetivo de um pesquisador ao publicar o resultado de suas pesquisas é que ele seja lido pelo público mais amplo possível. Porém, o custo costuma ser uma das grandes barreiras para o leitor e o acesso se torna limitado aos que podem pagar. Para Raju (2017, p. 2), “o conhecimento é um bem público”, gerado muitas vezes em instituições e espaços públicos, o que faz com que a sociedade tenha direito de acesso a essa produção. O livro deve ser compreendido como uma extensão do serviço oferecido pela universidade: é mais um serviço oferecido ao usuário final (RIPA, 2007; RAJU, 2017).

As editoras universitárias oferecem à sociedade sua produção intelectual, que é caracterizada como especializada e abrange várias áreas do conhecimento. Visam à democratização da produção intelectual resultante de pesquisas, construções de teorias e reflexões. Desempenham um papel importante na ciência e tecnologia, possibilitando assim o desenvolvimento social do país.

Para Procópio (2013, p. 72), a editora pode “ser a ponte entre o livro e os consumidores, entre o autor e os leitores, usando como via as mídias sociais, as tecnologias de metadados, as livrarias *online*, as plataformas distribuidoras de terceiros e as bibliotecas digitais”. As editoras universitárias a partir da utilização das novas tecnologias possibilitam ao usuário acesso rápido a publicações de qualidade de sua comunidade.

No Brasil, as editoras universitárias vêm lentamente se inserindo nesse contexto. O que tem auxiliado a inserção na era digital é o desenvolvimento do Movimento de Acesso Aberto, que visa romper as barreiras de custo e possibilita o acesso livre e irrestrito do usuário final.

Diversos são os produtos informacionais que são disponibilizados a partir da utilização dessas tecnologias, tais como periódicos, anais de eventos, *preprints* e *ebooks*. Os periódicos científicos usam amplamente o *software Open Journal Systems (OJS)*, Brito e Shintaku (2014) destacam que, no ano de 2014, 1604 revistas e 125 portais de periódicos, alguns eventos e conferências já utilizam o *Open Conference Systems (OCS)*. Contudo, para os livros, poucas editoras universitárias utilizam o *Open Monograph Press (OMP)*, apesar de todas serem plataformas desenvolvidas pelo *Public Knowledge Project (PKP)* e distribuídas de forma gratuita.

Rosa *et al.* (2013, p. 158) destacam que a informação científica publicada pelas editoras universitárias “[...]a maioria dos títulos são oriundos de pesquisas financiadas com recursos públicos, o interesse volta-se para a divulgação da produção científica da instituição, sua circulação e impacto, estando dessa forma em pleno acordo com os princípios do movimento do acesso aberto”.

Publicar livros em acesso aberto é pontuado por Ferwerda, Pinter e Stern (2017) como mais um serviço que deve ser oferecido pela instituição. Os autores destacam, também, a importância de adicionar seus livros a sistemas de descobertas como o *Directory of Open Access Books (DOAB)*. No Brasil podemos citar a *Scientific Electronic Library Online (SciELO) Livros*, o Portal do Livro Aberto e outros.

Nesse sentido, a realidade em mutação no território nacional atesta a força das palavras de Cordon García, Alonso Arévalo e Martín Roderó (2010, p. 61, tradução nossa) para quem, “[...] a criação e manutenção de coleções de livros eletrônicos e outros materiais, para que eles possam ser vistos e lidos por usuários finais, sem necessidade de adquiri-los, é uma ocorrência cada vez mais comum no meio acadêmico e universitário [...]”.

Um exemplo significativo que confirma tal tendência da realidade das editoras universitárias brasileiras é a pesquisa de Dourado (2012). Ela investigou um total de 120 universidades e centros universitários brasileiros que possuem editoras e publicam em formato digital. Em 2011, eram 18 editoras, passando, em 2012, para 25 editoras que tinham uma iniciativa de publicação de livros em formato digital. Portanto, pode-se aferir que há uma tendência crescente de adesão das editoras universitárias ao formato digital.

A Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU) (2019, *online*) atua para “[...] promover a cultura e a socialização do conhecimento através da produção e difusão do livro universitário”. Foi criada em 1987 e tem 125 editoras afiliadas. Para Marques Neto e Rosa (2010, p. 341), a ABEU “contribuiu para a consolidação das editoras universitárias e de novos perfis assumidos nos princípios do século XXI”. Quanto ao formato de publicação das editoras

afiliadas, a ABEU não apresenta dados do total de editoras que publicam livros em formato digital.

Na América Latina, um grande avanço em relação ao desenvolvimento das atividades das editoras universitárias foi a criação Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (EULAC), em 08 de maio de 1991, em Bogotá, Colômbia. A EULAC é um órgão autônomo que surgiu com o propósito de integrar e fortalecer as diferentes instituições universitárias, com o estreitamento de parcerias e colaboração entre países (EULAC, 2021). Atualmente, ela conta com a participação de 20 países e, visando à promoção da produção editorial, possui um catálogo unificado, o Catalat<sup>4</sup>, com a participação de 11 países.

Destaca-se também a atuação do Cerlalc, criado em 1971 por um acordo de cooperação técnica entre a Colômbia e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), que busca fomentar o livro e a leitura e estimular produção e proteção da criação intelectual. O Cerlalc desenvolve atividades editoriais e disponibiliza diversas produções em sua página<sup>5</sup> (CERLALC, 2021).

Nesse sentido, para divulgação das produções científicas são utilizadas plataformas de livre acesso, comerciais ou híbridas. Alguns exemplos brasileiros são a SciELO Livros, a Editora da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp, Cultura Acadêmica), além de alguns repositórios institucionais identificados na pesquisa de Rosa *et al.* (2013). A partir de todos esses instrumentos, o usuário acessa livremente as publicações acadêmicas, sem necessidades de *login* e senha, podendo efetuar o *download* dos livros. De fato, a partir da produção e divulgação do conhecimento científico, imbuídas da responsabilidade ética e social inerente às Instituições de Ensino Superior (IES), suas editoras desempenham uma função primordial no processo educacional e cultural das nações.

Como decorrência, um ponto crítico do processo em discussão é que as editoras universitárias devem continuar a impor um padrão de qualidade de excelência também aos conteúdos de livros em formato digital publicados por meio de seus conselhos editoriais. Rememorando que a autopublicação em meios digitais já se configura como prática comum, o que não representa qualquer entrave quando se trata de literatura não científica. Já no caso das obras de caráter acadêmico, técnico-científico e científico, elas necessitam sempre de formalismo e de avaliação constante pelos *referees*, exigência da comunicação científica, que permite validar os conteúdos vinculados *a posteriori*, além de frear a compulsão da “indústria de produção”. Essa etapa constitui a responsabilidade ética das editoras, das universidades e

---

<sup>4</sup>Latin American University Presses Rights Catalog. Disponível em: <https://catalat.org/> Acesso em: 06 mar. 2021.

<sup>5</sup> Publicações do Cerlalc. Disponível em: <https://cerlalc.org/pt-br/publicaciones/> Acesso em: 11 mar. 2021.

dos pares, que juntos assegura a real contribuição que os conteúdos publicados representam para a sociedade.

A editora universitária, portanto, graças à divulgação de sua coleção, atua no intercâmbio entre comunidade acadêmica e sociedade, visando à alfabetização científica, ao letramento e à popularização do fluxo informacional derivado da circulação do saber científico.

O relatório apresentado por Ferwerda, Pinter e Stern (2017) analisa a publicação de livros acadêmicos em oito países e apresenta informações sobre os seguintes problemas principais: a inclusão de livros de acesso aberto nas políticas de acesso aberto já existentes, tendo em vista que as vias verde e dourada tratam com mais especificidade dos periódicos e do autoarquivamento em repositórios institucionais; o suporte para financiamento das publicações; e os modelos de negócios para publicação. Dentre os modelos de publicação, os autores fazem uma distinção entre as tipologias de editores: os editores tradicionais, que visam o lucro; as editoras universitárias e editores institucionais, com ou sem fins lucrativos, por vezes conectados a universidades ou instituições de pesquisas; as novas imprensas universitárias que já nascem no movimento de acesso aberto, relacionadas a bibliotecas e universidades, que recebem apoio financeiro da própria instituição; e as imprensas acadêmicas independentes com ou sem fins lucrativos (FERWERDA; PINTER; STERN, 2017, p. 33).

