



Universidade de Brasília
Faculdade de Ciência da Informação
Graduação em Biblioteconomia

MYLENA XAVIER BUTRAGO

**PRODUTOS E SERVIÇOS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS DAS EDITORAS
UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS: uma análise comparativa**

Brasília, DF
2023

MYLENA XAVIER BUTRAGO

**PRODUTOS E SERVIÇOS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS DAS EDITORAS
UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS: uma análise comparativa**

Monografia apresentada como parte das exigências para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia pela Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília.

Orientadora: Elmira Luzia Melo Soares Simeão.

Brasília, DF

2023

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B987p Butrago, Mylena Xavier
Produtos e serviços nas plataformas digitais das Editoras
Universitárias brasileiras: uma análise comparativa /
Mylena Xavier Butrago; orientador Elmira Luzia Melo Soares
Simeão. -- Brasília, 2023.
92 p.

Monografia (Graduação - Biblioteconomia) -- Universidade
de Brasília, 2023.

1. Editoras Universitárias brasileiras. 2. Plataformas
digitais. 3. Serviços informacionais. 4. Atuação
bibliotecária. I. Luzia Melo Soares Simeão, Elmira, orient.
II. Título.

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: PRODUTOS E SERVIÇOS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS: uma análise comparativa

Autor(a): Mylena Xavier Butrago

Monografia apresentada em **19 de abril de 2023** à Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador(a) (FCI/UnB): Dra. Elmira Luzia melo Soares Simeão

Membro Interno (FCI/UnB): Dra. Greyciane de Sousa Lins

Membro Interno (FAC): Dra. Mônica Regina Peres



Documento assinado eletronicamente por **Greyciane Souza Lins, Professor(a) de Magistério Superior da Faculdade de Ciência da Informação**, em 19/04/2023, às 14:35, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por **Elmira Luzia Melo Soares Simeao, Membro do Colegiado do Curso de Biblioteconomia da Faculdade de Ciência da Informação**, em 20/04/2023, às 09:32, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por **Monica Regina Peres, Técnico(a) em Assuntos Educacionais da Faculdade de Comunicação**, em 20/04/2023, às 10:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.unb.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **9655227** e o código CRC **4FD6B281**.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a minha família pelo apoio constante enquanto este trabalho foi realizado. Acredito que, sem ela, não poderia ter alcançado nada do que tenho, seja intelectual ou materialmente. Em especial, gostaria de agradecer minha mãe por sempre acreditar que consigo mesmo quando duvido que sim. Seu apoio é mais do que importante para que eu continue. Muito obrigada, mãe. Ao meu irmão, espero que saiba que também sou muito grata pelas palavras de carinho e conforto durante nossa vida. Muito obrigada, Eri. Espero ter vocês ao meu lado para sempre.

Agradeço à professora Dra. Elmira Luzia Simeão, que me deu a oportunidade de participar ativamente da vida universitária por meio de seus projetos. Obrigada por aceitar minhas ideias, melhorá-las e orientá-las até o final deste trabalho. Também devo agradecimentos a minha colega de curso e amiga, Laís, que sempre se mostrou solícita quando necessitei de ajuda durante meu trajeto na graduação. Obrigada, Lis.

Por último, eu gostaria de agradecer a todos que, de alguma forma, me fizeram chegar neste estágio da vida. Direta ou indiretamente, sendo grandes inspirações ou apenas por gentilezas triviais, muito obrigada. Espero e desejo que tenhamos uma vida boa.

“Tudo passa.”
(everythingoes, RM)

RESUMO

O presente trabalho é um estudo descritivo que utiliza métodos quali-quantitativos baseando-se nas plataformas digitais provenientes das Editoras Universitárias escolhidas. Esta pesquisa também pode ser entendida como uma análise comparativa, que busca adquirir conhecimentos para sua aplicação prática ao comparar dados sobre produtos e serviços de comunicação e divulgação nas plataformas virtuais de Editoras Universitárias brasileiras. Constitui-se, assim, uma pesquisa que utiliza-se tanto de diretrizes qualitativas quanto quantitativas. Seu objetivo geral é examinar a relação direta entre as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e a criação de interfaces digitais mais comunicativas no contexto das editoras. A pesquisa também analisa o papel da pessoa bibliotecária como profissional partícipe deste processo. Para atingir tal objetivo, o estudo foi estruturado em três partes essenciais: fundamentação teórica, coleta de dados nas plataformas digitais das editoras com avaliação quali-quantitativa dos *websites*, e o de envio de questionário para detalhar a atuação bibliotecária nessas instituições. Como conclusão, foi possível perceber um cenário de transformações nos produtos e serviços editoriais, mas com pouco destaque para a ação bibliotecária nesse contexto. Apesar de pequenas falhas, tais editoras entregam serviços e produtos de comunicação que desempenham um grande papel para o êxito na disseminação de suas publicações e processo editorial, adaptando e inovando para dar suporte informacional eletrônico à sua comunidade acadêmica e usuários externos como podem.

Palavras-chave: Editoras Universitárias brasileiras. Plataformas digitais. Serviços informacionais. Atuação bibliotecária.

ABSTRACT

The present analysis is a descriptive study that uses quali-quantitative methods based on the digital platforms from the chosen University Publishers. This research can also be comprehended as a comparative analysis, which develops knowledge by comparing data on communication and dissemination products and services on the virtual platforms of Brazilian University Publishing Houses. Therefore, it is a research that implements both qualitative and quantitative guidelines. Its general objective is to examine the direct connection between Information and Communication Technologies and the creation of better digital interfaces in the context of publishing houses. The research also analyzes the role of the librarian as a professional who participates in this process. To achieve this goal, the study was structured in three essential parts: theoretical foundation, data collection in the digital platforms of the publishers with the quali-quantitative evaluation of the websites and the sending of a questionnaire to specify the librarian's role in these institutions. In conclusion, it is possible to perceive a scenario of transformations in publishing products and services, but with little emphasis on the librarian's action in this context. Despite minor weaknesses, such publishing houses deliver services and communication products that fulfill a big role in the successful dissemination of their publications and editorial process, adapting and innovating to provide electronic informational support to their academic community and external users as much as they can.

Keywords: Brazilian university publishing houses. Digital platforms. Information services.

Librarian's performance.

RESUMEN

El presente trabajo es un estudio descriptivo que utiliza métodos cuali-cuantitativos basados en las plataformas digitales provenientes de las Editoriales Universitarias elegidas. Esta investigación también puede entenderse como un análisis comparativo que busca adquirir conocimiento para su aplicación práctica al comparar datos sobre productos y servicios de comunicación y difusión en las plataformas virtuales de las Editoriales Universitarias brasileñas. Por lo tanto, constituye una investigación que hace uso de pautas cualitativas y cuantitativas. Su objetivo general es examinar la relación directa entre las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y la creación de interfaces digitales más comunicativas en el contexto de las editoriales. La investigación también analiza el papel del bibliotecario como profesional que participa en este proceso. Para alcanzar este objetivo, el estudio se estructuró en tres partes esenciales: fundamentación teórica, recogida de datos en las plataformas digitales de las editoriales con evaluación cuali-cuantitativa de los sitios web, y envío de un cuestionario para detallar la actuación del bibliotecario en estas instituciones. Como conclusión, fue posible percibir un escenario de transformaciones en los productos y servicios editoriales, pero con poco énfasis en la actuación de las bibliotecas en este contexto. A pesar de pequeñas fallas, estas editoriales ofrecen servicios y productos de comunicación que desempeñan un gran papel en el éxito de la difusión de sus publicaciones y procesos editoriales, adaptándose e innovando para proporcionar soporte informativo electrónico a su comunidad académica y a los usuarios externos.

Palabras clave: Editoriales universitarias brasileñas. Plataformas digitales. Servicios de Información. Actuación bibliotecaria.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Ordenação dos dados coletados	40
Figura 2 - Quantidade de bibliotecários na equipe editorial	70
Figura 3 - Importância da profissão bibliotecária para editoras	72
Figura 4 - Serviços essenciais oferecidos pela pessoa bibliotecária	73

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Aspectos centrais da pesquisa segundo autores utilizados na revisão teórica	21
Quadro 2 - Estados, suas respectivas editoras, universidades e plataformas	36
Quadro 3 - Conceitos considerados na análise da pesquisa	39
Quadro 4 - EDUFAC	42
Quadro 5 - EDUFAL	43
Quadro 6 - Editora UNIFAP	44
Quadro 7 - Editora UEA	45
Quadro 8 - EDUFBA	46
Quadro 9 - Imprensa Universitária	47
Quadro 10 - Editora UNB	48
Quadro 11 - EDUFES	49
Quadro 12 - Editora UFG	50
Quadro 13 - EDUEMA	51
Quadro 14 - EdUFMT	52
Quadro 15 - Editora UFMS	53
Quadro 16 - Editora UFMG	54
Quadro 17 - Ed.UFPA	55
Quadro 18 - Editora UFPB	56
Quadro 19 - EDUNILA	57
Quadro 20 - Editora UFPE	58
Quadro 21 - EdUESPI	59
Quadro 22 - Editora UFRJ	60
Quadro 23 - EDUFRN	61
Quadro 24 - EDUCS	62
Quadro 25 - EDUFRO	63
Quadro 26 - UERR Edições	64
Quadro 27 - EdUFSC	65
Quadro 28 - Edusp	66

Quadro 29 - Editora UFS

67

Quadro 30 - Editora Unitins

68

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Resultados gerais	75
Gráfico 2 - Presença de parceria com a ABEU: porcentagem	76
Gráfico 3 - Presença de parceria com a ABEU	76
Gráfico 4 - Comunicação: palavras-chave	77
Gráfico 5 - Divulgação: palavras-chave	78

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEU – Associação Brasileira das Editoras Universitárias

CCT – Conselho de Ciência e Tecnologia

EDUCS – Editora da Universidade de Caxias do Sul

EDUEMA – Editora da Universidade Estadual do Maranhão

EdUESPI – Editora da Universidade Estadual do Piauí

EDUFAC – Editora da Universidade Federal do Acre

EDUFAL – Editora da Universidade Federal de Alagoas

EDUFBA – Editora da Universidade Federal da Bahia

EDUFES – Editora da Universidade Federal do Espírito Santo

EdUFMT – Editora da Universidade Federal do Mato Grosso

EDUFPA – Editora da Universidade Federal do Pará

EDUFRN – Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte

EDUFRO – Editora da Universidade Federal de Rondônia

EdUFSC – Editora da Universidade Federal de Santa Catarina

EDUNILA – Editora da Universidade Federal da Integração Latino-Americana

Edusp – Editora da Universidade de São Paulo

EUs – Editoras Universitárias

IBICT – Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia

LEU – Liga das Editoras Universitárias

TICs – Tecnologias de Informação e Comunicação

UEA – Universidade do Estado do Amazonas

UERR – Universidade Estadual de Roraima

UFG – Universidade Federal do Goiás

UFMG – Universidade Federal de Minas Gerais

UFMS – Universidade Federal do Mato Grosso do Sul

UFPB – Universidade Federal da Paraíba

UFPE – Universidade Federal de Pernambuco

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

UFS – Editora da Universidade Federal de Sergipe

UNB – Universidade de Brasília

UNIFAP – Universidade Federal do Amapá

UNITINS – Universidade Estadual de Tocantins

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	17
2 PROBLEMA DE PESQUISA	19
2.2 OBJETIVOS DE PESQUISA	19
2.2.1 Objetivo Geral	19
2.2.2 Objetivos Específicos	19
2.3 JUSTIFICATIVA	19
3 REVISÃO TEÓRICA	21
3.1 UNIVERSIDADES PÚBLICAS	22
3.1.2 A Universidade Pública brasileira e sua missão no contexto editorial	22
3.2 EDITORAS UNIVERSITÁRIAS	23
3.2.1 Editoras Universitárias no Brasil	24
3.2.2 Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU)	25
3.2.3 Produtos e serviços ofertados por Editoras Universitárias	25
3.2.4 A comunicação e divulgação no contexto de Editoras Universitárias	26
3.3 INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO	27
3.3.1 Tecnologias de Informação e Comunicação	28
3.4 INCLUSÃO DIGITAL E O PROCESSO EDITORIAL	30
3.4.1 Plataformas Digitais	31
3.4.2 TICs e Inclusão Digital	32
3.5 ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA NA EDITORA UNIVERSITÁRIA	33
3.5.1 Objetivo geral das Editoras Universitárias com base na visão bibliotecária	33
4 METODOLOGIA	34
4.1 DESCRIÇÃO GERAL DOS MÉTODOS DE PESQUISA	34
4.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS	36
4.2.1. Definição de dados para coleta e análise	36
4.3 ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES COLETADAS	40
4.3.1 EDUFAC - Editora da Universidade Federal do Acre	42
4.3.2 EDUFAL - Editora da Universidade Federal de Alagoas	43

4.3.3 Editora UNIFAP - Editora da Universidade Federal do Amapá	44
4.3.4 Editora UEA - Editora da Universidade do Estado do Amazonas	45
4.3.5 EDUFBA - Editora da Universidade Federal da Bahia	46
4.3.6 Imprensa Universitária - Editora da Universidade Federal do Ceará	47
4.3.7 Editora UNB - Editora da Universidade de Brasília	48
4.3.8 EDUFES - Editora da Universidade Federal do Espírito Santo	49
4.3.9 Editora UFG - Editora da Universidade Federal do Goiás	50
4.3.10 EDUEMA - Editora da Universidade Estadual do Maranhão	51
4.3.11 EdUFMT - Editora da Universidade Federal do Mato Grosso	52
4.3.12 Editora UFMS - Editora da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul	53
4.3.13 Editora UFMG - Editora da Universidade Federal de Minas Gerais	54
4.3.14 Ed.UFPA - Editora da Universidade Federal do Pará	55
4.3.15 Editora UFPB - Editora da Universidade Federal da Paraíba	56
4.3.16 EDUNILA - Editora da Universidade Federal da Integração Latino-Americana	57
4.3.17 Editora UFPE - Editora da Universidade Federal de Pernambuco	58
4.3.18 EdUESPI - Editora da Universidade Estadual do Piauí	59
4.3.19 Editora UFRJ - Editora da Universidade Federal do Rio de Janeiro	60
4.3.20 EDUFRN - Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte	61
4.3.21 EDUCS - Editora da Universidade de Caxias do Sul	62
4.3.22 EDUFRO - Editora da Universidade Federal de Rondônia	63
4.3.23 UERR Edições - Editora da Universidade Estadual de Roraima	64
4.3.24 EdUFSC - Editora da Universidade Federal de Santa Catarina	65
4.3.25 Edusp - Editora da Universidade de São Paulo	66
4.3.26 Editora UFS - Editora da Universidade Federal de Sergipe	67
4.3.27 Editora Unitins - Editora da Universidade Estadual de Tocantins	68
5 QUESTIONÁRIO	69
6 RESULTADOS	74
7 CONCLUSÃO	80
REFERÊNCIAS	83

APÊNDICE

87

ANEXO A - GRÁFICO 1

90

1 INTRODUÇÃO

A evolução da editora universitária brasileira, seja ela de âmbito público ou privado, vem acontecendo durante anos desde sua criação e, de maneira consistente, acompanha a chegada da Internet como forma de comunicação na contemporaneidade. Alguns progressos foram relatados, principalmente, nas áreas de acesso e disseminação da informação aos usuários, no modo de produção editorial e uso dos novos recursos tecnológicos para uma divulgação e disseminação destes produtos e serviços de forma mais efetiva, além de receber um grande estímulo para a modernização do sistema tradicional utilizado pela maioria das editoras. Tal modernização está ligada diretamente à necessidade de aproveitamento da tecnologia neste meio digital, sem correlação direta com o papel impresso e habitual.

Por ser vinculada às universidades, a editora universitária carrega consigo os princípios da Instituição que representa e a responsabilidade de disseminá-los de maneira correta para todo o corpo social. A partir disto, é possível perceber como as interferências tecnológicas são capazes de mudar os ambientes em que se instalam, com aptidão para suprir algumas necessidades urgentes, inclusive em bibliotecas e editoras. Como descrito por Abreu (2019), as editoras universitárias carregam também um lugar na indústria cultural ao publicarem e divulgarem sua produção científica. Logo, o papel de tais editoras é também social e de apoio à pesquisa, em conformidade com o dever coletivo de uma universidade, ainda mais pública, garantindo o acesso à população.

Como um ponto a ser destacado teoricamente, a inclusão digital, seja ela encarregada pela integração de pessoas menos favorecidas socialmente em ambientes tecnológicos ou apenas pela incorporação da tecnologia eletrônica na rotina das editoras, torna-se uma grande aliada dos processos editoriais e de sua disseminação, apesar das inúmeras limitações que ainda existem no que habitualmente lhe concerne. De acordo com Martini (2005), a realidade brasileira é, na verdade, um cenário de exclusão digital e social, portanto o acesso à tecnologia no país não diz respeito somente à ampliação de conexões, mas ao direito de cidadania e múltiplas garantias de que a população excluída do processo de desenvolvimento moderno será inserida no progresso local. Para esta monografia, a problematização deste termo é viável a partir do princípio de que editoras universitárias e universidades públicas são para todo e qualquer indivíduo, além de fazerem parte de processos importantes que regem mudanças na coletividade.

Nesta acepção, por conseguinte, esse estudo sugere pensar sobre o papel atual das Editoras Universitárias brasileiras derivadas de Universidades Públicas, enquanto explora os novos dilemas acerca da divulgação e comunicabilidade de suas publicações em plataformas on-line e como justificá-las na era tecnológica contemporânea ao analisar os novos formatos de difusão do conhecimento, comunicação e serviços editoriais que substituem os arcaicos. Além disso, o papel da pessoa bibliotecária, como agente vital para as transformações dentro das Universidades Públicas e de suas editoras, também será elucidado brevemente. Ademais, os problemas, objetivos e métodos de pesquisa serão explanados durante o desenvolvimento do trabalho.

2 PROBLEMA DE PESQUISA

Como o acesso à tecnologia da informação contribui para a oferta de produtos e serviços de informação nas plataformas digitais das Editoras Universitárias brasileiras?

2.2 OBJETIVOS DE PESQUISA

2.2.1 Objetivo Geral

O objetivo principal desta pesquisa concentra-se em examinar a relação direta entre as Tecnologias de Informação e Comunicação e a oferta de produtos e serviços de informação nas plataformas digitais das Editoras Universitárias brasileiras.

2.2.2 Objetivos Específicos

Organizaram-se assim, portanto, tais objetivos específicos deste trabalho:

1. Apresentar e analisar as plataformas digitais das Editoras Universitárias das principais Universidades Públicas brasileiras;
2. Classificar seus produtos e serviços de informação de acordo com os aspectos de comunicação e divulgação;
3. Examinar e avaliar a comunicação com os usuários nessas plataformas digitais;
4. Explorar e avaliar as propostas de divulgação da produção editorial;
5. Analisar o papel da pessoa bibliotecária em todo esse processo.

