
Produção editorial e gestão de editoras universitárias: Editora PUC Minas, um estudo de caso¹

Felipe GOMBERG²
Tatiana HELICH³
Nina Lua FERREIRA⁴
Marina MAGDALENO⁵

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)

Resumo

Desde a década de 1960, com o surgimento das primeiras editoras universitárias, o cenário editorial universitário brasileiro sofreu inúmeras mudanças e transformações. Com o intuito de entender e discutir as práticas editoriais que permearam essas editoras durante este tempo, busca-se traçar um panorama a partir de entrevistas e pesquisas sobre o surgimento, produção e gestão de editoras universitárias. Como primeiro estudo de caso, elegeu-se a Editora PUC Minas, principalmente devido ao marco de seus 20 anos de atuação oficialmente como editora da Universidade. Com isso, objetiva-se refletir sobre a edição universitária e pensar novos formatos para a divulgação científica.

Palavras-chave: editoras universitárias; mercado editorial; gestão editorial; edição; estudos editoriais.

Introdução

As editoras universitárias brasileiras surgiram no início da década de 1960, tendo como primeiros projetos editoriais os da Universidade de Brasília (UnB), a partir de 1961, e da Universidade de São Paulo (USP), logo em seguida, em 1962. Numa primeira etapa, as editoras eram percebidas apenas como gráficas a serviço da reprodução de livros de apadrinhados. Com a profissionalização e, conseqüentemente, a adoção de políticas editoriais consistentes, essa imagem estereotipada da editora universitária nascente foi sendo pouco a pouco revista e algumas Instituições de Ensino Superior (IEs) passaram a apresentar propostas inovadoras (BUFREM, 2011).

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Produção Editorial do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Professor de Jornalismo e Editoração (PUC-Rio). Doutor em Comunicação (PPGCOM/PUC-Rio). Editor-executivo da Editora PUC-Rio.

³ Doutoranda no PPGCOM/PUC-Rio. Mestre em Comunicação pela mesma instituição.

⁴ Graduada em Jornalismo (PUC-Rio) com pós-graduação em Técnicas, Práticas e Estudos da Tradução (PUC-Rio) e especialização em Publishing Management (FGV).

⁵ Graduada em Jornalismo (PUC-Rio).

Concorreram para esse desenvolvimento do mercado editorial universitário a criação da Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU), do Programa de Estímulo à Editoração do Trabalho Intelectual das IES Federais, da Secretaria de Ensino Superior do MEC (Proed) e do Programa Interuniversitário para a Distribuição do Livro (PIDL). Ainda que não representem uma ameaça a um mercado editorial liderado por editoras comerciais privadas, as editoras universitárias representam considerável parcela da produção editorial brasileira, ou 5% das empresas e 10% das novidades publicadas.

O trabalho das editoras universitárias busca refletir, entre seus principais objetivos, a edição (ou às vezes coedição) de obras, incentivando a produção e a divulgação de livros que interessem ao ensino universitário, da graduação à pesquisa e à extensão. Seu público-alvo não se limita a professores, pesquisadores e estudantes da universidade, mas visa atingir a sociedade como um todo, estabelecendo uma ponte entre os conhecimentos gerados no meio universitário e sua aplicação no meio social. Segundo Bufrem (2011), depoimentos e entrevistas realizadas pela autora com editores universitários revelam que essas editoras visam desempenhar “um papel dinamizador da cultura” e seus editores adotam posições divergentes sobre a construção e variedade dos assuntos a compor catálogos: uma das visões é de editora como mediadora de informações e conhecimentos produzidos no âmbito das IES; e outra, que destaca o permanente diálogo da instituição com a sociedade, dando ênfase aos conteúdos mais “autênticos”, “relevantes” e “recentes”.

Nesse diálogo com a sociedade, as editoras universitárias estão inseridas em um cenário de intensas transformações, o que faz da Produção Editorial não se ocupar apenas do livro, mas também acompanhar as mudanças que geram novas condições comerciais, tecnológicas e culturais para a produção, difusão e consumo de textos e produtos editoriais, sejam eles impressos, sonoros, audiovisuais ou multimídia. É nesse contexto que surge o Núcleo de Estudos Editoriais (NEE) da PUC-Rio, voltado para desenvolver pesquisas e eventos com o objetivo de discutir tanto as novas quanto as tradicionais práticas editoriais, compreender as dinâmicas do mercado editorial, refletir sobre a edição, tanto comercial quanto universitária, e pensar novos formatos para a divulgação científica.