O *Academic Book of the Future Project* – Projeto Livro Acadêmico do Futuro – surgiu em torno de questões como o aumento no valor das publicações, financiamento, mudanças nas políticas editoriais, rapidez do surgimento de novas tecnologias, entre tantos outros fatores que circundam o livro, as publicações, a biblioteca e a própria academia. Deegan (2017) entende que qualquer novo modelo para o livro será digital, mesmo pontuando que o futuro será misto com impressões e com livros ‘monografias’ que chama de aprimoradas/melhoradas que são as publicações digitais. De acordo com a Andrew W. Mellon Foundation o livro do futuro deve “ser totalmente interativo, sendo possível pesquisar *online* as fontes primárias, fazer anotações independentemente da plataforma de leitura, incorporar métricas, ser portátil, revisado por pares e de alta qualidade”. (DEEGAN, 2017, p. 72).

O relatório “*Monographs e Open Access Project*” produzido por Geoffrey Crossick (2015) para o *Higher Education Funding Council for England* (HEFCE) nas áreas de artes, humanidades e ciências sociais, evidencia que a disponibilidade de livros nos dois formatos será essencial e que não existe um modelo de negócio único para as publicações. Nesse sentido, esses dados refletem a realidade de nossas editoras universitárias brasileiras à medida que a mudança do paradigma do livro físico para o digital não acontece na mesma velocidade que a dos periódicos científicos.

De acordo com Neylon *et al.* (2018), o livro digital, em comparação com os periódicos científicos, possui três áreas que são um desafio: a disponibilidade que não necessariamente precisa ser controlada pelo editor visto que existe uma diversidade de plataformas *online*; a infraestrutura técnica dos processos de catalogar, classificar e indexar que, sendo mais recente do que a dos periódicos, pode conseqüentemente ter menos consistência e confiabilidade; e a tradição das editoras que se concentram na venda de cópias impressas.

Ainda há muito o que se melhorar na produção e divulgação dos livros em acesso aberto. Para isso, faz-se necessário atuar em cooperação com bibliotecas, universidades, autores, editores, entre outros (FERWERDA; PINTER; STERN, 2017). Destacam-se alguns projetos e iniciativas de publicação de livros digitais que vêm sendo desenvolvidos mundialmente dentro dessa nova perspectiva dos modelos de publicação.

O *Open Access Publishing in European Networks* (OAPEN) surgiu na Europa em 2008, pela Fundação OAPEN e opera duas plataformas: a Biblioteca OAPEN<sup>6</sup> e o DOAB, ambas dedicadas a hospedar e divulgar livros de acesso aberto, tendo uma coleção com obras de mais de 18 países. Editores, bibliotecas, agências financiadoras, instituições de pesquisa, universidades podem participar com sua produção, como um consórcio internacional para publicação dos livros em acesso aberto. Em setembro de 2020 a OAPEN disponibilizou a versão do OAPEN Open Access Books Toolkit<sup>7</sup> é um “kit de ferramentas” gratuito com artigos científicos sobre tópicos específicos relacionados a livros de acesso aberto. O objetivo é ajudar aos autores compreenderem melhor a publicação em acesso aberto e conseqüentemente aumentar a confiança nesse tipo de publicação.

Outra iniciativa é a *University Press Content Consortium* (UPCC) que atua em um consórcio internacional de editoras universitárias para publicação de livros digitais. Para tal, foi desenvolvido o Projeto MUSE<sup>8</sup> que oferece milhares de livros digitais e revistas revisadas por pares de grandes editoras universitárias e editores acadêmicos. Ele permite que livros sejam descobertos e pesquisados em um ambiente integrado com o conteúdo de mais de 600 revistas. O Projeto MUSE, no momento, possui mais de 50 mil livros de acesso aberto de mais de 100 editores<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup>Biblioteca OAPEN. Disponível em: <http://www.oapen.org/home> Acesso em: 17 mar. 2021.