2.3 JUSTIFICATIVA

Para o início deste trabalho, procurou-se encontrar problematizações atuais acerca do tema com base na literatura e trabalhos acadêmicos de modo geral, com a intenção de fundamentar o instrumento usado como análise. Sendo assim, o ambiente digital, oriundo da grande onda tecnológica existente no momento atual, foi utilizado para ambas finalidades: busca de bibliografia para fundamentação teórica, que diz respeito à editora universitária brasileira e seus diversos âmbitos, e objeto de diagnóstico na metodologia científica, que mais adiante será explicado.

Foi possível perceber, então, que existe uma grande diferenciação no que concerne às Editoras Universitárias provenientes de Universidades Públicas brasileiras e suas plataformas digitais. Pela grande diversidade de aspectos entre a divulgação e a comunicação dentro deste contexto, é necessário um embasamento no que tange as novas ofertas de produtos e serviços neste campo da editoração moderna, principalmente em tais ambientes digitais. Além disso, pouco foi encontrado sobre o papel do bibliotecário no processo editorial e digital, o que salienta a importância de um estudo que examine as etapas da produção de uma editora e a importante atuação deste profissional.

Pensando desta forma, a presente pesquisa justifica-se ao apresentar temas atuais e relevantes para o cenário moderno da Editoração e Biblioteconomia, enquanto adiciona novas informações a uma bibliografia que não é tão extensa quanto as de outras vertentes da Ciência da Informação. É de extrema importância entender este cenário de produção e publicação científica dentro da nova esfera tecnológica e digital para que novos avanços sejam alcançados.

3 REVISÃO TEÓRICA

O propósito de uma fundamentação teórica reside no reconhecimento e exposição dos conceitos mais relevantes acerca dos temas abordados em uma pesquisa sobre editoras universitárias, e suas respectivas plataformas digitais, inseridas no contexto das TICs, comumente conhecidas como Tecnologias de Informação e Comunicação. Ademais, ainda aborda os aspectos a respeito da informação e do conhecimento, assim como elucida o papel do bibliotecário como profissional atuante nas editoras. O quadro 1 faz alusão aos aspectos gerais da revisão bibliográfica:

Quadro 1 - Aspectos centrais da pesquisa segundo autores utilizados na revisão teórica

INDICAÇÃO	DEFINIÇÕES	AUTORES
<i>Universidade pública</i>	A Universidade Pública tem relação direta com a globalização e o alto desenvolvimento das ciência e tecnologia modernas. Deste modo, a partir dos anos 50, quando grandes lideranças dentro da comunidade científica surgiram em meios acadêmicos e de progresso tecnológico, tais universidades passaram a ser enxergadas como vitais para a política científica nacional de cada país.	Kawasaki, 1997
<i>Editora universitária</i>	Os primeiros registros acerca das editoras universitárias no mundo surgiram em 1534 e 1586, ambas na Inglaterra, e, mesmo hodiernamente, ainda são prestigiadas por sua qualidade de produção científica e ética editorial. No Brasil, o mesmo cenário foi descoberto mais tarde.	Abreu, 2019
<i>Informação e conhecimento</i>	A informação é um conceito utilizado no sentido de conhecimento repassado, muito empregado na sociedade moderna e contemporânea. Já o conhecimento é visto como sendo uma abstração interior e pessoal, diferentemente da informação impessoal, de algo que foi experienciado por alguém.	Capurro e Hjørland, 2007 e Setzer, 1999
<i>Tecnologias de Informação e Comunicação (TICS)</i>	As TICs começaram a ser reconhecidas a partir do início do século XXI, quando gestores públicos as entenderam como parte fundamental para um futuro progressista quanto à tecnologia.	Pereira e Silva, 2010

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Assim, é possível visualizar com mais clareza as definições e históricos centrais abordados nesse estudo, todos de acordo com autores conceituados em suas respectivas áreas.

3.1 UNIVERSIDADES PÚBLICAS

É importante lembrar, previamente, o cenário da educação superior brasileira e pública, em todos os seus âmbitos, para um melhor entendimento do histórico de desenvolvimento destas universidades. Assim, conforme explica Kawasaki (1997), a Universidade Pública tem relação direta com a globalização e o alto desenvolvimento das ciência e tecnologia modernas. Deste modo, a partir dos anos 50, quando grandes lideranças dentro da comunidade científica surgiram em meios acadêmicos e de progresso tecnológico, tais universidades passaram a ser enxergadas como vitais para a política científica nacional de cada país. Ainda segundo a autora, existe uma enorme diferença entre os espaços universitários encontrados em países avançados e no Brasil, por exemplo, visto que os estímulos e modelo de estudo científico adotado submetem-se à matriz econômica de cada território.

Em todo o seu histórico, apesar de muito recente no Brasil, a universidade pública tem comprometimento no que se refere aos problemas e desafios sociais acerca da convivência em sociedade. Apesar de ser abundante em muitos aspectos, estas instituições geram grande conflito dentro de um sistema em busca de capital e privatização frequentes. Em linha com as reflexões de Chauí (2003, p. 5), “a universidade é uma instituição social e como tal exprime de maneira determinada a estrutura e o modo de funcionamento da sociedade como um todo.” O modelo contemporâneo do capitalismo reparte diversos elementos do corpo social, o que resulta em uma grande instabilidade, especialmente em campos de produção de conhecimento, como universidades e editoras. Tais concepções variam de acordo com o entendimento do termo “formação” (CHAUI, 2003, p. 7).

3.1.2 A Universidade Pública brasileira e sua missão no contexto editorial

Especificamente acerca de universidades públicas brasileiras, Durham (1998) interpreta a instituição a partir da década de vinte, quando o sistema superior surgiu no Brasil a partir de uma composição de escolas autônomas. Com base nesta formação inicial e um modelo consolidado segundo as diretrizes científicas da Universidade de São Paulo, houve a reforma universitária de 1968, a qual, mesmo em um período de Regime Militar, estimulou

mudanças consistentes e firmes na educação superior nacional. Pelos mais variados e diversos motivos, a universidade pública começou a perder influência na década de oitenta.

Ainda conforme os pensamentos da pesquisadora citada, a distinção entre universidades privada e pública situa-se na institucionalização da pesquisa, o que dividiu permanentemente a educação nacional em duas diretivas que começaram a mudar somente na atualidade. Mesmo com núcleos de pesquisa tendo grande incentivo dentro das instituições particulares mais recentes, ainda vê-se necessário uma colaboração financeira de âmbito público, o que influencia na pouca autonomia da comunidade científica nestas faculdades. Assim, as instituições públicas tornam-se parte fundamental da estrutura básica de pesquisa no Brasil.

Deste modo, é explícito o motivo pelo qual as editoras universitárias são majoritariamente de cunho democrático e coletivo, pois são produto das universidades, em sua enorme maioria, públicas. Apesar de serem baseadas em uma relação de poderes, como afirma do Carmo Peixoto (1997), efetuou-se uma descentralização nas relações das universidades públicas com o governo federal, sendo esta gradativa, enquanto as relações internas foram evidenciadas durante o mesmo processo. Até os dias atuais, a universidade busca autonomia, o que concorda com as ponderações feitas por Abreu (2019) ao assegurar que tais instituições também exercem um papel cultural central.

3.2 EDITORAS UNIVERSITÁRIAS

De acordo com Abreu (2019), os primeiros registros acerca das editoras universitárias no mundo surgiram em 1534 e 1586, ambas na Inglaterra, e, mesmo hodiernamente, ainda são prestigiadas por sua qualidade de produção científica e ética editorial. Distintivamente, o mesmo cenário no Brasil ocorreu muito mais tarde, como explica o autor:

[...] ao contrário do caso inglês, as editoras universitárias têm uma história bem mais recente e menos integrada, pode-se assim dizer, em relação ao projeto acadêmico-institucional de suas Universidades. Se a primeira universidade brasileira foi criada somente em 1920, suas primeiras editoras universitárias são ainda mais recentes, datando de 1961 e 1962, respectivamente nas Universidades de Brasília (UnB) e de São Paulo (USP) (ABREU, 2019, p. 164).

Os cenários de cada época foram capazes de moldar o vínculo editorial com suas instituições, além de abrangerem grande parte do conhecimento de modo diversificado,

diferentemente das editoras comerciais. É importante ressaltar que tais editoras foram estabelecidas no cerne da ditadura no território brasileiro, como explicam Guedes, Carmo e Pereira (2000), pois é necessário situá-las em seu espaço de tempo e lugar para entender sua história como um todo.

3.2.1 Editoras Universitárias no Brasil

De acordo com Bufrem (1992), algumas editoras brasileiras surgiram com as universidades nos anos sessenta, ao mesmo passo em que outras evoluíram a partir de Imprensas Universitárias. É notório, portanto, que o âmbito editorial no Brasil seja bastante recente, principalmente enquanto projeto cultural. Ainda segundo a pesquisadora, alguns pontos relevantes proporcionam diferenciação para esta experiência editorial universitária brasileira, sendo um deles a possibilidade de publicação de resultados de pesquisa de maneira econômica e acelerada dentro e fora da universidade, além de exercer um grande papel na difusão de autores e pesquisadores, com o intuito de conservar a cultura das minorias. São muitos os benefícios de uma editora ligada diretamente a uma instituição federal, ou até mesmo privada, e todos são conectados a raízes de cunho social.

Segundo Rosa, Barros e Meirelles (2012) a primeira editora universitária brasileira pertence à Universidade Federal de Pernambuco, em 1955, com o avanço de novas editoras apenas a partir de 1960. Assim, durante a evolução da comunicação e das tecnologias em sua generalidade, houve a necessidade de produzir e repassar tais novos conhecimentos de forma dinâmica, o que levou a humanidade ao processo de descoberta da editoração em sua forma mais pura, sem a refinação capaz de conduzir um processo editorial nos dias de hoje.

Cientificamente, as universidades ampliaram-se ao ponto de distinguir suas gráficas de editoras, que foram, de maneira lenta, sendo moldadas por si próprias. Como consequência positiva desse movimento de redemocratização das editoras universitárias, iniciou-se também uma mobilidade para o estabelecimento de uma política geral de editoração, que entende a publicação como um resumo de todo este processo.

Partindo do pressuposto de que uma EU é uma editora na universidade, a ela vinculada e com ela participante de uma missão especial, percebemos a necessidade do questionamento sobre qual seria essa missão e o que caracterizaria sua política editorial. E por acreditarmos que cada realidade concreta impõe e determina uma cultura que a representa, consideramos a possibilidade de consultar os próprios responsáveis pelas editoras para com eles repensarmos essas questões, diante da conjuntura social que se configura, especialmente dado o cenário de transformações

tecnológicas, determinante de novos modos de entender a missão editorial universitária (BUFREM; FREITAS, 2017, p. 6).

Ainda existem questões problemáticas acerca do papel cultural das editoras universitárias no Brasil, mas associações como ABEU (Associação Brasileira das Editoras Universitárias) e LEU (Liga das Editoras Universitárias) são utilizadas com o intuito de esclarecer tais imprecisões (BUFREM; FREITAS, 2017, p. 3-6).

3.2.2 Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU)

A Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU), por sua vez, foi criada em meados dos anos 80, sendo fruto do “IV Seminário Nacional de Editoras Universitárias”, que tinha como interesse fundamental reunir pessoas jurídicas e físicas ligadas diretamente ao desenvolvimento das editoras universitárias nacionais e seus processos editoriais. Além de tudo, também carregava a intenção de estimular e incentivar o intercâmbio entre editoras no país e na esfera internacional (ABEU, 2005). Hodiernamente, tal associação conta com 128 editoras institucionais provenientes principalmente de Universidades Federais e Estaduais, com algumas poucas de natureza privada.

Ao que diz respeito a sua plataforma digital, a ABEU utiliza-se de seus recursos para estruturar as obras e produções da Associação, enquanto oferece uma grande quantidade de serviços destinados a tais editoras associadas à entidade e a população acadêmica no geral. Além disso, materiais de apoio são disponibilizados para download, e guias, como orientações acerca da estruturação de uma editora, também estão expostos de forma sistemática no site. Os nomes e razão social de todos os afiliados fazem parte de uma lista com a possibilidade de pesquisa dentro da própria plataforma.

Como parte desta pesquisa bibliográfica, é importante mencionar que nenhuma parte de sua plataforma, Estatuto ou serviços citou especificamente o papel da pessoa bibliotecária dentro das editoras ou sua inserção neste cenário em exclusivo. Entretanto, foram registradas algumas notícias sobre a biblioteconomia e ABEU em seu banco de dados.

3.2.3 Produtos e serviços ofertados por Editoras Universitárias

De forma generalizada, a maioria dos ambientes universitários foca sua utilidade na disseminação da informação que recebe, analisa e produz. As editoras universitárias, no que lhe concerne, são consideradas apoio para este processo de alastramento do conhecimento.

Conforme explicam Paolinelli, Gaydeczka e Anjo (2019, p. 27), “às EUs, cabe o papel de receber as publicações dos autores, transformá-las em produtos editoriais de qualidade e adotar meios eficazes para divulgá-los”. Neste contexto, as novas tecnologias de informação e comunicação (TICs) exercem muitas alterações no cenário editorial, possibilitando novos desenvolvimentos quanto a divulgação e acesso a dados virtuais.

Conforme tabelas expostas pelos autores durante este mesmo artigo, os produtos mais propostos pelas políticas editoriais de Editoras Universitárias têm relação com a realização de coedições, publicação de livros eletrônicos de acesso aberto e traduções no geral. Tais produtos são influenciados diretamente pelas TICs, que, por sua parte, atendem a grande demanda de acesso ágil, eficiente e interativo ao conhecimento e novas informações rapidamente expandidas na era digital. É identificada, portanto, a necessidade de uma seleção mais específica e organizada, uma vez que nem todos os títulos podem ser publicados, assim como nem todas as solicitações podem ser atendidas. Apesar disso, há controvérsias sobre tais atividades editoriais, pois podem ser abaladas pelo sistema de lucro e atingidas pelas burocracias da legislação.

Sob outra perspectiva, Bufrem (1992) delimita uma estrutura e política editorial mínima, mas crítica, para a atividade editorial como órgão universitário em sua prática. Em concordância com seus argumentos, é essencial existir *uma unidade administrativo-financeira*, para lidar com as tarefas de suporte à editora universitária, *uma unidade de produção*, encarregada pelas funções que dizem respeito ao preparo e acompanhamento das publicações e dos procedimentos legais, e *uma última*, designada para disseminação, distribuição e comercialização destas obras produzidas. Ao seguir tal organização, faz-se importante a interação com o público-alvo durante todos os processos citados. Bufrem também defende o equilíbrio entre a demanda de títulos e suas publicações.

3.2.4 A comunicação e divulgação no contexto de Editoras Universitárias

Assim como afirma Pivetti (1992), a noção e a proporção do que é entendido como conhecimento mudou com o início da era da informação, o que também afetou a concepção de comunicação e alargou as possibilidades de divulgação em sua totalidade. Tal feito reconfigurou a maioria das práticas editoriais, ampliando a difusão de seus serviços e publicações também pela internet - hoje tida como um dos maiores canais de comunicabilidade para alcançar um nível de disseminação bem-sucedido.

De acordo com Dourado e Oddone (2011), mudanças pontuais ocorreram no Brasil e continuam a modificar as diferentes formas de publicação dos serviços das editoras universitárias, mesmo que de modo silencioso. Um dos principais indícios que demonstram este movimento de divulgação tecnológica vinculada a tais editoras é o atual e progressivo interesse em estudar livros digitais. Segundo tal pesquisa, “[...] das 120 editoras universitárias brasileiras [...], foram encontradas 18 editoras que publicam obras em formato digital, o que representa exatamente 15% do total.” É muito provável que tais estatísticas já tenham apresentado aumento, em vista do tempo decorrido desde sua coleta. Ainda utilizando estes mesmos dados, foi possível perceber as estratégias de comunicação simultâneas, mas diferentes, entre duas outras editoras universitárias.

Seguindo este exemplo, por serem campos dentro da própria Ciência da Informação, a comunicação pode ser científica até em sua própria divulgação. Assim como explicam Valerio e Pinheiro (2008), as inovações e descobertas advindas da tecnologia modificaram o modo comportamental e a forma de receber conhecimentos em todos os tipos de sociedade, o que incentivou a expansão da ciência em espaços diversos. Com isso, a comunicação começa a ser entendida como um conjunto de atividades que contribuem para o processo de divulgação e popularização da ciência em si. Ambas acabam por entrelaçar-se neste caminho, uma vez que utilizam a informação e sua disseminação como objeto para atingir seus objetivos. Nas editoras, de modo geral, tais características são as mais importantes e viabilizadas, além de terem como responsabilidade a divulgação e comunicabilidade dos serviços produzidos e prestados.

3.3 INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

Conforme a linha de pensamento de Capurro e Hjørland (2007), a informação é um conceito utilizado no sentido de conhecimento repassado, muito empregado na sociedade moderna e contemporânea. Tal informação ganhou caráter especificamente digital nas últimas décadas, acompanhando a enorme evolução tecnológica que ocorreu durante esta época e que perdura até os dias presentes. Ainda assim, tal concepção da palavra informação passa por diversas adversidades quanto a sua compreensão absoluta, uma vez que a mesma é vista como base para o desenvolvimento econômico geral e também faz parte das ciências naturais, sociais e exatas. Bem como outros termos científicos, este também tem uma discussão acerca

de sua verdadeira definição, ainda mais por ser tão amplo e aplicado de formas tão diferentes em contextos distintos.

Semelhantemente ao conceito de informação, o conhecimento também pode ser entendido a partir de uma noção extensa. A principal conceituação utilizada neste trabalho será a definida com base nas ciências sociais, que, em conformidade com Setzer (1999), trata o conhecimento como sendo uma abstração interior e pessoal, diferentemente da informação impessoal, de algo que foi experienciado por alguém. Seguindo esta ideia, o conhecimento não pode ser retratado somente conforme os conceitos de dado e informação, pois exige uma vivência distinta destas duas representações.

Para Sirihal e Lourenço (2002), os dois conceitos, tanto o de informação como o de conhecimento, encontram-se por meio da Ciência da Informação:

Contudo, Scotti (1999) nos lembra que a informação, neste final de século tem se constituído num instrumento imprescindível ao desenvolvimento social, político e econômico dos países. [...] a informação e o conhecimento passam a constituir recursos econômicos fundamentais. Isto, aliado ao advento das tecnologias da informação, levou estes dois conceitos a se tornarem objeto de uma mesma área: a Ciência da Informação. Ou seja, o conceito de informação foi trazido para as ciências sociais e começou a ser trabalhado juntamente com o conceito de conhecimento. Neste universo, surge o termo dado, que passa a ser objeto de estudo também das Ciências Sociais (SIRIHAL; LOURENÇO, 2002, p. 2).