Este artigo inicia uma série de estudos que visa realizar, por meio de entrevistas, levantamentos de origem, desenvolvimento e consolidação de editoras universitárias brasileiras, para compreender suas práticas, soluções e produtos. O Núcleo de Estudos

Editoriais da PUC-Rio entrevistou a diretora da Editora PUC Minas, Mariana Teixeira, e o ex-diretor Paulo Agostinho N. Baptista para entender o contexto em que surgiu a editora universitária mineira, suas principais atribuições e desafios. A escolha da Editora PUC Minas como primeiro objeto de estudo surgiu por dois fatores: a sede da Intercom 2023 ser na PUC Minas e pelo marco dos 20 anos de oficialização da editora.

A Editora PUC Minas no contexto das editoras universitárias

Dos diversos instrumentos do homem, o mais assombroso, sem dúvida, é o livro. Os demais são extensões de seu corpo. O microscópio, o telescópio, são extensões de sua vista; o telefone é extensão da voz; depois temos o arado e a espada, extensões de seu braço. Mas o livro é outra coisa: o livro é uma extensão da memória e da imaginação. (BORGES, 2008, p. 36)

Jorge Luis Borges, em *O livro* (2008), defende esse meio de comunicação como “extensão da memória e da imaginação” do indivíduo. Ao pensar na produção editorial que é realizada nas universidades, percebe-se o papel dessas editoras na edição, divulgação e disseminação de livros e, cada vez mais, de produtos editoriais que interessem ao ensino, à pesquisa e à extensão, tornando-se, dessa forma, “extensão da memória” de suas universidades. Em um contexto mais amplo, as primeiras editoras universitárias surgiram na Inglaterra, nas Universidades de Cambridge (1534) e de Oxford (1586), sendo até os dias de hoje consideradas referências na produção acadêmica.

No Brasil, a história das editoras universitárias é mais recente, datando sua origem nos anos 1960, conforme já mencionado. Contudo, esse processo se tornaria mais expressivo a partir dos anos 1980, década em que foram criadas 19 editoras universitárias em diversas regiões do país (BUFREM, 2011). Maria do Carmo Guedes e Maria Eliza Mazzilli (2000) destacam dois fatores que culminaram no crescimento exponencial das editoras, sendo eles: 1) as reuniões expressivas de diretores de gráficas das universidades federais com o objetivo de debater a padronização de impressos, custos e estratégias de aproveitamento de equipamentos; 2) a criação, em 1981, do PROED pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC), visando o incentivo da publicação científica das Instituições de Ensino Superior. Nessa mesma linha, Bufrem (2011) destaca outros dois pontos relevantes para o contexto editorial no país nos anos 1980: a implementação do Programa Interuniversitário para Distribuição do Livro (PIDL) e a criação da Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU), em 1987, cujo objetivo é

atuar no desenvolvimento da cultura editorial universitária, de modo corporativo e ético, fornecendo soluções, produtos e serviços adequados às necessidades dos associados, das instituições parceiras e dos leitores, contribuindo para as políticas do livro e da leitura no país⁶.

Na PUC Minas, a Editora surge nessa efervescência da década de 1980, como setor de publicações ligado à Pró-Reitoria de Extensão da Universidade, sob o comando da prof^a. Regina Coeli Correa Cardoso. Ainda nos anos 1980, com o falecimento de Cardoso, esse setor ficaria sob a responsabilidade do prof. Bonifácio José Teixeira, que investe na ampliação do processo editorial, criando Cadernos de diversos cursos – sendo Filosofia e Teologia os primeiros –, bem como na publicação de livros e pesquisas. O Programa de Pós-Graduação em Letras, coordenado pela prof^a. Dra. Ângela Tonelli Vaz Leão, foi um divisor de águas para criar as bases para a fundação de uma editora, pois permitiu que o volume e a qualidade das publicações aumentassem, a partir da divulgação de eventos do departamento e de publicações de pesquisas extensas, como a investigação das obras do autor João Guimarães Rosa.