<sup>7</sup>OAPEN Open Access Books Toolkit. Disponível em: <https://oabooks-toolkit.org/> Acesso em: 05 abr. 2021.

<sup>8</sup>Projeto MUSE. Disponível em: <https://muse.jhu.edu/about/UPCC.html> Acesso em: 17 mar. 2021.

<sup>9</sup>Projeto Muse Open. Disponível em: <https://about.muse.jhu.edu/about/story/> Acesso em: 17 mar. 2021.

O *Knowledge Unlatched*<sup>10</sup>(KU) é um consórcio que promove a colaboração entre bibliotecas e editores para que os livros acadêmicos tenham acesso aberto. Os livros são disponibilizados sob uma licença Creative Commons. Ele atua com 70 editores acadêmicos e conta com a colaboração de cerca de 450 bibliotecas e consórcios em todo o mundo. De acordo com Schroder (2017) os livros de acesso aberto financiados pelo KU duplicaram seu uso entre o segundo e o terceiro trimestre de 2017. Foram mais de 228.000 downloads de textos completos no OAPEN e mais de 67.000 downloads de capítulos pela plataforma JSTOR<sup>11</sup>. Ferwerda, Pinter e Stern (2017, p. 32) destacam que a KU é a maior financiadora para livros em acesso aberto dentre os oito países contemplados no relatório.

A Ubiquity Press<sup>12</sup>, fundada em 2012 pela Universidade de Londres, é uma editora que publica livros e revistas de acesso aberto, revisados pelos pares. Para publicação, ela cobra uma taxa de processamento calculada pelo número de páginas. Os livros possuem licenças Creative Commons CC-BY com os direitos autorais para o autor, são disponibilizados nos formatos PDF, EPUB e MOBI e podem ser acessados pelo OAPEN e DOAB.

Retomando o pensamento de Ferwerda, Pinter e Stern (2017) é importante a inclusão de livros de acesso aberto nas políticas de acesso aberto já existentes e, sobretudo, que as editoras universitárias nacionais formulem as suas políticas contemplando o livro digital. Deve-se também buscar outras formas de financiamento para além da própria universidade.

Dentre os diversos modelos de negócios para publicação apresentados, o Brasil ainda utiliza plataformas tradicionais em seu fluxo de trabalho. Faz-se necessário que as editoras entendam as mudanças ocorridas no cenário editorial mundial e se atualizem para compor este mercado, que, conforme dizem Kramer e Bosman (2016), contam com o surgimento constante de novas plataformas de publicação e distribuição. Esse pensamento é reforçado nas palavras de Shintaku e Brito (2019, p. 15) ao afirmarem que “atualmente, na editoração científica, não há como executar processos sem envolvimento digital”.

A utilização de plataformas como a OMP possibilita às editoras um maior auxílio no desenvolvimento e gerenciamento no fluxo editorial. Além de reduzir as barreiras para os autores como o custo de sua produção, elas facilitam o acesso e a divulgação, possibilitando aos usuários acesso remoto e com maior interatividade. Dados da pesquisa realizada por Andrade e Araújo (2016) revelam que apenas quatro editoras brasileiras utilizam a plataforma.

---

<sup>10</sup>*Knowledge Unlatched*. Disponível em: <http://www.knowledgeunlatched.org/> Acesso em: 17 mar. 2021.

<sup>11</sup>A JSTOR é uma plataforma que publica artigos científicos, livros, relatórios acadêmicos. Os livros são uma colaboração das editoras da Universidade da Califórnia, Universidade de Cornell, Universidade de Michigan e Universidade de Nova Iorque.

<sup>12</sup>Ubiquity Press. Disponível em: <https://www.ubiquitypress.com/> Acesso em: 17 mar. 2021.

Além desse número ser ainda pequeno, as editoras que a utilizam não usufruem das potencialidades da plataforma, impossibilitando aos leitores uma maior interatividade.