Assim, ainda segundo as reflexões das autoras e a conceituação de Setzer, informação e conhecimento são conceitos que necessitam de variadas definições e estruturas, que irão ser modificadas conforme sua aplicação. Ambos são conceitos complementares, mas particularmente diferentes, essencialmente importantes no que diz respeito às tecnologias de informação e comunicação.

3.3.1 Tecnologias de Informação e Comunicação

Hodiernamente, os efeitos das tecnologias de informação e comunicação (TICs) são inegáveis, sendo positivos, em sua grande maioria, mas também negativos. Tais inovações tornaram-se parte do cotidiano de todas as pessoas, o que acaba por moldar novos padrões de convivência e identidade social. Deste modo, segundo Morigi e Pavan (2004), as tecnologias moldam-se através da sociedade, ao mesmo tempo que é moldada pela mesma, ou seja, não são ciências independentes e sempre precisam estar inseridas em algum contexto coletivo. Os maiores impactos são percebidos principalmente na comunicabilidade, onde estes novos

conhecimentos alteram de forma sucinta a estrutura econômica do trabalho e das relações deste citado (MORIGI; PAVAN, 2004, p. 119).

Para Pereira e Silva (2010), as TICs começaram a ser reconhecidas a partir do início do século XXI, quando gestores públicos as entenderam como parte fundamental para um futuro progressista quanto à tecnologia. Ademais, os autores isolaram a história destas tecnologias, com base na obra de Castells (1999): *Sociedade em Rede*, onde dissertam sobre o histórico do progresso tecnológico em seis partes gerais:

- A. Macromudanças da microengenharia: eletrônica e informação;
- B. Criação da Internet;
- C. Tecnologias de rede e difusão da computação;
- D. O divisor tecnológico dos anos 70;
- E. Tecnologias da vida;
- F. O contexto social e a dinâmica da transformação tecnológica (PEREIRA; SILVA, 2010, p. 155-159).

Novamente, no que diz respeito ao Brasil, as TICs foram responsáveis por uma grande onda de novos negócios, que ainda encontra-se em desenvolvimento. Analisando pelo ponto de vista exposto por Neves e Gomes (2008), a integração brasileira na Sociedade da Informação efetivou-se através das primeiras indagações entre o Conselho de Ciência e Tecnologia (CCT) e o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT). Este processo não se dá apenas com a aquisição de computadores e novos artigos tecnológicos, mas sim com a qualificação correta para que as pessoas sejam capazes de utilizar e usufruir corretamente desta moderna rede digital.

Um conceito significativo a ser estudado e levado em consideração quando se menciona tecnologias modernas é o da Sociedade da Informação - ou Sociedade do Conhecimento, que, por sua vez, também podem ser diferentes de acordo com seu período de tempo. Em harmonia com o que explica Burch (2005), o termo “Sociedade da Informação” voltou a ser utilizado em virtude das TICs, enquanto “Sociedade do Conhecimento” surgiu na década de 90, especificamente empregado nos meios acadêmicos como equivalente à primeira expressão citada. Ambas as definições são relevantes para o estudo em questão; uma contribui diretamente com a análise e pesquisa, à medida que a outra influencia a criação de políticas e ações, respectivamente.

Como mencionado anteriormente, as editoras universitárias têm uma função essencial na promoção e divulgação da produção científica, que relaciona-se diretamente com as TICs e seus sistemas de informação, revelando assim uma complementaridade entre os papéis das sociedades tecnológicas e estas editoras. Do mesmo modo, Guedes e Pereira (2000) resumem bem as qualidades e ausências que permanecem junto ao processo editorial dentro desse contexto atual:

Além de leitores e autores, as Editoras Universitárias formam editores científicos; e o fazem de maneiras diferentes, dependendo do projeto editorial de cada uma. Algumas, além de apoiar a publicação das revistas científicas dos diversos setores da Universidade, desde que se adaptem a uma padronização no formato e/ou satisfaçam determinadas condições, sobretudo no que concerne à manutenção de periodicidade e à indexação, desenvolvem um trabalho de acompanhamento e orientação de editores científicos em decisões que contribuem para a qualidade editorial exigida pela comunidade científica; outras chegam a promover eventos, cursos, oficinas para editores e professores sobre o trabalho editorial e sobre direitos autorais [...] (GUEDES; PEREIRA, 2000, p. 82).

Dessa forma, o processo editorial universitário integra-se de várias partes para seu funcionamento correto. Hodiernamente, as tecnologias da informação e comunicação são algumas destas partes mais importantes.

3.4 INCLUSÃO DIGITAL E O PROCESSO EDITORIAL

Conforme afirmam Bonilla e Pretto (2011), é importante o questionamento acerca do conceito de inclusão digital, uma vez que tal noção envolve mais de um âmbito político e público da sociedade moderna e sua vertente tecnológica. Apesar de alguns países realizarem ações políticas compensatórias para preencher a lacuna da desigualdade digital, territórios como o brasileiro ainda enfrentam dificuldade com o cumprimento dos direitos existentes na implementação de medidas tecnológicas que, na atualidade, já são obrigatórias na maioria das nações. Assim, de acordo com as conclusões anteriormente citadas, a inclusão digital pode ser entendida como a ligação direta ao seu termo antagônico à exclusão digital. Além disso, para este trabalho, o conceito vê-se relevante uma vez que existem menções de tecnologias, Universidades Públicas, editoras e análise de plataformas digitais.

Desta forma, mesmo em um cenário complexo, a inserção mínima na esfera digital só ocorre com o devido abrangimento das camadas sociais, que também incluem as populações majoritariamente marginalizadas. Ou seja, as dificuldades em sua implementação são de cunho social, sendo assim, sua resolução e execução também terão este mesmo foco.

3.4.1 Plataformas Digitais

De acordo com Pletsch, de Oliveira e Colacique (2020), a tecnologia transformou-se e passou a ser uma peça cultural, diferentemente de um objeto de máquina como era vista previamente. Por este mesmo motivo, a linguagem computacional não é mais exclusiva, pois incorpora-se e mostra seus novos significados a partir das culturas e suas diversas interpretações do cotidiano. Um ponto central e significativo exposto pelos autores é o problema envolvendo a romantização dos avanços tecnológicos, sendo estes nem sempre tão impecáveis e democráticos em si. Existem restrições ao seu acesso, uma vez que nem todos possuem acesso a internet, e seu conhecimento é visto como seletivo, o que diverge do objetivo educacional e editorial.

As plataformas digitais, segundo Dos Santos e Kunz (2014), são produtos das mudanças que ocorreram a partir da nova implementação de estratégias de marketing, desta vez em um ambiente mais computacional. Marketing também é entendido como uma ferramenta crucial dentro das editoras, além de ser um dos princípios básicos para o entendimento da internet e, posteriormente, da inclusão digital. Ainda assim, poucas referências são encontradas quanto a este assunto no campo acadêmico.

De Lima et al. (2018), contudo, pontuam que, através dos resultados levantados pela avaliação feita para compreender a usabilidade dos sites gerais das editoras universitárias afiliadas à ABEU, ainda é necessário que exista uma melhoria específica neste setor de editoras brasileiras para que seu patamar atinja o nível ideal. Não obstante, a maior parte das páginas foram avaliadas de maneira satisfatória quanto a sua eficiência e satisfação, cumprindo suas necessidades, de software e estética, básicas. A usabilidade também é um parâmetro muito importante medido pela inclusão digital.

Arrematando todos estes conceitos, portanto, as plataformas digitais, quando utilizadas de maneira correta, são instrumentos capazes de dar a instituições, como universidades e editoras, aptidão para alcançar um grande número de pessoas de maneira precisa, sem a

necessidade do apoio da imprensa ou algum veículo de mídia maior (ALBUQUERQUE; SILVA, 2021, p. 63). Tal competência vê-se extremamente útil nos dias atuais.

3.4.2 TICs e Inclusão Digital

As Tecnologias de Informação e Comunicação têm sido percebidas como um elemento essencial para o enfrentamento das desigualdades na sociedade em seus dias modernos, principalmente no que concerne à evolução tecnológica. Em concordância com a pesquisa feita por Takahashi (2005), para que haja uma inclusão digital adequada, é preciso que a produção de serviços e as oportunidades de educação sejam implementadas conjuntamente, pois não é possível tê-las separadas neste processo. Para que haja a execução de políticas públicas que envolvem as TICs, inclusão digital e educação em seu âmbito generalizado, é fundamental que estejam baseadas em “(i) recursos materiais e humanos, (ii) diretrizes e prioridades, (iii) mecanismos de ação, e (iv) perseverança na execução” (TAKAHASHI, 2005, p. 58). De alguma forma, tais resoluções caberiam também ao processo editorial.

Seguindo este padrão de pensamento, tanto a inclusão digital quanto as TICs precisam fazer-se completamente presentes no processo educacional de universidades e de suas respectivas editoras, pois ambas situam-se em harmonia com os objetivos e alinhamentos acima, muito além das políticas de informação. Logo, é possível dizer que a inovação tecnológica indiretamente torna-se essencial para todo e qualquer segmento que necessite de constante evolução. Como em um desencadeamento, uma parte depende da outra para que assim ocorra algum tipo de mudança. Deste modo, as universidades necessitam das editoras universitárias, que, por sua vez, precisam destas novas tecnologias para diversas funcionalidades atuais, o que estimula a inclusão digital e suas variantes. Silva (2019) explica esta atribuição com base nas editoras:

Como um espaço de interações, o campo editorial está em constante modificação, alterando-se as regras internas de seu funcionamento e as lógicas de valorização à medida que novos atores surgem ou novas condições são impostas (SILVA, 2019, p. 19).

Portanto, cada editora tende a estabelecer sua própria direção de acordo com seu contexto de inserção e público alvo (SILVA, 2019, p. 20). Novamente, a tecnologia e a informação são cruciais para a definição de um perfil editorial a longo prazo, seja a editora de cunho privado ou público, para que o acesso a qualquer publicação esteja de acordo com a sua missão imposta previamente. Assim como as plataformas digitais, todo tipo de tecnologia e

sua inclusão torna-se substancial neste caso, visto que a sociedade moderna está moldada a partir da mesma.

3.5 ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA NA EDITORA UNIVERSITÁRIA

O bibliotecário, como profissional, vê-se mais presente em bibliotecas universitárias, implantando mudanças, mais uma vez, voltadas para a tecnologia e melhoria de todo o sistema. Deste modo, é muito comum migrarem para editoras científicas e suas instituições de pesquisa, pois, como citado por Rodrigues e Crespo (2006, p. 4), a partir da evolução tecnológica, profissionais "necessitaram adaptar seus recursos e serviços a esta situação, na intenção de dar suporte às atividades de ensino, pesquisa e extensão." A editora universitária foi uma destas expansões, com seu crescimento sendo considerado muito recente, como exposto anteriormente neste texto.

Não existem muitos textos ou dissertações acerca da atuação do bibliotecário na editora universitária brasileira em específico, o que valida, de diversas formas, a análise que será feita posteriormente nesta monografia.

3.5.1 Objetivo geral das Editoras Universitárias com base na visão bibliotecária

O sentido existencial e acadêmico das editoras universitárias liga-se diretamente ao pertencimento da Universidade na sociedade, - neste sentido, pública - uma vez que seu papel principal é o da disseminação do conhecimento e responsabilidade com a informação científica. Cabe a ela cumprir a mediação entre Universidade e comunidade externa, utilizando de seus próprios meios para a divulgação da cultura, pesquisa e esclarecimento acadêmico, assim, sendo congruente com os valores descritos para a biblioteconomia nas leis de Ranganathan (1931).

Deste modo, de acordo com Franchetti (2008), editoras universitárias devem focar em seu fortalecimento como órgão participante e de caráter universitário, para que, assim, haja melhoria nos campos de saber que compõem a universidade. Como frisa, não faz sentido avaliar os métodos e meios destas editoras como se fossem empresas isoladas. A natureza de uma Universidade Pública, assim como seu conjunto de apoio, sempre será de índole social - com serviços que devem ser direcionados para o bem comum da comunidade e sociedade de modo geral.

4 METODOLOGIA

O presente trabalho é um estudo descritivo usando métodos quali-quantitativos baseando-se nas plataformas digitais provenientes das editoras universitárias escolhidas. Esta pesquisa também pode ser entendida como uma análise comparativa, que busca adquirir conhecimentos para sua aplicação prática ao comparar dados sobre produtos e serviços de comunicação e divulgação nas plataformas digitais de editoras universitárias brasileiras. Constitui-se, assim, uma pesquisa que utiliza-se tanto de diretrizes qualitativas quanto quantitativas.

Cientificamente, durante a história, existe uma resistência quanto ao uso combinado de abordagens de estudo, porém Minayo e Sanches (1993) esclarecem que a relação entre análises quantitativa e qualitativa é desejada para que exista o aprofundamento fundamental do objeto de estudo, pois ambas podem conceber questionamentos e soluções uma à outra, mutuamente. Assim, complementam-se de maneira necessária.

Do mesmo modo, Flick (2004) afirma que a consonância entre os dois métodos permite uma maior confiabilidade aos resultados de tal pesquisa, pois impede o simplismo de apenas uma resposta ou desfecho. Dessa forma, Souza e Kerbauy (2017) totalizam esta visão a partir da asserção de que as duas interpelações - qualitativa e quantitativa - são significativas separadamente, mas que atingem seu máximo ao serem segmentadas. Logo, a metodologia quali-quantitativa, ou mista, indica também uma nova maneira de abordar objetos científicos. Portanto, as três abordagens citadas são totalmente válidas, uma vez que ressignificam este processo e colaboram para o fim de vários estigmas dentro do campo de pesquisa científico.

4.1 DESCRIÇÃO GERAL DOS MÉTODOS DE PESQUISA

Primordialmente, uma revisão sistemática de literatura foi elaborada com base nos livros, periódicos e outros materiais científicos, a fim de reconhecer, distinguir e sintetizar os indícios básicos e essenciais acerca dos temas propostos para esta pesquisa. Seus três eixos principais levaram em consideração as editoras universitárias brasileiras, provenientes de instituições públicas, que são a estrutura de toda a pesquisa, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) em suas múltiplas variedades, e os produtos editoriais em relação à era tecnológica, todas com foco exclusivo no Brasil.

A fim de focalizar no objeto de pesquisa propriamente dito, sendo este as plataformas digitais oriundas das editoras universitárias brasileiras, delimitou-se o número de portais que seriam analisados e quais teriam mais relevância para o desenvolvimento da coleta de dados. Tais informações foram então compiladas em uma planilha de acordo com a Universidade que cada editora representa, juntamente com outros dados que foram definidos mais adiante.

A pesquisa foi produzida com base na seguinte metodologia:

1. Escolha do tema e definição de editoras universitárias advindas de Universidades Públicas Federais e/ou Estaduais;
2. Levantamento das editoras universitárias mais relevantes de acordo com a Universidade em que se inserem. As ferramentas utilizadas para tal sondagem foram o Google, o site da ABEU e as próprias páginas digitais das Universidades em questão. Por fim, foram escolhidas uma para cada estado do Brasil, além do Distrito Federal;
3. Limitação da checklist juntamente aos dois conceitos de principais serviços para análise dos dados: comunicação e divulgação, além da indagação acerca da atuação da pessoa bibliotecária nas editoras e parcerias com a ABEU;
4. Utilização de quadros de análise através de gráficos e planilhas, com a finalidade de averiguar tais serviços oferecidos pelas plataformas digitais quantitativa e qualitativamente;
5. Aplicação de questionário complementar para melhor entendimento sobre o elo entre a biblioteconomia e as editoras universitárias brasileiras.

Assim como foi elucidado anteriormente de forma breve, os serviços ofertados pelas editoras foram divididos entre suas vertentes comunicativa e de divulgação. A escolha destes aspectos deu-se de acordo com as características fundamentais dentro de um processo editorial. É importante enfatizar que não foram delimitadas datas ou períodos de tempo específicos para a coleta de dados. Ademais, os números e detalhamentos pertinentes serão esclarecidos a seguir.

4.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

4.2.1. Definição de dados para coleta e análise

A pesquisa teve início com a definição das editoras universitárias que seriam analisadas segundo suas plataformas digitais. Para uma apuração mais adequada, decidiu-se por observar uma proveniente de cada estado brasileiro, além do Distrito Federal.

Os critérios utilizados para a escolha de cada plataforma foram:

- Editoras provenientes somente de Universidades Estaduais e/ou Federais;
- Relevância da Universidade que representa;
- Resultado de busca mais relevante ao pesquisar (editora universitária + estado) na ferramenta Google;
- Presença na lista de associados da ABEU (foram utilizadas três editoras que não têm vínculo com a Associação para medição de resultados e diferenças entre si).

Assim, o quadro 2 contou com as seguintes informações:

Quadro 2 - Estados, suas respectivas editoras, universidades e plataformas

ESTADO	EDITORA	UNIVERSIDADE	PLATAFORMA DIGITAL
ACRE	Edufac	Universidade Federal do Acre	LINK
ALAGOAS	Edufal	Universidade Federal de Alagoas	LINK
AMAPÁ	Editora UNIFAP	Universidade Federal do Amapá	LINK
AMAZONAS	Editora UEA	Universidade do Estado do Amazonas	LINK
BAHIA	EDUFBA	Universidade Federal da Bahia	LINK

CEARÁ	Imprensa Universitária	Universidade Federal do Ceará	LINK
DISTRITO FEDERAL	Editora UnB	Universidade de Brasília	LINK
ESPÍRITO SANTO	EDUFES	Universidade Federal do Espírito Santo	LINK
GOIÁS	Editora UFG	Universidade Federal do Goiás	LINK
MARANHÃO	EDUEMA	Universidade Estadual do Maranhão	LINK
MATO GROSSO	EdUFMT	Universidade Federal de Mato Grosso	LINK
MATO GROSSO DO SUL	Editora UFMS	Universidade Federal do Mato Grosso do Sul	LINK
MINAS GERAIS	Editora UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais	LINK
PARÁ	Ed.UFPA	Universidade Federal do Pará	LINK
PARAÍBA	Editora UFPB	Universidade Federal da Paraíba	LINK
PARANÁ	EDUNILA	Universidade Federal da Integração Latino-Americana	LINK
PERNAMBUCO	Editora UFPE	Universidade Federal de Pernambuco	LINK

PIAUÍ	EdUESPI	Universidade Estadual do Piauí	LINK
RIO DE JANEIRO	Editora UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro	LINK
RIO GRANDE DO NORTE	EDUFRN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	LINK
RIO GRANDE DO SUL	EDUCS	Universidade de Caxias do Sul	LINK
RONDÔNIA	EDUFRO	Universidade Federal de Rondônia	LINK
RORAIMA	UERR Edições	Universidade Estadual de Roraima	LINK
SANTA CATARINA	EdUFSC	Universidade Federal de Santa Catarina	LINK
SÃO PAULO	Edusp	Universidade de São Paulo	LINK
SERGIPE	EditoraUFS	Universidade Federal de Sergipe	LINK
TOCANTINS	Editora Unitins	Universidade Estadual do Tocantins	LINK

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Com esta definição de quais editoras seriam examinadas, partiu-se para a delimitação dos serviços considerados como básicos dentro de uma plataforma digital e do processo editorial em geral. Por sua vez, os produtos de comunicação e divulgação foram entendidos como partes essenciais destes dois métodos, sendo um pertencente ao outro. A partir disso, também notou-se a importância de um parâmetro para notificar a presença ou ausência de parceria com a ABEU, que logo foi adicionado como uma variável no quadro de análise. Por

último, como mencionado anteriormente, acrescentou-se a questão das menções acerca da atuação do bibliotecário dentro de determinada editora. Todas essas informações serão separadas com seus devidos números mais adiante.