Além de estimular a produção científica dos professores, as revistas acadêmicas funcionavam – e ainda funcionam na PUC Minas – como um canal de divulgação e troca de informações entre as instituições. Nessa época publicavam-se, apenas eventualmente, livros que atendiam a algumas demandas de cursos ou de professores como publicações da universidade.

Percebe-se que a origem da Editora PUC Minas se encaixa no contexto exemplificado por Bufrem (2011), em que, em muitos casos, as editoras universitárias ora surgiam a partir de pequenos parques gráficos, ora eram anexadas a núcleos ou projetos editoriais vinculados às assessorias de comunicação, ou mesmo, como no caso da PUC Minas, estavam vinculadas a uma das pró-reitorias da Universidade.

Apesar de sua origem na década de 1980, foi somente em novembro de 2002 que a Editora PUC Minas foi oficializada, a partir da criação do Conselho Editorial, durante a gestão do reitor prof. padre Geraldo Magela Teixeira, tendo como primeira diretora a prof^a. Maria Nazareth Soares Fonseca. Ao Conselho Editorial, juntamente com a diretoria, coube a discussão, apresentação e execução de linhas editoriais que contemplassem o ensino, a pesquisa, a extensão, a divulgação científica e até as artes. No início da editora, o serviço editorial contava com apenas duas funcionárias. Com a

⁶ Conforme missão destacada no site: <https://abeu.org.br/quem-somos/>.

construção do Conselho Editorial, o corpo de funcionários passaria a cinco colaboradores até 2018.

Nesse contexto, a editora deixa a Pró-Reitoria de Extensão e passa a estar sob a responsabilidade da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação. Em 2005, quem assumiu a direção foi o prof. Hélivio de Avelar Teixeira, até junho de 2006. Com a sua saída, o pró-reitor João Francisco de Abreu passou a responder pela editora até 2008, quando o prof. Geraldo Márcia Alves Guimarães assumiu a direção. O ex-prefeito de Belo Horizonte, Patrus Ananias de Souza, passa a ocupar o cargo de diretor em 2011, dando início a uma série de parcerias com editoras nacionais, como a Boitempo.

Entre 2014 e 2019, o conselheiro prof. Dr. Paulo Agostinho N. Baptista, que atuava como editor do periódico *Horizonte* da PUC Minas desde 2003, assumiu o cargo de direção. Nesse momento, mudanças significativas ocorreram nas áreas de distribuição e divulgação, com a criação da plataforma de e-book, do site para vendas on-line, além do convênio com a empresa Bookwire para divulgação e venda. Também houve as publicações em parceria, a busca de fomento e a criação de editais para os Programas de Pós-Graduação da universidade, em que uma obra era eleita para ser publicada pela editora.

A jornalista Mariana Teixeira ocupa o cargo de diretora desde 2019, quando uma crise financeira afastou parte da equipe. Apesar desse contratempo, Teixeira, contando com o apoio de bolsistas de iniciação científica, seguiu com os editais para os alunos de Programas de Pós-Graduação, que começam a ter seus livros publicados. Neste período, a sede da editora volta a ser dentro do campus Coração Eucarístico, tendo passado por dois prédios, por uma casa e pela biblioteca desde sua criação.

Acompanhando as demandas do mercado editorial, a editora enxergou nos e-books uma possibilidade de contornar a crise financeira e de chamar a atenção do público universitário, cujos hábitos de leitura e de consumo de livros foram se transformando a partir da chegada de novas tecnologias. Assim, o plano foi investir no desenvolvimento de e-books e na impressão sob demanda. Outra conquista foi a recuperação da participação em eventos editoriais nacionais, como os promovidos pela ABEU, além de manter antigas parcerias em feiras, como a Feira do Livro da UFMG.

Segundo a atual diretora da Editora PUC Minas, Mariana Teixeira,

a missão foi se delineando aos poucos, com avanços e retrocessos, mas sempre buscando atingir seu principal público, o universitário, embora tendo a consciência da importância do leitor extramuros.