Deste modo, reitera-se que as mudanças ocorridas no universo da comunicação científica, sobretudo, com o mercado editorial acadêmico, passam a exigir que as instituições desenvolvam novas maneiras para lidar com o produtor e com o usuário. É fundamental o uso de plataformas de gestão editorial que possibilitem as editoras uma gestão do seu fluxo editorial e de suas coleções.

#### **4 Considerações finais**

Este artigo teve como propósito discutir e apresentar reflexões sobre os impactos provocados por estas mudanças do panorama do mercado editorial e das editoras universitárias com foco no livro digital, desde suas origens até o seu contexto atual. Verificou-se na literatura que as mudanças no cenário editorial do livro impresso para o livro eletrônico estão ligadas ao desenvolvimento e atualizações nos formatos da comunicação científica. Como Gomes (2013) sumariza, desde a imprensa com seus tipos móveis; a propagação de informações via almanaques, semanários, revistas; o surgimento de novas disciplinas; a instalação de IES em diferentes nações e no caso brasileiro, em praticamente todos os estados; a criação de associações e sociedades científicas; a edição maciça de títulos de periódicos científicos. Todos estes representam elementos que permitiram e permitem a consolidação da comunicação científica como se conhece na contemporaneidade.

É notório o avanço das publicações digitais, do acesso aberto a produção e divulgação científica. E o quanto esse tipo de publicação tem provocado mudanças no mercado editorial, sobretudo, nas editoras universitárias. Assim, reitera-se que quando novas possibilidades de publicação são desenvolvidas mundialmente, algumas editoras buscam se adaptar ao novo cenário editorial e outras surgem já voltadas para o movimento de acesso aberto (DEEGAN, 2017).

Destaca-se o fato que desde 2017 as editoras universitárias apresentem uma maior proporção de obras registradas no formato digital, mesmo sendo verificado na literatura a dificuldade destas editoras de ajustarem seus processos internos e de adaptação de plataformas para publicações digitais.

Alerta-se para a onda de autoria autônoma e o aumento das vendas diretas pelos autores-editores, feitas a partir de serviços, como o KDP, Smashwords e outros (EDITORAS..., 2017). No caso do livro acadêmico, de conteúdo técnico científico foi verificado um equilíbrio neste fenômeno, em parte deve ser porque as avaliações da CAPES exigem que o livro possua determinadas características, como ISBN, conselho científico/editorial e outros elementos que

são oferecidos pelas editoras universitárias. Por outro lado, a burocracia das editoras universitárias a falta de investimentos, e a adoção de novas métricas de produção acadêmica como as oferecidas pelas redes sociais e plataformas de comunicação científicas, como o Índice h, que foram incluídas em 2019 e 2020 nas fichas de avaliação dos programas de pós-graduação pela CAPES, podem impelir os autores universitários a procurar por alternativas para disseminar sua produção técnica.

Ainda existem desafios conforme os indicados pelos autores Neylon *et al.* (2018), para o livro digital, em comparação com os periódicos científicos e no cenário brasileiro de 2021 é preocupante a proposta de reforma tributária, por ameaçar tributar a produção, importação e venda de livros. A literatura consultada indica que o aumento no custo afeta os investimentos em novos títulos, bem como no consumo. Também os frequentes cortes de verbas do Ministério da Educação em projetos de livros didáticos e para as universidades representam uma grande preocupação tendo em vista que as editoras universitárias não possuem orçamento próprio e o mercado editorial nacional depende em parte das compras governamentais. Hallewell (2005, p. 831) previa para o terceiro milênio que com o crescimento das cidades e o maior acesso da população aos livros seria por si só, suficiente para dar ao Brasil uma das maiores indústrias editoriais de todo mundo. Contudo, o que se verificou neste trabalho é que as propostas de políticas públicas para o setor, e as consequências provocadas pela pandemia que atingiram diferentes segmentos da economia, incluindo o mercado editorial mundial, alterou drasticamente esta previsão. Logo, é preciso resiliência do setor para que possa se renovar e inovar, e mais uma vez a produção digital aparece como uma oportunidade e ganha espaço para se ampliar, representando uma possibilidade de inovação e de superação.