Dessa forma, os conceitos utilizados para delimitar a diferença entre comunicação e divulgação e coletar todos os dados importantes foram os expostos no quadro 3.

Quadro 3 - Conceitos considerados na análise da pesquisa

<p>Comunicação</p>	<p>Nesta pesquisa, comunicação entende-se, primariamente, como o “1. ato de comunicar; informação, aviso” (Rocha, 1997, p. 154). Durante a coleta de dados, a busca realizada procurou discernir serviços de contato direto com os usuários daquela plataforma, como contatos da editora e formas de publicação.</p>
<p>Divulgação</p>	<p>Para o levantamento de dados neste estudo, a divulgação foi distinguida com base em uma fusão dos conceitos gerais de disseminação do conhecimento e marketing, a fim de diferenciá-la da comunicação. Neste sentido, a divulgação entende-se como todos os serviços que tem por finalidade a propagação e espalhamento das publicações feitas pelas editoras, como seu catálogo, mídias sociais e parcerias.</p>

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Os quadros de análise principais, portanto, contaram com os seguintes fatores de definição e preenchimento:

- Editora;
- Universidade;
- Disponibilidade/Quantidade de serviços de comunicação básicos percebidos na plataforma;
- Disponibilidade/Quantidade de serviços de divulgação usados pela editora na plataforma;
- Menções sobre atuação da pessoa bibliotecária em toda a plataforma da editora;
- Parceria com a ABEU.

A pesquisa contou com o detalhamento quantitativo e qualitativo de todos esses itens citados.

Para mais, foram utilizados dois modelos de análise para coletar tais palavras-chave provenientes dos quadros e conceitos anteriormente expostos. Ambos serão apresentados ao final da pesquisa primária. Assim, foi estabelecido mais um quadro a respeito da plataforma da ABEU e um questionário sobre a importância da biblioteconomia nas editoras participantes das observações. Todos os estudos citados neste parágrafo serão elucidados particularizadamente no decorrer desta metodologia de trabalho.

4.2.2 Levantamento de dados

Nesta parte da pesquisa, a principal fonte de dados fez-se a partir das plataformas digitais provenientes de cada editora. Após a delimitação das universidades e de suas editoras, a busca foi realizada por meio da estrutura de cada plataforma selecionada, levando em consideração todas as suas abas, hiperlinks e informações expostas na mesma. Não houve estratégia específica de coleta, uma vez que todos os pontos dos sites foram identificados para que mais tarde fossem estudados de forma pertinente e realocados nos quadros de análise para uma organização adequada.

As informações encontradas possuíam todo tipo de formato, porém, mais tarde, foram reduzidos a números e palavras-chave para uma maior compreensão acerca dos resultados da pesquisa. A respeito da questão entre bibliotecário e editora, o uso de um questionário tornou-se necessário, visto que não existiu uma consistência de referências e dados sobre o tema nas plataformas digitais das editoras.

4.3 ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES COLETADAS

Neste momento, durante a etapa de organização dos dados, foram determinados alguns critérios de sistematização que atendessem as exigências encontradas ao longo do processo de pesquisa. Assim, fez-se o uso da seguinte ordem de preenchimento nos quadros de análise:

Figura 1 - Ordenação dos dados coletados



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A partir desta escolha de ordenação, os dados foram dispostos nas tabelas conforme a ordem alfabética de cada estado brasileiro. Assim como explicado anteriormente, por ser uma pesquisa quali-quantitativa, houve o auxílio de duas tabelas principais, mas com os mesmos critérios para o levantamento de dados. Esta parte foi essencial, pois um quadro restringiu-se ao detalhamento dos serviços disponíveis em conceitos-chave, enquanto o outro tornou-se encarregado pela relação em números quanto a estes termos coletados. Deste modo, tais informações levantadas foram ajustadas conforme o processamento e desenvolvimento da pesquisa.

A seguir, nos quadros entre os intervalos de 4 a 30, os campos e respostas específicas de cada Editora Universitária serão expostos e explicados particularmente.

4.3.1 EDUFAC - Editora da Universidade Federal do Acre

O quadro 4 corresponde à Editora EDUFAC, proveniente da Universidade Federal do Acre. De acordo com seu site, ela foi criada em 22 de dezembro de 2003 juntamente com seu conselho editorial. Durante a coleta de dados, foi possível perceber que sua plataforma carrega uma das interfaces mais simples dentre as analisadas, por isso também não houve um número exorbitante de serviços disponíveis e/ou ferramentas digitais facilitadoras. Ao todo, seus serviços de comunicação estenderam-se a cinco principais tipos de contato, enquanto os de comunicação tiveram apenas um número a menos. Como ressaltado, não foi encontrado nenhum serviço específico ou muito diferente referente a esta editora.

É importante explicar que não existiu qualquer menção ao trabalho do bibliotecário ou à biblioteconomia no site da EDUFAC. Por outro lado, o selo da ABEU compõe a estrutura da plataforma, trabalhando também como um utensílio de divulgação, além de fazer parte da lista de associados da Associação Brasileira das Editoras Universitárias.

Assim, os resultados referentes aos seus serviços foram os seguintes:

Quadro 4 - EDUFAC

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
ACRE	1. E-mail; 2. Endereços e telefones; 3. Como publicar; 4. Como comprar; 5. Acessibilidade da plataforma.	1. Portal de periódicos; 2. Catálogo de publicações, incluindo as digitais; 3. ABEU; 4. Histórico da editora.	Não foi mencionada, de nenhuma forma, a atuação ou o papel do bibliotecário dentro desta editora na plataforma.	O selo da ABEU consta no site da editora, assim como seu nome na lista de associados da plataforma da Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.2 EDUFAL - Editora da Universidade Federal de Alagoas

O quadro 5 corresponde à Editora EDUFAL, representante editorial da Universidade Federal de Alagoas. Segundo as informações de seu site, ela tem mais de 30 anos, sendo criada em 5 de outubro de 1983. Assim como a EDUFAC, esta editora também faz uso de uma interface mais simplista, o que acaba por resultar em números de serviço mais reduzidos. Por sua vez, seus serviços oriundos da comunicação e divulgação tiveram a mesma contagem, tendo cinco produtos cada. Uma diferenciação que se fez presente dentre as demais foi a presença de feedbacks sobre atendimento, compra, entre outros produtos oferecidos pela editora, em formato de comentário e compra direta. Ela foi a única a contar com este tipo de comunicabilidade conjunta.

Como a grande maioria, também não ocorreu menção ao bibliotecário ou à biblioteconomia como um todo dentro desta plataforma. Em contrapartida, seu nome consta na lista de associados da ABEU, mas sem o uso de selo oficial da Associação em sua página.

Quadro 5 - EDUFAL

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
ALAGOAS	1. E-mail; 2. Assinatura para receber novidades a partir do e-mail; 3. Endereço e telefones; 4. Como publicar; 5. Feedbacks sobre atendimento, compra, entre outros.	1. Portal de notícias; 2. Publicações recentes; 3. Catálogo com indexação por assuntos; 4. Histórico completo da editora; 5. Disponibilização de livros online (e-books).	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.3 Editora UNIFAP - Editora da Universidade Federal do Amapá

O quadro 6 corresponde à Editora UNIFAP, que provém da Universidade Federal do Amapá. Da mesma forma que algumas das editoras analisadas, a UNIFAP conta com uma interface sem muitas elaborações e é bastante direta ao seu propósito. Infelizmente, a maior parte de sua página encontra-se, até o momento em que esta pesquisa foi realizada, desatualizada, incluindo uma das principais funções para a divulgação encontradas durante a busca por dados: a postagem de notícias. No que lhe concerne acerca do quantitativo, existem mais serviços de divulgação (6) do que de comunicação (4). Apesar dos resultados e de contar com uma ferramenta para comentários diretamente nas postagens, nenhuma destas funcionalidades estava operando corretamente.

Semelhantemente, não houve qualquer menção ao trabalho do bibliotecário dentro da editora, mas seu nome consta na lista de associados da ABEU. O selo da Associação, por outro lado, não estava visível na plataforma da editora.

Quadro 6 - Editora UNIFAP

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
AMAPÁ	1. E-mail; 2. Endereços e telefones; 3. Comentários em postagens de notícias e lançamentos; 4. Editais para publicação.	1. Postagens de notícias (no momento, desatualizadas); 2. Guia pela política editorial; 3. Catálogo de publicações; 4. Portal de periódicos; 5. Disponibilização de livros online (e-books); 6. Editais para publicação.	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.4 Editora UEA - Editora da Universidade do Estado do Amazonas

O quadro 7 corresponde à Editora UEA, que é vinculada a Universidade do Estado do Amazonas. Segundo seu site, a editora produz conteúdo para que a produção editorial possa ter o seu fim ideal, que é ser uma fonte de discussão dos mais variados temas. A estrutura visual de sua plataforma em si é uma das mais completas dentre as analisadas, contando também com a organização estética e enfatizada das informações. No que diz respeito aos números coletados, seus resultados não foram muito diferentes dos já encontrados, somando quatro serviços de comunicação e cinco produtos de divulgação. No geral, sua avaliação é equilibrada e corresponde ao histórico da editora.

Como mencionado outras vezes sobre plataformas diferentes, a página da Editora UEA não contou com citações sobre o bibliotecário, sua função ou participação na equipe editorial. Por sua vez, o selo da ABEU consta no site, assim como seu nome na lista de filiados da Associação. Foi percebido que a Associação Brasileira de Editoras Universitárias é uma das formas ativas de divulgação da editora em questão.

Quadro 7 - Editora UEA

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
AMAZONAS	1. Assinatura para receber novidades e fazer contato a partir do e-mail; 2. Como publicar (ficha de submissão, etc); 3. Endereços e telefones; 4. Possibilidade de contato diretamente na plataforma.	1. Blog (informações, notícias); 2. Histórico da editora; 3. Catálogo completo (com possibilidade de download); 4. Quadro completo da equipe editorial; 5. ABEU.	-	O selo da ABEU consta no site da editora, assim como seu nome na lista de associados da plataforma da Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.5 EDUFBA - Editora da Universidade Federal da Bahia

O quadro 8 corresponde à EDUFBA, editora que provém da Universidade Federal da Bahia. Segundo seu site, o Conselho Universitário aprovou sua transformação em Centro Editorial da Universidade em 26 de abril de 1993 e, em 1997, passou a funcionar com a estrutura atual, distinta da Gráfica da UFBA.

Neste caso, uma das principais diferenças foi a presença de uma assinatura por e-mail para receber notícias sobre a editora, além de links facilitadores para uma comunicação mais eficaz. Apesar de encontrar-se em construção até o momento da pesquisa de dados, existirá um tipo de fórum explicando as dúvidas mais frequentes. Outra distinção observada foi o uso das redes sociais para divulgação. Quanto à quantificação, foram percebidos seis serviços para cada fator de comunicação e divulgação.

Novamente, não houve menção ao bibliotecário ou sua função dentro desta editora. Também não ocorreu o uso do selo da ABEU em seu site, mas o nome da editora consta na lista de associados da plataforma da Associação.

Quadro 8 - EDUFBA

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
BAHIA	1. Assinatura para receber novidades e fazer contato a partir do e-mail; 2. Links úteis para comunicação facilitada; 3. Dúvidas frequentes (em construção); 4. Redes sociais (Facebook e Instagram); 5. Como publicar; 6. Endereços e telefones.	1. Livros em destaque; 2. Portal de notícias; 3. Calendário de eventos e lançamentos; 4. Redes sociais (Facebook e Instagram); 5. Apresentação sobre a editora, equipe e conselho editorial; 6. Catálogo completo.	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.6 Imprensa Universitária - Editora da Universidade Federal do Ceará

O quadro 9 corresponde à Imprensa Universitária, que representa a Universidade Federal do Ceará. Apesar de ainda não se denominar editora, a Imprensa Universitária funciona desde 6 de abril de 1956 e é um órgão universitário que desenvolve todas as funções editoriais, desde executar tarefas de planejamento gráfico até a produção propriamente dita de livros, periódicos e revistas. De modo distinto das analisadas anteriormente, foi possível perceber novos serviços nesta plataforma, como atualizações através do WhatsApp e livros digitais em formato EPUB. Apesar de sua interface mais simples, a página contém muita informação, o que ajudou na análise de dados. Acerca dos números resultantes, foram percebidos seis serviços de comunicação disponíveis e onze de comunicação.

Aqui, a despeito dos elementos de interface, também não houve menção ao bibliotecário ou sua função dentro da Imprensa. Novamente, não houve o uso do selo da ABEU no site, mas o nome da editora consta na lista de afiliados da Associação.

Quadro 9 - Imprensa Universitária

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
CEARÁ	1. E-mail; 2. Endereços e telefones; 3. Dúvidas frequentes; 4. Redes sociais (Twitter); 5. Informes atualizados via aplicativo (WhatsApp); 6. Acessibilidade da plataforma.	1. Postagem de notícias por categoria; 2. Opção de acesso rápido à links; 3. Histórico completo da editora, incluindo identidade visual, missão, etc; 4. Catálogo por categoria; 5. Catálogo de coleções por categoria; 6. Links dos jornais da Universidade; 7. Livros digitais e em formato EPUB; 8. Inclusão do QR Code da obra na capa dos livros produzidos; 9. Portal de periódicos; 10. Vídeos relacionados a editora; 11. Redes sociais (Twitter).	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.7 Editora UNB - Editora da Universidade de Brasília

O quadro 10 corresponde à Editora UNB, criada em 1962, que originou-se da Universidade de Brasília. De acordo com seu site, sua missão institucional é difundir a cultura, o ensino, a pesquisa e a extensão em seu meio acadêmico e fora dele. Uma de suas distinções principais, além de sua interface multiforme, é a presença da loja virtual na plataforma juntamente à outras informações que dizem respeito à editora. Por fazerem parte deste conjunto, os serviços de divulgação tornam-se muito mais presentes, com o oferecimento de descontos, entre outros métodos de propaganda. Visualmente, também é uma das mais completas. Ao que diz respeito aos resultados numéricos, a editora UNB conta com seis meios de comunicação e dez serviços de divulgação. É possível perceber uma atenção particular acerca dos processos de disseminação (marketing).

Outra vez, não fez-se citação ao bibliotecário, sua função ou a biblioteconomia dentro da plataforma digital da editora. Apesar de não expor o selo em sua página, seu nome compõe a lista de associados da ABEU.

Quadro 10 - Editora UNB

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
DISTRITO FEDERAL	1. E-mail; 2. Telefones e endereços; 3. Atendimento virtual por meio da ouvidoria da Universidade e outras partes responsáveis pela editora; 4. Redes sociais (Facebook, Instagram e YouTube); 5. Como publicar; 6. Chamamento público para parcerias.	1. Histórico completo sobre a editora; 2. Catálogo por ano; 3. Desconto de 40% para professores e alunos universitários na loja virtual; 4. Acesso rápido a sites relacionados; 5. Redes sociais (Facebook, Instagram e YouTube); 6. Acesso direto às publicações de acesso livre; 7. Livros em destaque; 8. Blog com notícias recentes; 9. Galeria de fotos; 10. Divulgação dos vários selos utilizados pela editora.	-	O nome da editora consta na lista de associados na plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.8 EDUFES - Editora da Universidade Federal do Espírito Santo

O quadro 11 corresponde à EDUFES, que é vinculada a Universidade Federal do Espírito Santo. Criada em 1995, a editora, segundo seu site, tem como objetivo a publicação de livros técnicos e científicos de destacada relevância, produzidos por professores, estudantes e técnicos administrativos da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes).

A interface da plataforma é simples, mas contém uma grande quantidade de abas com propósitos distintos. Além disso, ela faz uso de diversas mídias sociais e realiza projetos e prêmios, o que facilita tanto na comunicação quanto na divulgação de seus produtos e serviços. Em relação ao quantitativo de seus resultados, são oferecidos cinco serviços de comunicação principais e nove de comunicação. O equilíbrio destes serviços encontra-se na atualização constante e recente de informações sobre a editora.

Como mencionado outras vezes, não houve menção a pessoa bibliotecária ou a biblioteconomia em qualquer parte desta plataforma digital. Além disso, o nome da editora consta na lista de afiliados da Associação Brasileira de Editoras Universitárias, mas não faz uso do selo da mesma em seu site.

Quadro 11 - EDUFES

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
ESPÍRITO SANTO	1. E-mail da editora e equipe editorial; 2. Endereços e telefones; 3. Como publicar; 4. Ata de impressão de livros para publicação própria; 5. Redes sociais (Facebook, Twitter, YouTube e Instagram).	1. Portal de notícias e lançamentos; 2. Disponibilização da Ata de Revisão e Diagramação; 3. Projeto "Bem-Livros à Ufes"; 4. Editais para a seleção de materiais e publicação; 5. Guia para colaboradores pareceristas; 6. Plano estratégico atual; 7. Realização do Prêmio Ufes de Literatura; 8. Catálogo com diversas possibilidades de busca; 9. Redes sociais (Facebook, Twitter, YouTube e Instagram).	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.9 Editora UFG - Editora da Universidade Federal do Goiás

O quadro 12 corresponde à Editora UFG, representante editorial da Universidade Federal do Goiás. De acordo com seu site, a unidade começou a funcionar a partir de seu nome atual somente em 1977. Esta plataforma digital foi uma das mais completas visualmente, com várias tecnologias acerca de suas funcionalidades e uma interface bastante interativa e propícia para uma maior acessibilidade de seus conteúdos. Ainda, a editora trabalha junto à rádio e TV da Universidade, o que automaticamente agrega valor a sua comunicação e divulgação. Desta forma, seu quantitativo resultou em sete serviços de comunicação principais e seis de divulgação fundamentais.

Diferentemente das anteriores, houve, mesmo que não diretamente, uma menção a biblioteconomia. Em sua equipe editorial, existe uma pessoa encarregada pela Tecnologia da Informação, que compõe o espectro da Ciência da Informação. Outra grande distinção é a ausência da editora na lista de associados da ABEU; não existe qualquer citação da Associação em seu site ou mutuamente. Esta dissemelhança foi importante para comparar a divulgação entre editoras que compõem ou não esse quadro de filiação com a ABEU.