Com 20 anos de atuação, a Editora PUC Minas é considerada por sua atual diretora como ainda “jovem com anseios de se afirmar, sabendo da dependência da estrutura da universidade, porém, buscando novos ares e parcerias” para manter os níveis qualitativos e quantitativos de sua produção. “Não é um objetivo fácil nem simples, mas ainda acreditamos que vale a pena sonhar”, conta Teixeira em entrevista ao Núcleo.

Entre os desafios observados no estudo de caso da Editora PUC Minas, percebeu-se que os serviços de divulgação e distribuição da produção acadêmica ainda são um dos entraves entre as editoras universitárias. De acordo com Abel Packer (2019), no Brasil, nos últimos anos, a produção do livro acadêmico atingiu uma média anual de 2800 títulos e entre os periódicos da SciELO Brasil, considerando as humanidades, foram mais de 40% das citações conferidas a livros, o que mostra a importância do livro na pesquisa e ensino acadêmicos. Assim, Packer (2019) ressalta a busca tanto por maior eficiência quanto por maior visibilidade das produções editoriais como sendo questão central na gestão das editoras universitárias. Nessa linha, Jézio Gutierre (2022) destaca a incorporação dos e-books na edição universitária, pois têm sido ao mesmo tempo veículos que alteram o modelo editorial tradicional como também alternativas para novos conteúdos editoriais, novas formas de escrita e, principalmente, de publicação e armazenamento.

A gestão editorial nas universidades e a experiência da PUC Minas

As editoras universitárias não chegam a disputar as prateleiras de livrarias físicas e virtuais com as comerciais, mas já representam hoje, como dito, uma fatia de 10% das publicações disponíveis no mercado editorial brasileiro. Se no passado se limitavam a publicar teses, dissertações, textos técnicos e didáticos para cursos de graduação e pós-graduação, além de gerenciar periódicos, atualmente desejam ir além: sair do óbvio é o que se impõe em um mercado que se abre a novos autores e obras.

No início da década de 1980, mais de 50% das editoras universitárias publicavam tão somente a produção dos “autores da casa” (LUZZATTO, 1984). Sim, essas editoras ainda hoje valorizam a publicação da produção intelectual dos professores das suas próprias instituições, mas não somente. Bufrem (2011) confirmava a predileção das editoras universitárias pelas obras originadas em suas próprias instituições. “Costuma-se dizer, muito genericamente, que elas publicam o conhecimento produzido nas IES e nos institutos de pesquisa” (GIANOTTI e MAGADAN, 2018, p.43). Se há mais de dez anos,

quando Bufrem se debruçou sobre as editoras universitárias, já aparecia uma tendência à construção de catálogos mais abrangentes, alguns gêneros literários como romances, poemas, literatura infantil ou infantojuvenil continuariam a ser descartados pelos conselhos editoriais nas universidades.

Com o passar do tempo, observou-se que a editora universitária passaria a buscar a adaptação de textos de teses e dissertações para o formato livro. Entretanto, essas mudanças propostas por editores acadêmicos eram bem discretas. Nos textos de Introdução, a frequente menção à própria tese era trocada pela referência ao livro: de “nesta tese” para “neste livro”. Os ajustes cosméticos nos textos não resolviam o problema de que muitos dos trabalhos acadêmicos transformados em livro interessam a apenas um pequeno número de leitores.

A Editora PUC Minas recebe originais em fluxo contínuo para avaliação com vistas à publicação. Se por um lado ainda se percebe uma ênfase em publicações de autores da própria universidade e a publicação de uma ou outra tese adaptada, a editora tem buscado desconectar-se dessa obrigação de ir ao encontro do “autor da casa”. Mais recentemente o foco tem sido encontrar originais de obras didáticas. Em produção neste momento, por exemplo, um título sobre equações diferenciais para cursos de cálculo.

Um edital para publicar e-books ligados aos programas de pós-graduação da PUC mineira é uma outra novidade da editora para este ano de 2023. Com o edital, a Editora PUC Minas continua a prestigiar o “autor da casa”, sim. Por outro lado, a editora se desobriga a buscar esse autor da própria instituição para publicá-lo em outros projetos editoriais de obras. Outra especificidade é que o edital pode também publicar livros de egressos dos programas de pós-graduação. O requisito mínimo para publicar no edital é ser doutor por um dos programas da universidade, mas o autor pode já não estar mais vinculado à instituição.