## Referências

ANDRADE, Robéria de Lourdes de Vasconcelos; ARAÚJO, Wagner Junqueira. Aplicação do *Open Monograph Press* por editoras brasileiras. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 17., 2016, Salvador. **Anais eletrônicos** [...]. Salvador: UFBA/ANCIB, 2016.

ASOCIACIÓN DE EDITORIALES UNIVERSITARIAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (EULAC). [Informações dispersas]. Disponível em: <https://eulac.org/> Acesso em: 11 mar. 2021.

BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia. (org.) **Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros**. São Paulo: Editora Unesp, 2010.

BRITO, Ronnie. Fagundes de; SHINTAKU, Milton. Periódicos de Acesso Aberto no Brasil: o Cenário Tecnológico no uso do SEER/OJS. In: CONFERÊNCIA LUSO-BRASILEIRA SOBRE ACESSO ABERTO, 5., 2014, Coimbra. **Anais** [...]. Coimbra, 2014.

BROOME, Marion. E. Integrative literature reviews for the development of concepts. *In*: RODGERS, Beth L.; KATHLEEN, A. Knafl. **Concept development in nursing: foundations, techniques, and applications**. 2. ed. Philadelphia: W.B Saunders Company, 2000. Cap. 13, p. 231-250. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/238248432\\_Integrative\\_literature\\_reviews\\_for\\_the\\_development\\_of\\_concepts](https://www.researchgate.net/publication/238248432_Integrative_literature_reviews_for_the_development_of_concepts) Acesso em: 26 jun. 2021.

BUFREM, Leilah Santiago. **Editoras universitárias no Brasil: uma crítica para a reformulação prática**. 2. ed. São Paulo: Edusp; Com-Arte, 2015.

BUFREM, Leilah Santiago. **Editoras universitárias no Brasil: uma crítica para a reformulação da prática**. São Paulo: Edusp, Com-Arte; Curitiba: EDUFPR, 2001.

CENTRE FOR RESEARCH ON LATIN AMERICA AND THE CARIBBEAN (CERLALC). [Informações dispersas]. Disponível em: <https://cerlalc.org/> Acesso em: 11 mar. 2021.

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR (CAPES). **Roteiro para classificação de livros: avaliação dos programas de Pós-Graduação: aprovada na 111ª reunião do CTC de 24 de agosto de 2009**. Disponível em: <https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteudo/roteirolivros-pdf> Acesso em: 15 mar. 2021.

CORDON GARCÍA, José Antonio; ALONSO ARÉVALO, Julio; MARTÍN RODERO, Helena. Los libros electrónicos: la tercera ola de la revolución digital. **Anales de Documentación**, v. 13, p. 53-80, 2010.

CROSSICK, Geoffrey. **Monographs and Open Access: a report to HEFCE**. Londres: HEFCE, 2015. Disponível em: [https://dera.ioe.ac.uk/21921/1/2014\\_monographs.pdf](https://dera.ioe.ac.uk/21921/1/2014_monographs.pdf) Acesso em: 18 jan. 2020.

DEEGAN, Marilyn. **The Academic Book of the Future Project Report: a report to the AHRC and the British Library**. Londres: [s.n.], 2017. Disponível em: [https://academicbookfuture.files.wordpress.com/2017/06/project-report\\_academic-book-of-the-future\\_deegan3.pdf](https://academicbookfuture.files.wordpress.com/2017/06/project-report_academic-book-of-the-future_deegan3.pdf) Acesso em: 02 nov. 2017.

DOURADO, Stella Moreira. **Identificando a inovação editorial na cadeia produtiva do livro universitário brasileiro**. 2012. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

EDITORAS vendem menos ebooks nos EUA: vendas diretas de autores disparam. Simplíssimo, 3 nov. 2017. Disponível em: <https://simplissimo.com.br/editoras-vendem-menos-ebooks-nos-eua-vendas-diretas-de-autores-disparam/> Acesso em: 15 mar. 2021.