Quadro 12 - Editora UFG

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
GOIÁS	1. E-mail; 2. Endereços e telefones; 3. Redes sociais (Twitter, Facebook, YouTube e Instagram); 4. Rádio e TV da Universidade; 5. Como publicar; 6. Acessibilidade da plataforma; 7. Possibilidade de navegar pela plataforma em outros idiomas.	1. Catálogo por assunto; 2. Postagens de notícias; 3. Organização de e-books e outlets; 4. Catalogação de autores por ordem alfabética; 5. Endereços e divulgação das livrarias da editora pelo país; 6. Redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter).	Não houve menção direta ao profissional de biblioteconomia, mas existe uma pessoa encarregada pela Tecnologia da Informação na equipe editorial.	Não existe menção da ABEU na plataforma da editora, nem citação da mesma no site da Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.10 EDUEMA - Editora da Universidade Estadual do Maranhão

O quadro 13 corresponde à Editora EDUEMA, que originou-se da Universidade Estadual do Maranhão. De acordo com seu site, ela foi fundada em 2006, tornando-se uma das mais recentes nesta pesquisa e também entre outras editoras universitárias brasileiras. Sua missão é a de disseminação da produção científica da própria Instituição, resultantes das suas atividades de ensino, pesquisa e extensão, voltadas para o desenvolvimento científico, econômico, social e intelectual do Maranhão.

A interface desta editora não é dissemelhante das analisadas anteriormente, sendo parecida com as primeiras registradas nesta pesquisa. Também não houve a presença de um serviço distinto ou algum fator específico. Desta forma, os números resultantes ficaram entre cinco para comunicação e seis para divulgação. Esta foi uma das editoras mais comuns entre as avaliadas.

Novamente, não fez-se citação ao papel do bibliotecário dentro da EDUEMA, mas o link para o site da ABEU está na plataforma, assim como seu nome na lista de associados da Associação.

Quadro 13 - EDUEMA

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
MARANHÃO	1. E-mail da equipe editorial; 2. Endereço, fax e telefone; 3. Como publicar; 4. Redes sociais da própria Universidade (Twitter e Facebook); 5. Ouvidoria da Universidade.	1. Catálogo de livros; 2. Estrutura da equipe editorial; 3. Histórico breve sobre a editora; 4. Divulgação de download para documentos importantes acerca das publicações; 5. Portal de notícias; 6. Acesso direto para links importantes.	-	O link para a plataforma digital da ABEU consta no site da editora, assim como seu nome na lista de associados da plataforma da Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.11 EdUFMT - Editora da Universidade Federal do Mato Grosso

O quadro 14 corresponde à EdUFMT, que provém da Universidade Federal do Mato Grosso. De acordo com seu site, a editora funciona formalmente há vinte anos, e hoje exibe o cargo de unidade complementar. Assim como a Editora UNB, a EdUFMT também conta com a loja virtual em sua plataforma digital principal, juntamente à outras informações que dizem respeito ao órgão em questão. Além disso, até a data deste levantamento de dados, a editora tinha em aberto um cadastro para novos pareceristas. A interface é bastante simples, mas corresponde aos produtos oferecidos. Assim, seus resultados quantitativos são equilibrados, com sete serviços para cada fator de comunicação e divulgação.

Acerca do papel do bibliotecário ou da biblioteconomia dentro da editora, não foi possível encontrar informações. O nome da EdUFMT consta na lista de associados da ABEU, mas a mesma não faz uso do selo da Associação em sua página ou loja.

Quadro 14 - EdUFMT

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
MATO GROSSO	1. Atendimento presencial com disponibilidade de horário; 2. E-mails para contato com a equipe de atendimento; 3. Endereço e telefone; 4. Assinatura para receber novidades e fazer contato a partir do e-mail; 5. Como publicar; 6. Agendamento de compromissos públicos; 7. Redes sociais (Facebook e YouTube).	1. Catálogo por assunto; 2. Histórico da editora e organograma administrativo; 3. Editais; 4. Cadastro parecerista AD HOC; 5. Notícias sobre lançamentos e novidades; 6. Galeria de fotos; 7. Redes sociais (Facebook e YouTube).	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.12 Editora UFMS - Editora da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul

O quadro 15 corresponde à Editora UFMS, proveniente da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Sua interface é bastante intuitiva e acessível, sendo bem fácil navegar pela mesma e por suas abas disponibilizadas. Um dos grandes destaques desta editora é a possibilidade de acessar livros digitais gratuitamente a partir do Repositório Institucional da UFMS, com os links fornecidos diretamente pela plataforma digital analisada. Além de facilitar e disseminar a informação tecnológica de maneira efetiva, esta iniciativa coloca os livros produzidos pela editora em destaque na página. Assim, foram percebidos cinco serviços de comunicação e sete de comunicação. Os números parecem corresponder com a abordagem digital da editora.

Por outro lado, não houve qualquer menção ao bibliotecário ou a biblioteconomia dentro da editora enquanto foi explorada. Como dito previamente, por contar com uma interface intuitiva, a editora faz uso de algumas ferramentas com hiperlink. Uma delas é o selo da ABEU que leva diretamente ao site da mesma. Seu nome também compõe a lista de afiliados da Associação.

Quadro 15 - Editora UFMS

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
MATO GROSSO DO SUL	1. E-mails; 2. Telefones e endereços; 3. Rede social (YouTube); 4. Acessibilidade da plataforma; 5. Possibilidade de navegar pela plataforma em outros idiomas.	1. Catálogo de publicações (coleções e livros digitais); 2. Portal de periódicos; 3. ABEU; 4. Rede social (YouTube); 5. Categorias de produtos; 6. Histórico da editora e regimento interno; 7. Postagem da política editorial.	-	O link para a plataforma digital da ABEU consta no site da editora, assim como seu nome na lista de associados da plataforma da Associação. A editora também conta com o selo da Fundação Biblioteca Nacional e CAPES.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.13 Editora UFMG - Editora da Universidade Federal de Minas Gerais

O quadro 16 corresponde à Editora UFMG, criada em 1985, que é representante editorial da Universidade Federal de Minas Gerais. De acordo com seu site, consolidou-se na última década como uma das editoras mais atuantes do país. Esta editora foi mais uma que incluiu sua loja virtual em sua plataforma digital principal. Uma das vantagens deste tipo de decisão percebidas durante a pesquisa é a facilidade para uma divulgação mais eficaz dos produtos e serviços prestados, além de ter contato direto com o comprador. Infelizmente, algo que é importante e não é levado em consideração nesse modelo de interface é a faceta mais social dessas editoras universitárias, pois é mais focada no marketing e lucro. Deste modo, a Editora UFMG conta com sete serviços de comunicação e seis de divulgação.

Novamente, não existiu qualquer menção sobre a pessoa bibliotecária, seu papel dentro da editora ou a biblioteconomia no geral. Grande parte desta ausência deve-se ao fato de ser uma loja virtual, e não um site contendo somente informações e hiperlinks. Sobre a ABEU, o nome da editora participa da lista de associados da Associação, mas não possui o selo da mesma em sua página, talvez pelo mesmo motivo citado acima.

Quadro 16 - Editora UFMG

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
MINAS GERAIS	1. E-mail; 2. Telefones e endereços; 3. Redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter); 4. Como publicar; 5. Cadastro de usuário (para compra no próprio site); 6. Acessibilidade da plataforma; 7. Assinatura para receber novidades e fazer contato a partir do e-mail.	1. Catálogo por assunto; 2. Postagens de notícias; 3. Organização de e-books e outlets; 4. Catalogação de autores por ordem alfabética; 5. Endereços e divulgação das livrarias da editora pelo país; 6. Redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter).	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.14 Ed.UFPA - Editora da Universidade Federal do Pará

O quadro 17 corresponde à Ed.UFPA, que é vinculada a Universidade Federal do Pará. Esta editora é um dos exemplos da separação entre uma plataforma digital principal contendo informações sobre a mesma e outra página específica somente para sua loja virtual. Apesar de serem desmembradas, a plataforma principal tem bastante enfoque na divulgação das vendas, fazendo total alusão a sua vertente comercial. O site conta com algumas funcionalidades diferentes acerca da acessibilidade, como a presença do site em Libras. Dessa maneira, seu quantitativo de produtos e serviços não resultou em números grandes, contato cinco para ambos os fatores de comunicação e divulgação.

Por ser uma página voltada principalmente para as vendas, não houve a presença de muitas informações adicionais sobre a editora e seu funcionamento interno. Por isso, não foi possível encontrar menções ao bibliotecário e seu trabalho dentro desta conjuntura. Acerca da ABEU, o nome da editora consta na lista de associados, mas o selo da Associação não faz parte de sua interface.

Quadro 17 - Ed.UFPA

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
PARÁ	1. Contatos comerciais (endereços, e-mails e telefones); 2. Atendimento presencial nas livrarias da editora; 3. Redes sociais (Twitter, Facebook e Instagram); 4. Como publicar; 5. Acessibilidade da plataforma.	1. Redes sociais (Twitter, Facebook e Instagram); 2. Site separado para vendas online (loja virtual); 3. Parcerias comerciais; 4. Editais de publicação; 5. Associada à CBL: Câmara Brasileira do Livro.	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.15 Editora UFPB - Editora da Universidade Federal da Paraíba

O quadro 18 corresponde à Editora UFPB, que provém da Universidade Federal da Paraíba. Foi fundada em 1962 e tem como compromisso trazer conhecimento ao público através da divulgação da produção científica. Esta plataforma é uma das mais completas em questões visuais, de usabilidade e de utilização do banco de dados. É possível encontrar a maior parte das informações necessárias em sua página inicial, além de utilizar ferramentas digitais para a potencialização dos fatores analisados nesta pesquisa. Assim, o total de serviços de comunicação somou nove produtos, além dos doze relativos à divulgação.

Diferentemente das demais, a editora apresenta um bibliotecário em sua equipe editorial, além de possuir o link para a plataforma da ABEU, o selo da mesma em sua página e seu nome na lista de associados.

Quadro 18 - Editora UFPB

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
PARAÍBA	1. E-mail; 2. Telefones e endereços; 3. Dúvidas frequentes; 4. Como publicar; 5. Contato para pontos de venda; 6. Editais de publicação; 7. Cadastro de usuário (para compra no próprio site); 8. Redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram); 9. Acessibilidade da plataforma.	1. Histórico breve da editora; 2. Catálogo completo por categoria (premiados, lançamentos, etc); 3. Portal de notícias e informes (também com entrevistas com autores); 4. Plataforma digital separada para a livraria; 5. Redes sociais (Facebook e Instagram); 6. Concursos literários, eventos e projetos; 7. ABEU; 8. Divulgação de distribuidores e livreiros; 9. Endereços e divulgação das livrarias da editora pelo país; 10. Página específica para e-books (publicações eletrônicas); 11. Livros em destaque; 12. Quadro da equipe editorial e histórico completo da editora.	Existe um estagiário de biblioteconomia na equipe da editora.	O link para a plataforma digital da ABEU consta no site da editora, assim como seu nome na lista de associados da plataforma da Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.16 EDUNILA - Editora da Universidade Federal da Integração Latino-Americana

O quadro 19 corresponde à EDUNILA, que representa a Editora da Universidade Federal da Integração Latino-Americana. Iniciou suas atividades em 2014 e visa à publicação de obras de conhecimento técnico, científico, cultural e didático, produzidas por autores brasileiros ou estrangeiros, clássicos ou contemporâneos, internos e externos à universidade.

Este portal é bastante eficiente, condensando todas as informações principais e mais importantes em sua página inicial. Algo de diferente sobre essa editora é a aba direcionada para a política de doação de livros produzidos pela mesma, além de também oferecer conhecimento sobre as publicações a partir de seu regimento interno. Ao todo, a EDUNILA oferece sete serviços de comunicação e oito produtos de divulgação.

Acerca da atuação da pessoa bibliotecária dentro da editora e sua profissão como totalidade, foi possível notar a presença de um bibliotecário-documentalista na equipe da editora. Esta é uma das únicas menções diretas ao profissional em todo o levantamento de dados. Ademais, o nome da editora consta na lista de associados da ABEU, mas o selo da Associação não se encontra na plataforma digital em questão.

Quadro 19 - EDUNILA

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
PARANÁ	1. E-mail; 2. Telefones e endereços; 3. Dúvidas frequentes; 4. Atendimento presencial; 5. Como publicar; 6. Informações de contato para aquisição de livros; 7. Informações acerca dos serviços adicionais e redes sociais da Universidade; 8. Acessibilidade da plataforma.	1. Catálogo completo por categoria; 2. Doação de livros; 3. Plataforma digital separada para a publicação de e-books gratuitos; 4. Lançamentos em destaque; 5. Portal de notícias e informes; 6. Histórico da editora e quadro de equipe e conselho editorial; 7. Publicação do regimento da editora; 8. Editais.	Existe um bibliotecário-documentalista na equipe da editora.	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.17 Editora UFPE - Editora da Universidade Federal de Pernambuco

O quadro 20 corresponde à Editora UFPE, representante da Universidade Federal de Pernambuco. Foi criada em 1955 e instalada definitivamente no ano seguinte e, segundo seu site, em 2020 retomou sua filiação à ABEU. A interface desta plataforma é um pouco diferente, pois encontra-se dentro do próprio site de sua Universidade como órgão suplementar. Assim, muitas informações se complementam, o que facilita o uso para o estudante ou comprador externo. Esta editora também conta com a existência de uma plataforma digital separada para a venda de suas publicações, além de eventos relacionados a mesma. Assim sendo, seu quantitativo de serviços de comunicação somou seis produtos, enquanto os de divulgação, nove.

Novamente, não houve menção ao bibliotecário ou sua profissão de nenhuma forma, porém o link para o site da ABEU consta no site da editora, assim como seu nome está na lista de afiliados da Associação

Quadro 20 - Editora UFPE

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
PERNAMBUCO	1. E-mail da editora e universidade; 2. Telefones e endereços; 3. Redes sociais (Instagram, Facebook e YouTube); 4. Acessibilidade da plataforma; 5. Como publicar; 6. Possibilidade de navegar pela plataforma em outros idiomas.	1. Histórico da editora e quadro de equipe completo; 2. ABEU; 3. Plataforma digital separada para a publicação de e-books gratuitos e acervo; 4. Catálogo completo; 5. Redes sociais (Instagram, Facebook e YouTube); 6. Portal de notícias e informes; 7. Publicação de normas e resoluções; 8. Editais; 9. Eventos relacionados a editora.	-	O link para a plataforma digital da ABEU consta no site da editora, assim como seu nome na lista de associados da plataforma da Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.18 EdUESPI - Editora da Universidade Estadual do Piauí

O quadro 21 corresponde à EdUESPI, representante editorial da Universidade Estadual do Piauí. Em comparação com os portais anteriores, a interface desta editora é uma das mais simplistas, levando em consideração suas publicações, abas presentes e a estética do site. Apesar de não fazer uso de todas as ferramentas digitais disponíveis, a editora tem um boa utilização da plataforma quanto a divulgação de suas obras produzidas, dando muita ênfase em seu catálogo de publicações, o que é um aspecto positivo. Consequentemente, os principais serviços de comunicação disponíveis resultaram em cinco e os de divulgação, oito.

Outra vez, não foi encontrada qualquer citação referente ao bibliotecário, a biblioteconomia ou qualquer vertente da Ciência da Informação e sua atuação dentro da editora. No entanto, a editora também não apresentou quaisquer sinais de parceria com a ABEU, o que foi confirmado pela ausência de seu nome na lista de associados da Associação Brasileira das Editoras Universitárias.

Quadro 21 - EdUESPI

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
PIAUI	1. E-mail; 2. Telefones e endereços; 3. Redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram); 4. Cadastro de usuário (para acesso a plataforma); 5. Como publicar.	1. Catálogo por categoria; 2. Portal de notícias e informes; 3. Redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram); 4. Publicação de normas e resoluções; 5. Quadro de equipe editorial completo; 6. Lançamentos; 7. Navegação por categoria; 8. Editais.	-	Não existe menção da ABEU na plataforma da editora, nem citação da mesma no site da Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.19 Editora UFRJ - Editora da Universidade Federal do Rio de Janeiro

O quadro 22 corresponde à Editora UFRJ, que provém da Universidade Federal do Rio de Janeiro. De acordo com seu site, foi criada em 1986 como unidade vinculada ao Fórum de Ciência e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Esta editora, acompanhada pela Imprensa Universitária e a EDUSP, é uma das mais completas quanto à divulgação no geral.

Como seu foco não é a comunicação digital, a Editora UFRJ conta com diversas funcionalidades que ajudam na disseminação efetiva de sua produção, como o download gratuito de versões digitais de seus livros (e-books) e lançamentos em destaque na página inicial. Assim, foram observados quatro serviços de comunicação e onze de divulgação.

Não existiu qualquer menção sobre o bibliotecário e seu trabalho dentro da editora. Por outro lado, a editora tem o nome na lista de associados da ABEU, mas não faz uso de seu selo no site. É interessante ressaltar que existem slogans acerca do Prêmio ABEU nesta plataforma, onde alguns dos livros da Editora UFRJ ficaram em ótimas colocações.

Quadro 22 - Editora UFRJ

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
RIO DE JANEIRO	1. Informação de dados pessoais para contato com a editora (via e-mail e telefone); 2. Redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e YouTube); 3. Endereços e telefones; 4. Cadastro de usuário (para acesso e compra na plataforma).	1. Histórico sobre a editora e seu objetivo; 2. Catálogo com várias possibilidades de busca e acesso; 3. Lista de autores por ordem alfabética; 4. Galerias de fotos e vídeos relacionadas a editora; 5. Portal de notícias e informes; 6. Consulta ao cadastro por QR Code; 7. Redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e YouTube); 8. Download gratuito de e-books; 9. Livros e lançamentos em destaque; 10. ABEU; 11. Editais.	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU e a plataforma da UFRJ conta com alguns slogans com prêmios recebidos pela Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.20 EDUFRN - Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte

O quadro 23 corresponde à Editora EDUFRN, que provém da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Fundou-se em 1962 e, conforme afirmado em seu site, considerou-se como a maior editora do RN. Até o momento deste levantamento de dados, as informações contidas na plataforma digital estavam desatualizadas. Uma ferramenta que chama atenção na página inicial é a possibilidade de acesso rápido a várias funcionalidades importantes, o que seria muito útil se os dados estivessem em dia. Não existe uma explicação no site para tal desatualização.

Desta forma, dentro dos informes sobre o quadro de equipe editorial, foi possível resgatar o fato de que existe uma Coordenadoria de Editoração no órgão, que faz menção indireta a Biblioteconomia e a Ciência da Informação. Por sua vez, o link para o site da ABEU consta na plataforma digital da editora e seu nome também faz parte da lista de associados da mesma. O selo da Associação encontra-se em uso.