Esse modelo de publicação via editais, que está cada vez mais frequente no contexto universitário, é possível para essa editora, uma vez que a Editora PUC Minas recebe da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação uma verba anual para a produção editorial de seus livros. Durante os últimos anos, a Universidade teve que reduzir o nível de investimento em publicações dados os desafios impostos pela economia brasileira. Ainda assim, reconhece-se que essa casa editorial tem equilibrado a presença no catálogo entre obras mais acadêmicas e outras com potencial de mercado. Entre as obras com bom resultado de vendas estão a obra coletiva *Expansão econômica e geopolítica da China no*

século XXI, publicada em 2018, que já chega à sua segunda edição; a tradução *Para compreender Lacan*, de Hervé Castanet, publicada em 2019; além dos títulos da coleção Pedagogia do Ensino Religioso, como o e-book de Jacqueline Crepaldi Souza, *A criança e o sentido da vida*, publicado ano passado.

Nos últimos anos, entretanto, a Editora PUC Minas tem recuperado sua capacidade de produção. Se, entre 2016 e 2021, a editora publicava um título novo em média por mês, no último ano (2022) alcançou a expressiva marca de 23 novas obras para o catálogo, dobrando sua média de produção.

A despeito das especificidades do mercado editorial universitário, se é possível por vezes construir *best sellers* acadêmicos, algumas características do campo científico têm prejudicado o interesse comercial em obras com origem nas universidades. Autores têm buscado outras formas de publicação para seus trabalhos acadêmicos. A crescente oferta de livros em acesso aberto, a valorização da publicação de artigos em periódicos e a internacionalização de programas de pós-graduação estão entre os fatores que contribuem para dificultar a vida dos editores na procura por novos títulos e autores de qualidade na construção de catálogos (RODRIGUES et al., 2019, p.155-156).

Considerando esse cenário de concorrência do livro universitário com outras formas de publicação, cabe às editoras universitárias incluir em seu mix de publicações outras possibilidades para os autores acadêmicos, para além dos livros tradicionalmente impressos. A Editora PUC Minas se movimenta também nesse sentido. Ela é a responsável por realizar a administração dos periódicos científicos da Universidade a partir da plataforma Open Journal System (OJS), fazendo a gestão editorial de cerca de 30 edições de periódicos variados por ano. Além disso, tem também apostado nos livros em acesso aberto. No último ano, 4 dos 23 novos títulos foram oferecidos como e-books gratuitos em pdf. O próximo item deste artigo retomará a questão dos e-books pelo viés da tecnologia a partir dos recentes desafios da gestão editorial.

Desafios da gestão editorial e os caminhos das novas tecnologias

Por serem majoritariamente de porte menor que editoras comerciais, contando com orçamentos e tiragens mais limitados que suas contrapartes, as editoras universitárias enfrentam desafios únicos de produção editorial, entre os quais se destacam a ampla divulgação e distribuição das obras publicadas.

No âmbito da distribuição dos livros, um dos maiores entraves à chegada dos títulos de editoras universitárias às mãos dos leitores no Brasil é a tiragem. Enquanto a tiragem média de livros de editoras comerciais no Brasil é de 3.000 exemplares (MATOS, 2020), um levantamento da Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU) realizado em 2021 aponta que 59,8% dos títulos publicados naquele ano tiveram tiragem menor que 500 exemplares, com apenas 8,5% tendo tiragens acima de 1.000 exemplares. A Editora PUC Minas não foge a essa tendência, com tiragens de 500 exemplares, às vezes reduzidas para 300 exemplares, para a maioria de suas obras publicadas em formato impresso, como relatou o professor Paulo Agostinho N. Baptista em entrevista a este Núcleo de Estudos Editoriais.