EL FAR, Alessandra. **O livro e a leitura no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

DIEGO GONZÁLEZ, José; WISCHENBART, Rudiger. **El espacio iberoamericano del libro 2018**. Bogotá: Cerlalc, 2019.

FERWERDA, Eelco; PINTER, Frances; STERN, Niels. **A landscape study on open access and monographs: policies, funding and publishing in eight European countries**. [S.l.]: Knowledge Exchange, 2017.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS (Fipe). **Produção e vendas do setor editorial brasileiro**: ano base 2017. Pesquisa encomendada pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) e o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL). Disponível em: <http://cbl.org.br/downloads/fipe> Acesso em: 15 mar. 2021.

GARVEY, William D.; GRIFFITH, Belder C. Communication and information process within scientific disciplines, empirical findings for psychology. *In*: GARVEY, W. D. **Communication: the essence of science**; facilitating information among librarians, scientists, engineers and students. Oxford: Pergamon, 1979. 332 p. Appendix A, p.127-147.

HALLEWELL, Laurence. **O Livro no Brasil**: sua história. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2005.

INSTITUTO PRO LIVRO 2020. **Retratos da leitura no Brasil**. 5. ed. [S.l.: s.n.], 2020. Disponível em: [https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2020/12/5a\\_edicao\\_Retratos\\_da\\_Leitura-IPL\\_dez2020-compactado.pdf](https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2020/12/5a_edicao_Retratos_da_Leitura-IPL_dez2020-compactado.pdf) Acesso em: 15 mar. 2021

KRAMER, Bianca; BOSMAN, Jeroen. Innovations in scholarly communication - global survey on research tool usage [version 1; referees: 2 approved]. **F1000Research**: open for Science, 5:692, Apr. 2016. Disponível em: <https://f1000research.com/articles/5-692/v1> Acesso em: 20 maio 2017.

KRAMER, Bianca; BOSMAN, Jeroen. 101 Innovations in Scholarly Communication: the changing research workflow. **Figshare**, poster 2015. DOI <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.1286826.v1>

MARQUES NETO, José Castilho. A editora universitária, os livros do século XXI e seus leitores. **Interface**, Botucatu, v. 4, p. 167-172, 2000.

MARQUES NETO, José Castilho; ROSA, Flávia Garcia. Editoras universitárias: academia ou mercado? *In*: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia (org.). **Impresso no Brasil**: dois séculos de livros brasileiros. São Paulo: Editora Unesp, 2010. cap. 19, p. 331-348.

MORAES, Rubens Borba de. **Livros e Bibliotecas no Brasil Colonial**. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2006.

NEYLON, Cameron *et al.* **The Visibility of Open Access Monographs in a European Context**: a report prepared by Knowledge Unlatched Research. [S.l.: s.n.], 2018. Disponível em: <https://zenodo.org/record/1230342#.XiMUpmhKhPY> Acesso em: 18 jan. 2020.

NIELSEN BOOK. **Desempenho real do Mercado editorial**: série histórica. Pesquisa encomendada pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) e o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL). Junho de 2020a. Disponível em: [http://cbl.org.br/site/wp-content/uploads/2020/07/S%C3%89RIE-HIST%C3%93RICA\\_PCR2019.pdf](http://cbl.org.br/site/wp-content/uploads/2020/07/S%C3%89RIE-HIST%C3%93RICA_PCR2019.pdf) Acesso em: 15 mar. 2021.

NIELSEN BOOK. **Conteúdo digital do setor editorial brasileiro**: ano base 2019. Pesquisa encomendada pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) e o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL). Julho de 2020b. Disponível em: [http://cbl.org.br/site/wp-content/uploads/2020/08/conteudo\\_digital\\_imprensa.pdf](http://cbl.org.br/site/wp-content/uploads/2020/08/conteudo_digital_imprensa.pdf) Acesso em: 15 mar. 2021.

PAIVA, Ana Paula Mathias de. **A aventura do livro experimental**. Belo Horizonte: Autêntica Editora; São Paulo: Edusp, 2010.

PROCÓPIO, E. **A revolução dos eBooks**: a indústria dos livros na era digital. São Paulo: SENAI-SP Editora, 2013.