Quadro 23 - EDUFRN

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
RIO GRANDE DO NORTE	1. Informação de dados pessoais para contato com a editora (via e-mail e telefone); 2. Endereços e telefones; 3. Rede social (Facebook); 4. Cadastro de pareceristas diretamente na plataforma; 5. Acessibilidade da plataforma; 6. Como publicar.	1. Histórico da editora e quadro de equipe completo; 2. Divulgação de lugares para adquirir os produtos da editora; 3. Doação de livros; 4. Portal de notícias; 5. Divulgação de documentos (portarias, editais, etc); 6. Rede social (Facebook); 7. ABEU.	Existe uma Coordenadoria de Editoração, que faz parte da Biblioteconomia e Ciência da Informação.	O link para a plataforma digital da ABEU consta no site da editora, assim como seu nome na lista de associados na plataforma da Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.21 EDUCS - Editora da Universidade de Caxias do Sul

O quadro 24 corresponde à EDUCS, que provém da Universidade de Caxias do Sul. Foi criada em 1976 e, em concordância com as informações expostas em seu site, tem por objetivo promover a divulgação de obras didático-pedagógicas, científicas, técnicas e culturais. Essa é mais uma editora que tem seu portal dentro do próprio site de sua Universidade. Como órgão suplementar, a interface da plataforma digital é muito interativa e utiliza muitas das ferramentas disponíveis para uma melhor divulgação e comunicação entre usuário e a editora em questão, além de evidenciar informações sobre a sua Universidade.

Algo interessante percebido apenas nesta página é a presença de uma aba direcionada somente aos autores e suas publicações. A editora ainda conta com a possibilidade de download de vários livros eletrônicos (e-books). Deste modo, os serviços de comunicação somaram seis produtos principais, enquanto os de divulgação resultaram em sete funções.

Acerca da atuação da pessoa bibliotecária dentro desta editora, não foi possível encontrar tais informações na plataforma avaliada. De qualquer forma, seu nome consta na lista de afiliados à ABEU, porém não utiliza o selo da Associação em sua página.

Quadro 24 - EDUCS

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
RIO GRANDE DO SUL	1. Informação de dados pessoais para contato com a editora (via email e telefone); 2. Endereços e telefones; 3. Contato direto via WhatsApp; 4. Rede social (Facebook); 5. Espaço direcionado ao autor e suas publicações.	1. Histórico breve sobre a trajetória da editora; 2. Quadro de equipe editorial; 3. Catálogo com várias possibilidades de busca; 4. Espaço direcionado ao autor e suas publicações; 5. Notícias sobre lançamentos e e-books; 6. Portal de periódicos; 7. Redes sociais (Facebook e WhatsApp).	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.22 EDUFRO - Editora da Universidade Federal de Rondônia

O quadro 25 corresponde à EDUFRO, e está vinculada a Universidade Federal de Rondônia. Fundou-se em 20 de junho de 2001, e tem, em seu catálogo, 176 obras publicadas. Esta é uma plataforma digital comum, porém muito organizada, que usa sua interface e as ferramentas tecnológicas disponíveis para uma interação mais eficiente com quem necessita de seus serviços. Existem ainda fichas cadastrais de autor/organizador e cursos de extensão disponibilizados pela editora. Portanto, a EDUFRO conta com seis serviços de comunicação principais, enquanto equilibra seus produtos de divulgação com outros oito elementos básicos.

Em contrapartida, a página não faz qualquer menção ao bibliotecário, seu trabalho dentro da editora ou à Ciência da Informação. Desta forma, o link para a plataforma da ABEU, assim como seu selo, fazem parte da plataforma digital da EDUFRO. Seu nome também consta na lista de associados da Associação.

Quadro 25 - EDUFRO

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
RONDÔNIA	1. E-mail; 2. Atendimento presencial com disponibilidade de horário; 3. Endereços e telefones; 4. Como publicar; 5. Acessibilidade da plataforma; 6. Ficha cadastral de autor/organizador.	1. Histórico breve sobre a trajetória da editora, conselho editorial, etc; 2. Catálogo completo por categoria; 3. Eventos e livros comemorativos; 4. Portal de notícias e informes; 5. Divulgação da política editorial; 6. Editais; 7. ABEU; 8. Cursos de extensão.	-	O link para a plataforma digital da ABEU consta no site da editora, assim como seu nome na lista de associados na plataforma da Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.23 UERR Edições - Editora da Universidade Estadual de Roraima

O quadro 26 corresponde à UERR Edições, que provém da Universidade Estadual de Roraima. Em seu site consta que a editora tem por objetivo promover a edição de obras de patrimônio cultural e científico de elevado valor, de textos para o ensino universitário e de produção científica, cultural e tecnológica da própria Universidade.

Esta plataforma é visualmente atrativa, ainda que bastante simples. Não existe uma grande diferença entre ela e as editoras analisadas anteriormente além dos encontros e eventos que promove com certa frequência. Suas produções também ganham bastante destaque na página inicial do site. Por conseguinte, somaram-se ao todo cinco serviços de comunicação disponíveis, assim como oito de divulgação.

Acerca do bibliotecário como profissional dentro da editora e da Ciência da Informação em geral, não existiu qualquer menção sobre ambas as vertentes. Por outro lado, o selo da ABEU consta no site da editora em questão, além de possuir seu nome na lista de associados da Associação Brasileira das Editoras Universitárias.

Quadro 26 - UERR Edições

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
RORAIMA	1. E-mail; 2. Endereços e telefones; 3. Redes sociais (Instagram e YouTube); 4. Cadastro de usuário (para acesso e compra na plataforma); 5. Possibilidade de navegar pela plataforma em outros idiomas.	1. Histórico completo da editora e seus objetivos e missões; 2. Quadro completo da equipe editorial; 3. Catálogo com diversas possibilidades de busca; 4. Redes sociais (Instagram e YouTube); 5. ABEU; 6. Navegação facilitada pela plataforma; 7. Encontros e eventos; 8. Lançamentos em destaque.	-	O selo da ABEU consta no site da editora, assim como seu nome na lista de associados na plataforma da Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.24 EdUFSC - Editora da Universidade Federal de Santa Catarina

O quadro 27 corresponde à EdUFSC, que provém da Universidade Federal de Santa Catarina. Foi instituída em 30 de outubro de 1980 e, segundo seu site, estabeleceu-se como uma das melhores editoras do país. Este portal é muito receptivo e condensa suas informações e notícias mais importantes logo em sua página inicial. Este é mais um exemplo da existência de um site separado para a venda de suas publicações, além de levar em consideração o acesso gratuito a alguns de seus livros eletrônicos (e-books). Para mais, a editora ainda conta com sites comemorativos, concursos e projetos literários. Sendo assim, totalizou seis serviços de comunicação e oito produtos de divulgação.

Por outro lado, não existiu qualquer menção ao bibliotecário e seu trabalho dentro da editora. Contudo, o nome da mesma consta na lista de afiliados da ABEU, sem a utilização do selo da Associação em sua plataforma digital.

Quadro 27 - EdUFSC

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
SANTA CATARINA	1. Atendimento presencial com disponibilidade de horário; 2. E-mails, endereços e telefones; 3. Redes sociais (Facebook, Twitter, YouTube e Instagram); 4. Como publicar; 5. Informações de contato para aquisição de livros; 6. Acessibilidade da plataforma.	1. Histórico, cronograma e quadro editorial completo; 2. Catálogo completo com acesso a e-books gratuitos e compráveis; 3. Redes sociais (Facebook, Twitter, YouTube e Instagram); 4. Portal de notícias e informes; 5. Sites comemorativos; 6. Concursos literários, eventos e projetos; 7. Site separado para vendas online (loja virtual); 8. Catálogos comemorativos.	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.25 Edusp - Editora da Universidade de São Paulo

O quadro 28 corresponde à Edusp, que provém da Universidade de São Paulo. De acordo com seu site, é uma das maiores editoras do país. Fundada em 1962, seu departamento editorial foi criado apenas em 1988. Esta editora tem uma das plataformas com maior quantitativo de serviços e uma das melhores quanto a aparência digital e usabilidade de seu site. Além disso, sua livraria virtual também é localizada em uma página à parte, separando as informações essenciais das relacionadas a vendas. Ela ainda promove concursos e eventos literários, entrevistas com autores e acessibilidade a sua plataforma. Sendo assim, a editora conta com sete serviços de comunicação e doze de divulgação.

Não existe qualquer menção a pessoa bibliotecária ou sua profissão nesta editora, porém, em contrapartida, seu nome compõe a lista de parceiros da ABEU, assim como existem alguns selos de prêmios da Associação em seu site.

Quadro 28 - Edusp

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
SÃO PAULO	1. Assinatura para receber novidades e fazer contato a partir do e-mail; 2. Emails, endereços e telefones; 3. Redes sociais (Facebook e Instagram); 4. Como publicar; 5. Informações de contato para aquisição de livros; 6. Acessibilidade da plataforma; 7. Possibilidade de tradução de alguns textos importantes dentro da plataforma.	1. Histórico breve da editora; 2. Catálogo completo por categoria; 3. Portal de notícias e informes (também com entrevistas com autores); 4. Plataforma digital separada para a livraria; 5. Redes sociais (Facebook e Instagram); 6. Concursos literários, eventos e projetos; 7. ABEU; 8. Divulgação de distribuidores e livreiros; 9. Endereços e divulgação das livrarias da editora pelo país; 10. Página específica para e-books (publicações eletrônicas); 11. Portal de livros abertos; 12. Quadro da equipe editorial completo da editora.	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU, assim como alguns selos de prêmios da Associação fazem parte do site da Edusp.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.26 Editora UFS - Editora da Universidade Federal de Sergipe

O quadro 29 corresponde à Editora UFS, vinculada a Universidade Federal de Sergipe. Segundo seu site, a editora tem como missão atuar na divulgação da produção cultural e científica tanto da comunidade universitária quanto da sociedade como um todo. Esta é mais uma plataforma que faz parte do portal da própria Universidade, o que a leva a utilizar grande parte de sua página inicial para agrupar o maior número possível de informações sobre a editora.

Novamente, existe a presença de um site separado para a venda de seus produtos, assim como o acesso rápido a links importantes. Outro detalhe interessante é a utilização da TV de sua Universidade e outros meios de comunicação para a divulgação da própria editora. Logo, os serviços de comunicação resultaram em um número não tão alto (4), enquanto os de divulgação tiveram mais destaque (8).

Não houve qualquer citação ao bibliotecário, sua profissão ou à Ciência da Informação nesta plataforma digital. Da mesma forma, também não ocorreu menção ao seu nome na lista de filiados à ABEU ou qualquer uso do selo da Associação em seu site.

Quadro 29 - Editora UFS

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
SERGIPE	1. E-mails, endereços e telefones; 2. Rede social (Facebook); 3. Como publicar; 4. Como comprar.	1. Histórico e quadro editorial completo; 2. Acervo de livros digitais; 3. Plataforma digital separada para a livraria; 4. Rede social (Facebook); 5. TV e outros meios de divulgação dentro da Universidade; 6. Portal de notícias; 7. Publicação de editais e seus resultados; 8. Acesso rápido a links importantes.	-	Não existe menção da ABEU na plataforma da editora, nem citação da mesma no site da Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4.3.27 Editora Unitins - Editora da Universidade Estadual de Tocantins

O quadro 30 corresponde à Editora Unitins, que integra a Universidade Estadual do Tocantins. Conforme consta em seu site, os trabalhos produzidos pela Editora têm por objetivo fomentar a publicação e a difusão de textos relacionados ao ensino, à pesquisa e à extensão universitária. A plataforma encontra-se dentro do portal de sua Universidade e carrega uma interface visualmente interessante, com a escolha de paleta de cores e todas as outras funcionalidades utilizadas.

Por não contar com um site próprio, a maior parte das informações encontram-se na página principal, porém alguns outros dados podem ser coletados através das abas existentes. A editora ainda oferece alguns links úteis, como o acesso às normas da ABNT. Sendo assim, os serviços de comunicação resultam em cinco produtos e os de divulgação em sete.

Não obstante, a página não faz qualquer menção ao bibliotecário, seu trabalho dentro da editora ou à Ciência da Informação. Seu nome consta na lista de associados da Associação Brasileira das Editoras Brasileiras (ABEU), mas não existe o selo da mesma em seu site.

Quadro 30 - Editora Unitins

ESTADO	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS	PRINCIPAIS SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO DISPONÍVEIS	ATUAÇÃO DA PESSOA BIBLIOTECÁRIA EM TODA A PLATAFORMA DA EDITORA	PARCERIA COM A ABEU
TOCANTINS	1. E-mails; 2. Endereços e telefones; 3. Redes sociais da própria Universidade (Instagram, Facebook, YouTube, Twitter e LinkedIn); 4. Acessibilidade da plataforma; 5. Ouvidoria da Universidade.	1. Histórico breve sobre a editora; 2. Quadro de equipe completo; 3. Redes sociais da própria Universidade (Instagram, Facebook, YouTube, Twitter e LinkedIn); 4. Portal de notícias da Universidade; 5. Possibilidade de submissão de propostas para publicações; 6. Publicação da política editorial.	-	O nome da editora consta na lista de associados da plataforma da ABEU.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

5 QUESTIONÁRIO

Para o cumprimento de um dos objetivos específicos da pesquisa acerca da ação bibliotecária e de seu papel dentro das editoras universitárias, foi elaborado um questionário. Tal questionário foi disponibilizado para todas as editoras mencionadas neste estudo, com o intuito de reunir mais informações sobre a questão em pauta diretamente das fontes retratadas.

As questões foram enviadas por e-mail utilizando o endereço eletrônico disponibilizado nas plataformas digitais das 27 editoras analisadas. O questionário foi estruturado por meio da ferramenta *Google Forms*, contando com cinco questões em sua totalidade, todas de resposta aberta. Por serem indagações de suporte para a pesquisa, não foi necessário a extensão das perguntas. Ele foi encaminhado no dia 20 de março de 2023, reenviado nos dias 24 e 29 desse mesmo mês, e algumas tentativas também foram feitas através do aplicativo *WhatsApp* para as editoras que ofereceram esse serviço. Apenas uma editora respondeu de imediato, enquanto as outras nove responderam dentro das duas semanas seguintes. Devido ao prazo para a conclusão do trabalho, o índice de participação foi considerado satisfatório para compreensão e complemento da análise de parte da realidade e papel dos bibliotecários nas Editoras Universitárias brasileiras.

Os participantes dessa parte da pesquisa, na ordem cronológica de suas respostas, foram: EdUFMT (Editora da Universidade Federal do Mato Grosso), Editora UFPB (Editora da Universidade Federal da Paraíba), EDUCS (Editora da Universidade de Caxias do Sul), EDUFES (Editora da Universidade Federal do Espírito Santo), Editora UNB (Editora de Brasília), Editora UFRJ (Editora da Universidade Federal do Rio de Janeiro), Editora UFS (Editora da Universidade Federal de Sergipe), EDUFBA (Editora da Universidade Federal da Bahia), Edusp (Editora da Universidade de São Paulo) e EDUFRN (Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte).

Na figura 2 será apresentada a quantidade de bibliotecários em cada Editora e as justificativas caso a editora não possua o profissional:

Figura 2 - Quantidade de bibliotecários na equipe editorial

Editora	Bibliotecários	Especificações (motivos para a ausência do profissional)
EdUFMT	0	A editora tem uma pessoa com a formação em biblioteconomia, mas não exerce a função na editora. Ela é coordenadora.
Editora UFPB	0	A bibliotecária voluntária pediu afastamento.
EDUCS	0	Equipe bem restrita e enxuta, usam o bibliotecário da Universidade.
EDUFES	0	Houve a aposentadoria de uma servidora, cuja vaga foi convertida em uma vaga para bibliotecário. Estão em fase de contratação da candidata.
Editora UNB	0	Não foi solicitado tal cargo pelas direções da Editora UnB.
Editora UFRJ	0	O Sistema de Bibliotecas da UFRJ atende a editora na confecção das fichas catalográficas.
EditoraUFS	0	Os profissionais dessa área trabalham na BICEN - Biblioteca Central da UFS.
EDUFBA	8	-
Edusp	0	Bibliotecários não são parte necessariamente do processo de produção editorial.
EDUFRN	0	Houveram pedidos à Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas, mas não foram atendidos.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Das *dez* editoras que responderam ao questionário, *nove* não contam com o profissional bibliotecário em suas equipes editoriais atualmente. Como explicado anteriormente, a grande maioria das editoras também não exibiu esse vínculo em seus sites e páginas, a não ser pela UFPB, que explicou a ausência atual deste especialista pelo afastamento pessoal de uma voluntária. Além disso, a EDUFES explicou que está em processo de contratação de uma bibliotecária aprovada em concurso público, uma vez que uma das vagas preenchidas anteriormente foi convertida para tal cargo. Assim, no momento, a única Editora Universitária participante desse questionário que tem algum vínculo empregatício com bibliotecários é a EDUFBA.

Como uma boa parte das plataformas editoriais não apresentava dados sobre a presença de um profissional bibliotecário em suas equipes, fez-se necessário adicionar uma pergunta a fim de elucidar esta insuficiência de informações. Portanto, caso a resposta fosse negativa e indicasse tal ausência, foi questionado o motivo para esta inexistência do cargo na editora.

As respostas foram diversas, desde a utilização dos serviços de bibliotecários da própria Universidade que representa, formatação advinda da supervisão da editoração e afastamentos profissionais, até uma equipe reduzida e enxuta. Percebeu-se que a utilização dos serviços biblioteconômicos se concentram na confecção de fichas catalográficas, que

muitas vezes são feitas pelos responsáveis das bibliotecas das Instituições às quais as Editoras são vinculadas. Assim, nota-se que além da falta de orçamento, existe a supressão do incentivo a ocupação da biblioteconomia nesses lugares.

A terceira questão do questionário está relacionada à importância que o bibliotecário como profissional pode exercer dentro de uma Editora Universitária. O intuito da indagação era o de entender como a biblioteconomia atua diretamente nesses espaços, mesmo não sendo o foco de sua formação nem sua vertente mais aplicável.

A partir das respostas obtidas, foi possível compreender que sua atuação é considerada essencial para o processo editorial, pois, com sua especialização, grande parte dos procedimentos de organização, catalogação e formatação, e até mesmo de divulgação, seria agilizada. Conforme explicado por Bufrem (2009, p. 34), “são sujeitos nesse processo, além dos editores, autores e leitores, profissionais de setores diversificados, tais como [...] bibliotecários, e outros personagens institucionais que incluem editoras, bibliotecas, sistemas de informação [...]”, o que justifica a necessidade e relevância da presença da pessoa bibliotecária no cenário em questão.

A figura 3 resume as respostas acerca da importância da pessoa bibliotecária nesses sistemas de disseminação e comunicação da informação.