Um dos principais fatores apontados pelo professor para as baixas tiragens é o custo de impressão e a dificuldade do manejo do estoque, uma vez que, no caso específico da Editora PUC Minas, não há um espaço próprio para o armazenamento de grande volume de exemplares. Esses são desafios compartilhados por muitas casas editoriais de pequeno porte no Brasil. De fato, o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (Snel) aponta que os custos industriais (papel, impressão e embalagem) representam cerca de 10% do valor de capa de um livro, isto é, o valor que o leitor efetivamente paga por exemplar (MATOS, 2020). Custos com armazenagem e transporte dos exemplares podem chegar a 5% do preço de capa.

Para editoras universitárias, o desafio imposto pelos custos de impressão impacta um de seus pilares primordiais: o da difusão do conhecimento. Como aponta Marcelo di Renzo no prefácio de *Um livro: do autor ao leitor*:

O comprovado amadurecimento profissional do segmento não impede que arquetemos ainda, como herança da jovem história editorial brasileira, com um sem-número de dúvidas e espantos acerca das interpretações sobre o que pode ou deve ser/fazer uma editora universitária, dividida entre a exigência de uma atuação comercial competitiva e a de ser uma atividade integrante e vital à difusão acadêmica. (DI RENZO, 2018)

No entanto, com as tiragens baixas praticadas pelas editoras universitárias, essa difusão do conhecimento acadêmico acaba sendo prejudicada, tendo em vista o número reduzido de leitores que terão acesso às obras. Nesse sentido, a incorporação dos e-books na edição universitária vem como uma solução para essa questão. Como afirma Jézio Gutierre (2022, p. 113), há por um lado a responsabilidade intrínseca à universidade de “partilhar o conhecimento que produz com o restante da sociedade que a abriga e sustenta”. Para ele, “a digitalização dos conteúdos e a proliferação de meios alternativos

de comunicação da produção acadêmica são elementos que devem ser obrigatoriamente saudados e fomentados pela universidade” (p. 113).

Cada vez mais, os e-books vêm ganhando destaque na gestão dos catálogos das editoras universitárias. O levantamento da ABEU (2021) indica que 93,9% das associadas publicavam livros digitais, apontando a grande aceitação do formato entre essas entidades. Gutierre comenta sobre a importância da digitalização dos catálogos para a ampliação do alcance das obras:

O apoio ao livro eletrônico deve ser dado não para substituir os meios tradicionais, mas como um canal a mais de divulgação, capaz de atingir um público que, em outras circunstâncias, não seria alcançado. Leitores e leituras têm, sim, seu número acrescido caso mais livros estejam mais acessíveis. E isso se aplica tanto ao público externo à universidade quanto ao interno: as possibilidades de disponibilização de livros eletrônicos tanto para o corpo discente universitário quanto para o público ilustrado geral, por exemplo, precisam ser exploradas e certamente trarão frutos importantes em futuro próximo. (GUTIERRE, 2022, p. 113)

A Editora PUC Minas abraçou o formato eletrônico para atingir cada vez mais leitores com suas obras. De acordo com o professor Paulo Agostinho N. Baptista, os anos de 2018 e 2019 foram um “ponto de virada”, em que a casa editorial passou a privilegiar a publicação de suas obras no formato digital, possibilitando o acesso a mais leitores de diversas partes do Brasil e do mundo. Hoje, a editora conta com 43 títulos no catálogo da Amazon, a maior distribuidora de livros digitais do Brasil e do mundo.

Atualmente, de acordo com a diretora da Editora PUC Minas, Mariana Teixeira, a política de distribuição é focada no meio digital, com a publicação da maioria das obras apenas no formato e-book. As publicações impressas são feitas principalmente em obras com fomento ou em convênio, onde há a participação de autores ou de instituições na divisão dos custos de impressão, além de livros especiais e títulos institucionais.

Apesar de os novos lançamentos já virem prioritariamente em formato eletrônico, um desafio para a Editora PUC Minas, de acordo com o prof. Paulo Agostinho N. Baptista, é a digitalização de todo o fundo de catálogo – isto é, obras publicadas há mais tempo e que ainda não têm versão em e-book.