RAJU, Reggie. Altruism as the founding pillar for open monograph publishing in the Global South. *In*: Conferences Annual Congress IFLA WLIC 2017, Wrocław, Polônia, na Seção 232 - Libraries. Solidarity. Society. **Proceedings** [...]. Polônia: IFLA, 2017 Disponível em: <http://library.ifla.org/1703/> Acesso em: 20 maio 2017.

RIBEIRO, Lis; FRAGOSO, Mariana. **Setor editorial brasileiro encolheu 20% entre 2006 e 2019**. [S.l.]: CBL; SNEL, 2020. Disponível em: <http://cbl.org.br/imprensa/noticias/setor-editorial-brasileiro-encolheu-20-entre-2006-e-2019> Acesso em: 15 mar. 2021.

RIPA, Javier Torres. El libro em entornos cambiantes. *In*: PUJADAS, Magda Polo (coord.). **Inovación y retos de la edición universitaria**. Espanha: Universidad de La Rioja: UNE, 2007.

ROSA, Flávia Garcia *et al.* A presença das editoras universitárias nos acervos dos repositórios institucionais. **InCID: Revista Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, v. 4, n. 2, p. 152-164, jul./dez. 2013. Edição especial.

SALINAS, Lenin Monak S; CASTRILLÓN, Andrés Felipe Valencia. **El libro em cifras**: boletín estadístico del libro en Iberoamérica. Bogotá: Cerlalc-Unesco, 2016. v. 10.

SANTOS, Janiele Moura Lopes dos; ARAÚJO, Wagner Junqueira de. Estudo de cenários prospectivos para o mercado editorial do livro digital no Brasil. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 18., 2017, Marília, SP. **Anais eletrônicos** [...]. Marília, SP: UNESP/ANCIB, 2017.

SCHROEDER, Richard Uribe; MANTILLA, Sandra Villamizar. Percepción sobre el clima editorial y tendencias a corto plazo. **Boletín**, n. 9, oct. 2010.

SCHRODER, Hannah. Usage of Knowledge Unlatched titles doubled within one quarter. **Knowledge Unlatched**, Berlim, 20 oct. 2017. Disponível em: <http://www.knowledgeunlatched.org/2017/10/usage-of-knowledge-unlatched-titles-doubled-within-one-quarter/> Acesso em: 03 nov. 2017.

SHINTAKU, Milton; BRITO, Ronnie. Fagundes de. **Guia do usuário do OMP**: sistema de editoração eletrônica de livros e monografias. Brasília: IBICT; Curitiba: PUCPRESS, 2019. DOI <https://doi.org/10.7213/guia.OMP>

SOUZA, Marcela Tavares de; SILVA, Michelly Dias da; CARVALHO, Racher de. Revisão integrativa: o que é e como fazer. **Einstein**, São Paulo, v.8, n.1, p. 102-106, Jan. /mar. 2010. DOI <https://doi.org/10.1590/S1679-45082010RW1134>

VIANA, José Antonio; ODDONE, Nanci. Autopublicação de livros acadêmicos no Brasil: um estudo exploratório. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 17., 2016, Salvador. **Anais eletrônicos** [...]. Salvador: UFBA/ANCIB, 2016.

WASSERMANN, Paulo. **Crise, pandemia e oportunidade**. Bookwire Brasil, 29 out. 2020.  
Disponível em: <https://br.bookwire.net/como-esquecer-2020-crise-pandemia-e-oportunidade/>  
Acesso em: 15 mar. 2021.

WISCHENBART, Rüdiger. **Covid-19 Special Edition Brazil**: relatório do Insights da Bookwire.  
11/11/2020. Disponível em:  
[https://www.bookwire.de/fileadmin/customer/documents/Whitepapers/Brazil\\_Covid\\_Special\\_ConsumerBookBarometer2020\\_PT.pdf](https://www.bookwire.de/fileadmin/customer/documents/Whitepapers/Brazil_Covid_Special_ConsumerBookBarometer2020_PT.pdf) Acesso em: 15 mar. 2021.

ZIMAN, J. **Conhecimento público**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1979.