Figura 3 - Importância da profissão bibliotecária para editoras

Editora	Importância da profissão bibliotecária dentro de equipes editoriais
EdUFMT	<i>Não houve resposta a pergunta.</i>
Editora UFPB	“Poderia auxiliar na organização, manuseio e catalogação de todos os livros da editora.”
EDUCS	“É sempre importante contar com esse serviço, poderia agilizar o processo.”
EDUFES	“Principalmente prestar um trabalho técnico especializado realizado atualmente de maneira leiga pelos servidores.”
Editora UNB	<i>Não houve resposta a pergunta.</i>
Editora UFRJ	“Fundamental. Tentamos, por diversas vezes trazer um(a) bibliotecária para a Editora e não obtivemos autorização da direção do Sistema de Bibliotecas. Tentamos, também, estagiários do curso de Biblioteconomia e Gestão, mas nem sempre conseguimos bolsas. Cabe dizer que todos os estagiários que passaram pela Editora UFRJ foram maravilhosos e de uma parceria inquestionável.”
EditoraUFS	“Como dispomos de uma livraria física para comercialização das obras, se fará necessário termos um profissional dessa área para melhor atender nossos clientes, elaborar estratégias de buscas avançadas e oferecer serviço de informações sobre as obras.”
EDUFBA	“Os bibliotecários são responsáveis por etapas essenciais do processo editorial, especialmente em editoras universitárias. Eles participam da normalização dos originais, das revisões de provas, da elaboração de fichas catalográficas, atribuição de ISBNs, organização de catálogo, memória entre outras demandas.”
Edusp	<i>Não houve resposta a pergunta.</i>
EDUFRN	“Normalização de livros, catalogação e guarda de acervos técnicos de materiais bibliográficos e de peças de memória, como fotografias, vídeos e documentos.”

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Quanto à quarta e última questão abordada, fez-se uma indagação sobre as tarefas desenvolvidas por tal profissional, caso existisse ou não algum, dentro dessas editoras. Essa pergunta foi aberta para que pudessem contribuir com suas respostas mesmo sem a experiência de uma pessoa bibliotecária na equipe.

Os dados coletados por meio desse questionamento foram similares aos da questão anterior, e com a assistência das respostas de três editoras em específico - Editoras da UFPB, UFRJ e UFES -, foi possível mapear algumas conclusões. No que se refere a primeira, tais atividades eram desenvolvidas no âmbito da organização de livros, montagem de planilhas e gerência do setor de periódicos. Para a segunda, enfim, foram citadas as ocupações de revisão das referências bibliográficas contidas nos livros, adequando-as às respectivas normas estabelecidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), conferência de notas e legendas, cotejo, produção de fichas catalográficas e contribuição na gestão da informação produzida na Editora. Por último, respectivamente, a editora citou a inserção de metadados em sistemas, organização do acervo conforme a Classificação Thema e auxílio na produção

de índices remissivos das obras. Tais respostas também cabem ao conceito de Bufrem (2009) citado previamente.

Na figura 4 estão representadas as palavras-chave utilizadas pelas editoras para descrever quais seriam os serviços essenciais oferecidos pela pessoa bibliotecária:

Figura 4 - Serviços essenciais oferecidos pela pessoa bibliotecária

Editora	Serviços essenciais (bibliotecários)
EdUFMT	<i>Não houve resposta a pergunta.</i>
Editora UFPB	Organização, manuseio e catalogação.
EDUCS	Correção, editoração, divulgação, administrativo, vendas, entregas, arte e finalização.
EDUFES	Inserção de dados no sistema, organização de acervo e produção de índices remissivos.
Editora UNB	<i>Não houve resposta a pergunta.</i>
Editora UFRJ	Revisão das referências bibliográficas, conferência de notas e legendas, cotejo, ficha catalográfica e contribuição na gestão da informação.
EditoraUFS	Atendimento personalizado ao cliente, elaboração de estratégias de buscas avançadas e disponibilização de serviços de informação sobre as obras.
EDUFBA	Normalização dos originais, revisões de provas, elaboração de fichas catalográficas e atribuição de ISBNs.
Edusp	<i>Não houve resposta a pergunta.</i>
EDUFRN	<i>Não houve resposta a pergunta.</i>

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Em suma, este questionário foi o suficiente para reafirmar as informações coletadas durante essa pesquisa. Infelizmente, o profissional bibliotecário não é visto com muita frequência entre as Editoras Universitárias brasileiras. Não foi possível fazer comunicação com muitos destes órgãos através dos contatos imediatos oferecidos em suas plataformas, o que enxerga-se também como um problema a longo prazo.

Dessa mesma forma, através das respostas, foi identificada uma resistência acerca da participação de bibliotecários exclusivos para essas editoras por parte das direções e coordenações das Universidades. Para saber exatamente os problemas que cercam esta indagação, seria cabível realizar outra pesquisa com foco somente na atuação da pessoa bibliotecária especificamente nesses espaços.

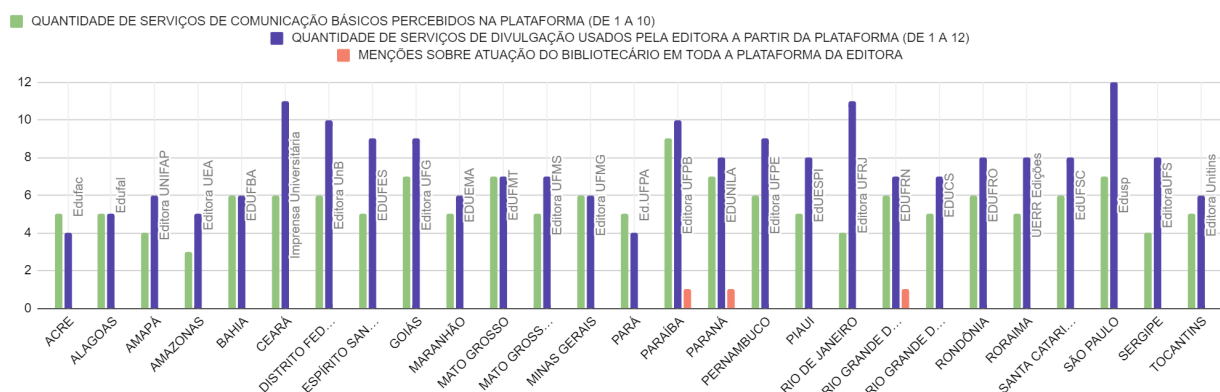
6 RESULTADOS

A partir deste capítulo, serão apresentados os resultados obtidos através desta pesquisa. O objetivo principal do levantamento de dados em questão era apresentar as Tecnologias de Informação e Comunicação atuais dentro de um cenário que envolve as Editoras Universitárias brasileiras e seus produtos e serviços em suas plataformas digitais. O estudo propôs, ainda, analisar o papel da pessoa bibliotecária em tais editoras e perceber como a parceria, ou ausência dela, com a ABEU se comporta quanto à divulgação do conhecimento que produzem.

Com base no que foi discutido até o presente momento, o problema da pesquisa foi alcançado ao expor tabelas e comparar seus resultados para uma maior compreensão da conjuntura atual proposta. Além disso, por meio dos dados apresentados, este trabalho foi capaz de classificar, examinar e explorar as vertentes digitais da comunicação e divulgação editoriais. Por intermédio do questionário aplicado, as demais questões levantadas também foram esclarecidas.

Em sua totalidade, 27 plataformas digitais foram analisadas. A grande maioria apresentou uma quantidade relevante de serviços, mas não foi possível extrair muitas informações acerca da atuação do bibliotecário dentro das páginas dessas editoras. Os portais que obtiveram melhores resultados com relação à comunicação foram as editoras do Goiás (7), Mato Grosso (7), Paraíba (9), Paraná (7) e São Paulo (7). A respeito da divulgação, as melhores plataformas estão no Ceará (11), Distrito Federal (10), Paraíba (10), Rio de Janeiro (11) e São Paulo (12). Todas estas editoras têm em comum a filiação com a Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU).

Gráfico 1 - Resultados gerais



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

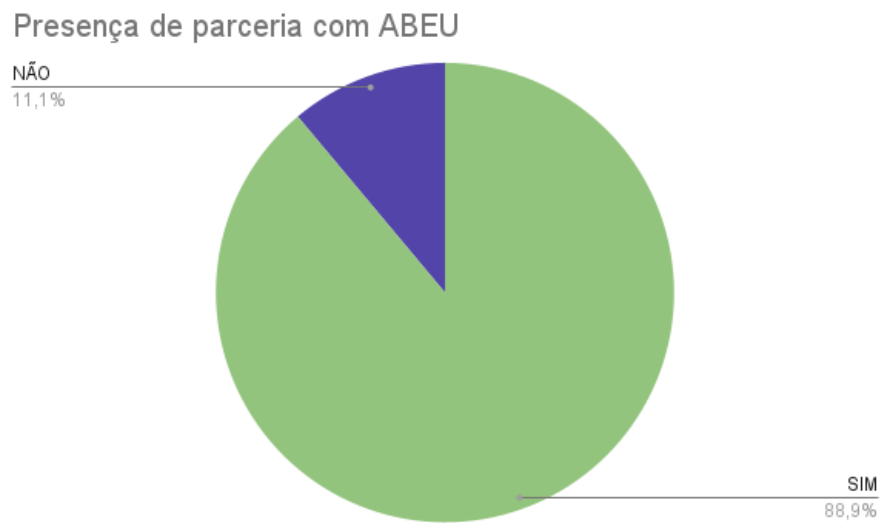
No que concerne à Associação Brasileira das Editoras Universitárias - ABEU, apenas uma parte muito pequena das editoras (3) apresentou a inexistência de afiliação com a mesma. A diferença significativa entre os recursos de divulgação apresentados entre seus associados variou entre a clara evidência de um maior orçamento, a visibilidade editorial e reconhecimento da qualidade dos produtos e serviços oferecidos. A relevância nacional da Universidade que a editora representa também foi um fator determinante quanto a esse elemento. Além disso, a ABEU agrega credibilidade a níveis internacionais, ao mesmo passo em que incorpora inúmeros benefícios a partir de sua própria premiação.

Todos esses benefícios são garantidos segundo a plataforma digital da ABEU, que conta com as seguintes motivações para associar-se:

1. Recebimento de Carta de Exclusividade sem custo;
2. Representação junto ao Governo e às demais entidades do livro;
3. Avaliação positiva pela CAPES;
4. Desconto na participação em cursos da Universidade do Livro;
5. Recebimento da Revista Verbo;
6. Inclusão de livros no Catálogo Unificado, a custo zero;
7. Divulgação de livros e iniciativas próprias no informativo semanal e nas mídias digitais;
8. Facilidade na participação em eventos, como as Bienais Internacionais do Livro de São Paulo e do Rio de Janeiro;
9. Feira Pan-Amazônica do Livro;
10. Encontros acadêmicos nacionais e internacionais;
11. Feiras internacionais, como a de Frankfurt e a de Guadalajara (ABEU, 2023).

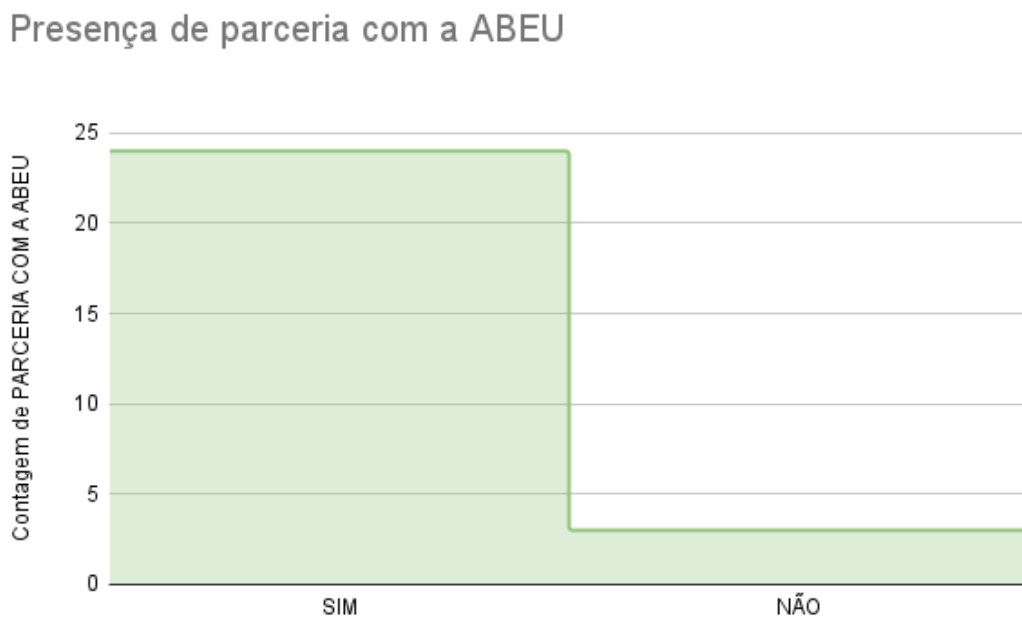
Nos gráficos 2 e 3 é possível perceber a diferença entre os números e a porcentagem total acerca desta problemática:

Gráfico 2 - Presença de parceria com a ABEU: porcentagem



Fonte: elaborado pela autora (2023).

Gráfico 3 - Presença de parceria com a ABEU



Fonte: elaborado pela autora (2023).

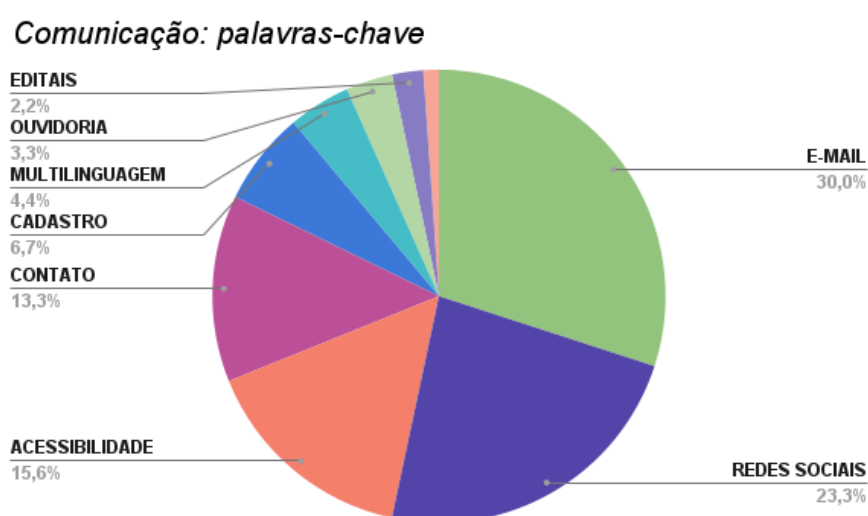
Assim, tanto o primeiro quanto o segundo objetivo específico foram atendidos, uma vez que levavam em consideração a apresentação e análise sucinta das plataformas digitais das Editoras Universitárias das principais Universidades Públicas brasileiras e a classificação de seus produtos e serviços de informação de acordo com os aspectos impostos pela pesquisa.

Para uma absorção mais adequada dos dados, dois gráficos foram elaborados a partir das palavras-chave coletadas através dessas plataformas digitais. Acerca da comunicação, percebeu-se o uso frequente dos termos e-mail (30%), redes sociais (23,3%) e acessibilidade (15,6%). Assim, é possível concluir que os meios mais utilizados pelas editoras para estabelecer contato com seus usuários e compradores são os recursos digitais mais atuais, além de disponibilizarem seus sites com base na inclusão tecnológica de todos os indivíduos que necessitem de algum auxílio específico para o acesso às plataformas. A inclusão digital tem uma função extremamente significativa no cenário virtual atual.

Por outro lado, as palavras menos utilizadas neste contexto foram ouvidoria (3,3%) e editais (2,2%). A primeira expressão explica-se ao compreender que nem todas as editoras possuem portais próprios - algumas delas fazem uso dos sites da própria Universidade em que se encontram -, portanto contam com alguns recursos específicos da faculdade, como as ouvidorias. Em relação aos editais, poucas publicam esse tipo de comunicado em suas plataformas digitais somente com o intuito de anunciar algo. Não foi possível delimitar exatamente o motivo para a ausência destes documentos em relação a comercialização, mas muitas destas simplesmente utilizam uma estratégia diferente acerca da comunicação, deixando essa última parte para a divulgação e o marketing.

Conseqüentemente, o gráfico 4 a seguir contou com os seguintes dados:

Gráfico 4 - Comunicação: palavras-chave



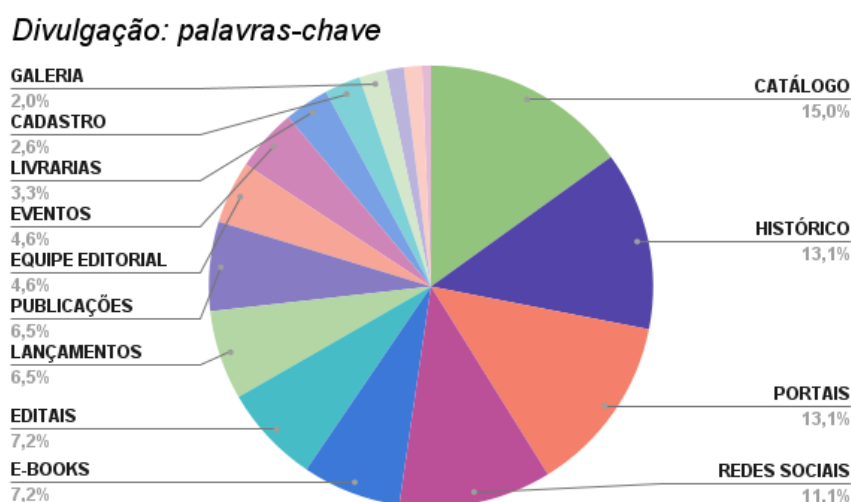
Fonte: elaborado pela autora (2023).

Com relação às palavras em destaque acerca da divulgação, as mais utilizadas foram catálogo (15%), histórico (13,1%), portais (13,1%) e redes sociais (11,1%). Todos esses vocábulos têm em comum a exposição de informações importantes sobre as editoras e seus serviços e produtos. Catálogos são uma fração importantíssima, resultante de todo o processo editorial, assim como o histórico do órgão, que explica e retifica informações essenciais. Portais, neste sentido, são vistos como espaços específicos para a difusão de notícias de maneira mais simples e rápida, além de alcançarem um número maior de pessoas de acordo com os acessos à plataforma. Por último, as redes sociais, que participam ativamente do corpo social nos dias atuais. Seu uso está se tornando essencial nas atividades que requerem uma comercialização acentuada.

Não obstante, algumas palavras não foram muito aplicadas, como livrarias (3,3%), cadastro (2,6%) e galeria (2,0%). É possível explicar o baixo desempenho do primeiro vocábulo em específico, uma vez que nem todas as editoras analisadas tiveram apenas plataformas contendo suas informações. Uma pequena porção destas exibe suas páginas juntamente com a loja virtual, onde vendem as publicações que produzem e outros serviços que oferecem. Esse fato também justifica o uso da palavra cadastro, pois aparece justamente em livrarias on-line. Acerca do termo galeria, não existe um argumento particular para justificá-las além das diferentes estratégias de marketing e comercialização dentro das diversas editoras observadas.