Outro aspecto desafiador para que os livros universitários alcancem todo o seu potencial de público é a divulgação, em especial no que diz respeito aos aspectos de comunicação e marketing. Em contraste com as grandes editoras comerciais, que têm equipes robustas nas áreas de Assessoria de Imprensa, Marketing e Comercial, além de

dedicarem orçamentos para divulgação das obras que podem chegar a 5% do preço de capa (COELHO, 2013), as editoras universitárias não contam com essa mesma estrutura – 50% não possuem equipe de comunicação, de acordo com levantamento realizado pela ABEU em 2021 com suas associadas.

O mesmo levantamento (ABEU, 2021) aponta uma redução ainda maior na equipe própria de comunicação tradicional. Enquanto, em 2018, 35,29% das editoras universitárias participantes da pesquisa contavam com assessoria de imprensa própria, em 2021 o número caiu para 28,7%, indicando uma diminuição expressiva das equipes dedicadas à divulgação dos livros em veículos de imprensa tradicionais.

A Editora PUC Minas apresenta um cenário semelhante ao da maioria das casas editoriais universitárias. Hoje, não conta com equipe própria de comunicação e marketing. Diante desse desafio, a criação de conteúdo no meio digital é uma estratégia que permite contornar dificuldades de divulgação.

O relatório da ABEU indica a acentuação do uso de novas tecnologias e meios eletrônicos como canais de disseminação da produção das editoras universitárias. A porcentagem de editoras com sites próprios cresceu de 82,76% para 88,8% entre 2019 e 2021, demonstrando que este já é um meio amplamente usado pelo setor.

Entre os canais de interação com os leitores, a pesquisa mostra que 91,3% das editoras usam site; 77,5% usam Instagram; 68,8% usam Facebook; 35% usam Youtube; 21,3% usam Twitter e 16,3% usam boletim eletrônico (ABEU, 2021). Como pode ser observado, o uso de redes sociais e outros formatos próprios do digital são estratégias que vêm sendo usadas pelas editoras universitárias como formas de aproximação com o público e divulgação das obras.

Na Editora PUC Minas, de acordo com o prof. Paulo Agostinho N. Baptista em entrevista a este Núcleo, o lançamento de um site próprio foi uma estratégia eficaz de divulgação, alavancando as vendas. Além disso, hoje a editora conta com perfis no Facebook e no Instagram, onde mostra lançamentos e participações em feiras e eventos.

Nas entrevistas ao Núcleo, tanto Mariana Teixeira, atual diretora, quanto o prof. Paulo Agostinho N. Baptista, que já atuou no cargo, demonstram que a busca por novas tendências e meios de divulgar e distribuir a produção da Editora PUC Minas devem ser intensificadas nos próximos anos, sempre visando ao seu intuito primordial, que é produzir e difundir o conhecimento produzido na universidade.

Considerações finais

Contando com orçamentos e tiragens mais limitados que editoras comerciais, as editoras universitárias enfrentam desafios únicos de gestão e produção editorial, entre os quais se destacam a divulgação e distribuição das obras publicadas. O custo de impressão bem como o gerenciamento de espaço de estoque têm sido preocupação das mais diversas editoras, contudo, ao olhar para as editoras universitárias, esses desafios ganham maior repercussão, como no caso da Editora PUC Minas que reduziu suas tiragens impressas e focou na produção de e-books. Da mesma forma, por serem estruturadas por equipes reduzidas com foco na produção editorial das obras e por contarem com baixos orçamentos, essas mesmas editoras universitárias não contam com equipes de comunicação e marketing especificamente para ampla divulgação de suas produções. Assim, muitas como a Editora PUC Minas acabam restringindo suas divulgações ao site, Instagram, Facebook e alguma plataforma de distribuição de e-books.

Assim, inseridas em um cenário de intensas transformações, as editoras universitárias acompanham as mudanças do mercado editorial e precisam, constantemente, rever suas condições comerciais, tecnológicas e culturais para a produção, difusão e consumo de produtos editoriais, sejam eles dos mais diversos formatos como audiolivros, os próprios e-books que ganharam relevância nos últimos anos, produtos multimídia e audiovisuais. Apesar das mudanças necessárias ao longo do tempo, como extensões do conhecimento gerado nas Universidades, cabe às editoras universitárias continuarem estimulando, incentivando e divulgando a produção científica.