Assim, o gráfico 5 expôs as seguintes informações:

Gráfico 5 - Divulgação: palavras-chave



Fonte: elaborado pela autora (2023).

A partir desse levantamento, portanto, os dois últimos objetivos específicos foram alcançados, sendo eles o de avaliação e análise da comunicação com os usuários por meio de suas plataformas digitais e as propostas de divulgação acerca da produção editorial nessa mesma conjuntura.

Por último, mas não menos significativa, a análise do questionário aplicado foi importante para fundamentar e elucidar uma parte da biblioteconomia que ainda está muito embaçada, sendo esta a sua faceta editorial. Como um todo, Editoras Universitárias brasileiras não possuem uma literatura vasta como outras áreas mais específicas dispõem. Por esse e outros motivos, a ausência de informações sobre a pessoa bibliotecária em sua bibliografia não é inesperada. Infelizmente, o profissional não é tido como essencial nesse processo que guia toda a produção editorial, mesmo com o embasamento de alguns autores garantindo o contrário.

7 CONCLUSÃO

Com base na análise dos resultados da pesquisa realizada nas plataformas digitais das Editoras Universitárias brasileiras, é possível afirmar que elas entregam serviços e produtos de comunicação que desempenham um grande papel para o êxito na disseminação de suas publicações e processo editorial, adaptando e inovando para dar suporte informacional eletrônico à sua comunidade acadêmica e usuários externos como podem. Apesar de contar com algumas falhas e desatualizações de poucas páginas em específico, todas estas estão relacionadas diretamente com os problemas expostos nos resultados de pesquisa.

No contexto geral, identificou-se que, em relação aos recursos informacionais digitais, essas editoras ainda caminham para uma ampliação destes serviços eletrônicos em especial. Nem todas estão no mesmo estágio informativo, o que gera uma desigualdade expressiva no que é oferecido em suas páginas e portais. Dessa forma, pode-se afirmar que, com o passar dos anos e a adequação dessas editoras ao ambiente virtual, seus produtos venham a tornar-se mais lapidados.

Pelo fato de ainda serem bastante atuais na conjuntura histórica brasileira, o panorama editorial digital não é tão homogêneo, com algumas oferecendo mais serviços e produtos do que outras. Obviamente, fatores externos e sociais também afetam essa condição, como a redução de orçamento universitário e oscilações constantes relacionadas a valores da administração atual, entre outros fatores.

Diante do que foi exposto, os serviços de comunicação mais utilizados por estas editoras em seu âmbito virtual são os mais tradicionais recentemente: e-mail e redes sociais. Além disso, a acessibilidade de tais plataformas mostrou-se evidente, revelando que as editoras estão de acordo com a Lei nº 10.098, que garante a inclusão digital e a eliminação de barreiras na Web. Por serem órgãos pertencentes a instituições governamentais, é ainda mais importante que os direitos à informação sejam garantidos e estejam presentes em todas as etapas de sua produção.

Sobre os serviços de divulgação, as mídias sociais aparecem novamente como uma das ferramentas mais utilizadas, mas o catálogo virtual e o histórico digital tiveram uma maior porcentagem de uso. Essa disponibilização de catálogo de publicações é um dos instrumentos mais significativos para um *website* de editora, assim como afirma Lima et al. (2018) quanto ao que se procura em uma plataforma digital editorial. Os elementos “como publicar, como

comprar, contato e catálogo de livros, entre outras, são informações relevantes que devem estar presentes na página”, além da estética e design (LIMA ET AL., 2018, p. 46).

Tendo em vista a ABEU e todos os benefícios que a parceria com a mesma representa, foi possível notar que eles são vantagens verdadeiras dentro do cenário editorial brasileiro, assim como também vê-se relevante internacionalmente. A grande maioria das editoras filiadas à Associação possuem *sites* mais bem organizados, com estruturas enfáticas e serviços diretos, afirmando a qualidade de seus produtos, estejam estes em plataformas de vendas ou apenas informativas. Tal afiliação torna diferente todo o processo de comunicação e, principalmente, de divulgação, bem como reitera as missões e valores das Instituições de ensino e das próprias editoras associadas.

Acerca do questionário aplicado para um maior entendimento do cenário editorial em que a pessoa bibliotecária estaria inserida, foi através do mesmo que houve a legitimação dos dados colhidos durante a pesquisa nas plataformas digitais das editoras. Por meio dele, as editoras afirmaram os resultados da pesquisa e esclareceram as dúvidas que ficaram a respeito da ausência do profissional bibliotecário dentro de suas estruturas. Além disso, apesar de o questionário ter ficado aberto por duas semanas, a comunicação com algumas editoras não foi estabelecida mesmo depois de várias tentativas, o que indica algum tipo de incompatibilidade entre os serviços comunicacionais analisados.

As limitações dessa pesquisa, como citadas algumas vezes, estão relacionadas a falta de atualização dos dados de alguns *sites* editoriais e o retorno ausente do total de editoras especificadas neste trabalho quanto ao questionário. Dessa forma, não foi possível obter dados integrais, ao mesmo tempo que este fato também corrobora para apontar as imprecisões existentes nesses *websites* e em seus serviços e produtos. Assim, vale evidenciar que o estudo alcançou seus objetivos e apresentou o que lhe foi proposto inicialmente.

Dessa forma, foi possível entender que existe uma demanda para ser preenchida quanto ao profissional bibliotecário e seu trabalho nas conjunturas editoriais universitárias brasileiras, e, por não estar sendo integralizada, é importante que tal discussão seja evidenciada a fim de que princípios morais e de criatividade não se percam entre as novas vertentes da profissão e cursos de formação. Portanto, a Biblioteconomia deve ser entendida como parte essencial da Editoração e vice-versa.

Para o desenvolvimento futuro de novas pesquisas acerca dessa temática, sugiro que uma análise mais profunda no que se refere às políticas editoriais seja realizada, para que alguma brecha a respeito dos bibliotecários seja encontrada. Uma vez que várias editoras, por meio do questionário encontrado nesse estudo, expressaram que as administrações de suas Universidades recusam pedidos - seja por falta de orçamento, oportunidade ou por não enxergarem o trabalho biblioteconômico necessário nesta esfera -, é possível que a mudança precise ser efetuada também diretamente na base editorial.

Outra sugestão cabível seria um estudo de continuidade sobre a usabilidade da comunicação e divulgação digital nas plataformas editoriais encontradas nesta análise.

REFERÊNCIAS

ABEU. Disponível em: <https://www.abeu.org.br/filiacao/>. Acesso em: 2 nov. 2022.

ABDALLA, D. *et al.* Onda Digital: a Universidade protagonizando a Inclusão Digital. In: **Anais do Workshop de Informática na Escola**. 2005. DOI <http://dx.doi.org/10.5753/cbie.wie.2005.%p>. Disponível em: <http://ojs.sector3.com.br/index.php/wie/article/view/847/833>. Acesso em 9 nov. 2022.

ABREU, L. A. de. Formação e produção acadêmica: o papel das editoras universitárias. **Estudos Ibero-Americanos**, [S. l.], v. 45, n. 2, p. 163–173, 2019. DOI 10.15448/1980-864X.2019.2.32339. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/iberoamericana/article/view/32339>. Acesso em: 2 nov. 2022.

ALBUQUERQUE, A.; SILVA, T. Plataformas digitais e departamentos de comunicação/relações públicas: uma revisão sistemática. **Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação**, n. 42, p. 62-77, 2021. DOI 10.17013/risti.42.62–77. Disponível em: <https://scielo.pt/pdf/rist/n42/1646-9895-rist-42-62.pdf>. Acesso em 2 dez. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDITORAS UNIVERSITÁRIAS. **Estatuto social da Associação Brasileira de Editoras Universitárias**. São Paulo: 2005. Disponível em: <http://www.abeu.org.br/estatuto>. Acesso em 5 dez. 2022.

BONILLA, Maria Helena Silveira; PRETTO, Nelson de Luca. **Inclusão digital**: polêmica contemporânea. Salvador: Edufba, 2011. DOI <https://doi.org/10.7476/9788523212063>. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/qfgmr>. Acesso em 9 nov. 2022.

BUFREM, L. S. Política editorial universitária: por uma crítica à prática. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 14, n. 1, p. 23-36, 2009. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/35864>. Acesso em: 12 dez. 2022.

BUFREM, L. S.; FREITAS, J. L. Editoras universitárias e informação científica. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 10, n. 1, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/151739>. Acesso em 31 nov. 2022.

_____. Editoras universitárias e informação científica (2019). **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/151774>. Acesso em 5 dez. 2022.

_____. Editoras universitárias no brasil: uma crítica para reformulação na prática. **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, v. 21, n. 1, 1992. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/71719>. Acesso em 5 nov. 2022.

BURCH, S. Sociedade da informação/sociedade do conhecimento. AMBROSI, A.; PEUGEOT, V.; PIMENTA, D. **Desafios das palavras**. Ed. VECAM, p. 01, 2005. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4036223>. Acesso em 12 dez. 2022.

CAPURRO, R.; HJORLAND, B. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 12, n. Perspect. ciênc. inf., 2007 12(1), p. 148–207, jan. 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-99362007000100012>. Acesso em 2 nov. 2022.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAUÍ, M. A universidade pública sob nova perspectiva. **Revista Brasileira de Educação**, n. Rev. Bras. Educ., 2003 (24), p. 5–15, set. 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-24782003000300002>. Acesso em 10 dez. 2022.

DE LIMA, I. F. *et al.* Avaliando a usabilidade dos websites de editoras universitárias brasileiras. **Ciência da Informação em Revista**, v. 5, n. 2, p. 42-53, 2018. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/ojs2-somente-consulta/index.php/cir/article/view/4111>. Acesso em 20 jan. 2023.

DO CARMO PEIXOTO, M. Relações de poder na universidade pública brasileira. **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**, v. 78, n. 188-89-90, 1997. DOI <https://doi.org/10.24109/2176-6681.rbep.78i188-89-90.1054>. Disponível em: <http://rbep.inep.gov.br/ojs3/index.php/rbep/article/view/733>. Acesso em 11 dez. 2022.

DOURADO, S. M.; ODDONE, N. E. **A produção de livros digitais por editoras universitárias brasileiras**: mapeando a inovação editorial para comunicação científica em CT&..I. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/182841>. Acesso em 22 dez. 2022.

DURHAM, Eunice Ribeiro. **As universidades públicas e a pesquisa no Brasil**. Núcleo de Pesquisas sobre Ensino Superior e Centro Brasileiro de Análise e Planejamento, 1998.

DOS SANTOS, J. B. N.; KUNZ, M. A. Estratégias de marketing em plataformas digitais. **Revista de Administração**, v. 12, n. 21, p. 73-92, 2014. Disponível em: <http://www.revistas.fw.uri.br/index.php/revistadeadm/article/view/1095>. Acesso em 16 dez. 2022.

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FRANCHETTI, P. Razão de ser das editoras universitárias. **ComCiência**, Campinas, n. 103, 2008. Disponível em: http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542008000600007&lng=pt&nrm=iso. Acesso em 6 nov. 2022.

GUEDES, M.; CARMO, D. O.; PEREIRA, M. E. Editoras universitárias: uma contribuição à indústria ou à artesanaria cultural?. **São Paulo em Perspectiva**, v. 14, p. 78-84, 2000. DOI <https://doi.org/10.1590/S0102-88392000000100009>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/spp/a/B9ms6rMh5fRZCTwCvHfxBnL>. Acesso em 10 dez. 2022.

KAWASAKI, C. S. Universidades públicas e sociedade: uma parceria necessária. **Revista da Faculdade de Educação**. 1997, v. 23, n. 1-2, p. 239-257. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-25551997000100013>. Acesso em 9 nov. 2022.

LIMA, I. F. de; LIMA, R. F. de; MARINHO, C. da S.; SILVA, H. G. de M. V. e. Avaliando a usabilidade dos websites de editoras universitárias brasileiras. **Ciência da Informação em Revista**, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 42–53, 2018. DOI 10.28998/cirev.2018v5n2d. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/4111>. Acesso em: 2 fev. 2023.

MARTINI, R. Inclusão digital & inclusão social. **Inclusão social**, v. 1, n. 1, 2005. Disponível em: https://www.brapci.inf.br/_repositorio/2010/05/pdf_1a9efe5edf_0010236.pdf. Acesso em 9 nov. 2022.

MINAYO, M. C. DE S.; SANCHES, O. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade?. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 9, n. Cad. Saúde Pública, 1993 9(3), p. 237–248, jul. 1993. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-311X1993000300002>. Acesso em 2 fev. 2023.

MORIGI, V. J.; PAVAN, C. Tecnologias de informação e comunicação: novas sociabilidades nas bibliotecas universitárias. **Ciência da Informação**, 2004, v. 33, n. Ci. Inf., 2004 33(1), p. 117–125, jan. 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-19652004000100014>. Acesso em 6 nov 2022.

NEVES, B. C.; GOMES, H. F. A convergência dos aspectos de inclusão digital: experiência nos domínios de uma universidade. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 13, n. 26, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/147/14712794008.pdf>. Acesso em 10 nov. 2022.

PAOLINELLI, S. M. R.; GAYDECZKA, B.; ANJO, L. F. R. S. As editoras universitárias no contexto da educação superior pública brasileira. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 24, p. 25-38, 2019. DOI <https://doi.org/10.1590/1981-5344/3134>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/zphVTNsWnYrMNxVLxDkK9Wz/abstract/?lang=pt>. Acesso em 6 nov. 2022.

PEREIRA, D. M.; SILVA, G. S. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como aliadas para o desenvolvimento. **Cadernos De Ciências Sociais Aplicadas**, [S. l.], v. 7, n. 8, 2010. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/ccsa/article/view/1935>. Acesso em 6 nov 2022.

PIVETTI, Michaella. **O diálogo gráfico/editorial**: projeto gráfico e hipóteses de trabalho. 1992. Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo, 1992. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/121586276576811264377197437594284784703.pdf>. Acesso em 22 dez. 2022.

PLETSCH, M. D.; PITANGA DE OLIVEIRA, M. C.; COLACIQUE, R. C. Inclusão digital e acessibilidade: desafios da educação contemporânea. **Revista Docência e Cibercultura**, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 13-23, abr. 2020. DOI <https://doi.org/10.12957/redoc.2020.50573>. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/re-doc/article/view/50573/33305>. Acesso em 10 nov. 2022.

RANGANATHAN, S. R. **As cinco leis da Biblioteconomia**. Brasília: Briquet de Lemos Livros, 2009. 336 p.

ROCHA, Ruth. **Minidicionário**. 10. ed. Rio de Janeiro: Scipione, 1997. 747 p.

RODRIGUES, A. V. F.; CRESPO, I. M. Fonte de informação eletrônica: o papel do bibliotecário de bibliotecas universitárias. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 4, p. 1-18, 2006. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/7876>. Acesso em 25 nov. 2022.

ROSA, F.; BARROS, S.; MEIRELLES, R. **Adoção do acesso aberto por uma editora universitária**: o caso da Editora da UFBA. 2012. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=50920>. Acesso em 5 jan. 2023.

SETZER, V. W. Dado, informação, conhecimento e competência. **DataGramZero**, v. 0, n. 0, 1999. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/7327>. Acesso em 5 nov. 2022.

SILVA, L. N. da. **Editoras e ciências sociais no Brasil**: a Zahar Editores e a emergência das ciências sociais como gênero editorial (1957-1984). 2019. 290 f. Tese (Doutorado em Sociologia). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://www.btdt.uerj.br:8443/handle/1/15454>. Acesso em 20 jan. 2023.

SIRIHAL, A. B.; LOURENÇO, C. de A. Informação e conhecimento: aspectos filosóficos e informacionais. **Informação & Sociedade**, v. 12, n. 1, 2002. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/e2e41dd88c519b9781fdc5899f557b8d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2030753>. Acesso em 5 nov. 2022.

SOUZA, K. R.; KERBAUY, M. T. M. Abordagem quanti-qualitativa: superação da dicotomia quantitativa-qualitativa na pesquisa em educação. **Educação e Filosofia**, [S. l.], v. 31, n. 61, p. 21-44, 2017. DOI 10.14393/REVEDFIL.issn.0102-6801.v31n61a2017-p21a44. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/EducacaoFilosofia/article/view/29099>. Acesso em: 5 fev. 2023.

TAKAHASHI, T. Inclusão Social e TICs. **Inclusão Social**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2005. Disponível em: <https://revista.ibict.br/inclusao/article/view/1509>. Acesso em 20 nov. 2022.

VALEIRO, P. M.; PINHEIRO, L. V. R. Da comunicação científica à divulgação. **Transinformação**, v. 20, n. Transinformação, 2008 20(2), maio 2008. Disponível: <https://www.scielo.br/j/tinf/a/jXWgggxBhXfsT57JDVbghp/>. Acesso em 10 jan. 2023.

APÊNDICE QUESTIONÁRIO

Prezado(a),

Meu nome é Mylena Xavier Butrago, sou graduanda do curso de Biblioteconomia e Ciências da Informação da FCI/UnB. Estou cursando o último período do referido curso e para suporte na minha pesquisa de monografia intitulada: “**Produtos e serviços nas plataformas digitais das Editoras Universitárias brasileiras: uma análise comparativa**”, solicito a colaboração na fase de coleta de dados.

Os dados serão extraídos de um formulário contendo 4 breves questões, sendo todas de resposta aberta. O tempo estimado para preenchimento do formulário é de 5 a 10 minutos. Sua participação é de suma importância para o resultado do meu trabalho.

Para participar da pesquisa acesso o link abaixo:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeknFA9smrBJu4PMYnFwhOxQ4qZvEO1QMwVKIPwsUinsR1kDQ/viewform?usp=sf_link.

Estou à disposição para esclarecimentos caso existam dúvidas.

Desde já, muito obrigada pela atenção!

Atenciosamente,

Mylena Xavier Butrago

Graduanda em Biblioteconomia e Ciência da Informação – FCI/UnB

180138049@aluno.unb.br

(61) 98180-2385

PRODUTOS E SERVIÇOS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS

Questionário destinado a coletar informações para a monografia da aluna Mylena Xavier Butrago, do curso de Biblioteconomia da Universidade de Brasília.

As perguntas abaixo dizem respeito à pesquisa sobre Editoras Universitárias, com o intuito de perceber qual o papel do bibliotecário dentro destas instituições.

1. Qual o nome da Editora em que trabalha e a qual Instituição ela está vinculada?

2. Quantos bibliotecários(as), *incluindo estagiários(as)*, existem nesta Editora?

Caso sua Editora não tenha bibliotecário(a) no quadro de funcionários, explique o motivo.

3. Qual a importância do(a) bibliotecário(a) na Editora?

4. Quais as tarefas desenvolvidas por esses profissionais na Editora?

ANEXO A - GRÁFICO 1