Diante do cenário atual, com usos de novas tecnologias e novos modos do fazer editorial, estariam as editoras universitárias repensando suas estratégias de gestão? Diante de uma intensa produção intelectual que é realizada na universidade, qual conhecimento as editoras universitárias devem editar e publicar? Através de questões como essas, o Núcleo de Estudos Editoriais da PUC-Rio busca traçar o perfil de editoras universitárias com mais de 20 anos de atuação, o que trará um cenário de mudanças e adaptações que poderão ajudar na reflexão sobre o futuro das editoras universitárias.

Referências bibliográficas

ABEU. **Pesquisa ABEU 2021.** Disponível em: https://abeu.org.br/documents/7/Pesquisa_ABEU_2021.pdf. Acesso em 11/08/2023.

ARGOLLO, Rita Virginia; ROSA, Flavia. (Orgs.). **Editoras universitárias: desafios contemporâneos.** São Paulo: ABEU, 2022.

BORGES, Jorge Luis. **O livro**. São Paulo: Edusp, 2008.

BUFREM, Leilah Santiago. Edição universitária no Brasil. In: CANOSSA-MENDES, João Carlos; RESTREPO, Juan Felipe Córdoba. (Eds.). **Edición universitaria en América Latina debates, retos, experiencias**. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2011.

BUFREM, Leilah Santiago. **Editoras universitárias no Brasil: uma crítica para a reformulação da prática**. 2. ed. rev. ampl. São Paulo: Editora Unesp, 2015.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Editora Unesp, 1998.

COELHO, Alfredo S. V. Como calcular o preço de capa de um livro. In: **ID Designer**, 24 jun., 2013. Disponível em: <https://iddesigner.wordpress.com/2013/04/26/como-calculiar-o-preco-de-capa-de-um-livro/>. Acesso em 11/08/2023.

DARNTON, Robert. **A questão dos livros: passado, presente e futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

DI RENZO, MARCELO. “Prefácio”. In: GIANOTTI, Carlos Alberto & MAGADAN, Gabriel. **Um livro: do autor ao leitor**. São Paulo: ABEU, 2018.

GIANOTTI, Carlos Alberto. Prêmio ABEU pela excelência de edições acadêmicas. In: ARGOLLO, Rita Virginia; ROSA, Flavia. (Orgs.). **Editoras universitárias: desafios contemporâneos**. São Paulo: ABEU, 2022.

GIANOTTI, Carlos Alberto; MAGADAN, Gabriel. **Um livro: do autor ao leitor**. São Paulo: ABEU, 2018.

GUEDES, Maria do Carmo; PEREIRA, Maria Eliza Mazzilli. Editoras Universitárias – uma contribuição à indústria ou à artesanía cultural? **São Paulo em Perspectiva**, v. 14, n. 1, 2000.

GUTIERRE, Jézio. Os e-books: destino, esperanças e maldições da edição acadêmica. In: ARGOLLO, Rita Virginia; ROSA, Flavia. (Orgs.). **Editoras universitárias: desafios contemporâneos**. São Paulo: ABEU, 2022.

LUZZATO, D. C. A editora da UFGS e as demais editoras universitárias brasileiras. In: MESQUITA, J. V. C. **Sobre livros: aspectos da editoração acadêmica**. Fortaleza: UFC, 1984.

MARQUES NETO, J. C. O que fazer com os conteúdos? O livro do século XXI na avaliação acadêmica. **Interface**, Botucatu, v. 9, n. 18, dez./2005.

MATOS, Taís. “Livro, artigo de luxo? Quanto custa e quanto pode custar um livro no Brasil”. In: **G1**, 17 ago. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/08/17/livro-artigo-de-luxo-quanto-custa-e-quanto-pode-custar-um-livro-no-brasil.ghtml>. Acesso em 11/08/2023.

PACKER, Abel L. “Prefácio”. In: ROSA, Flavia; ARGOLLO, Rita Virginia. (Orgs.). **Editoras universitárias: estratégias de gestão**. São Paulo: ABEU, 2019.

RODRIGUES, Kátia de Oliveira; ROSA, Flávia Goulart; OLIVEIRA, Marlene; BARROS, Susane. O livro no Sistema de Avaliação da Capes. In: ROSA, Flavia; ARGOLLO, Rita Virginia (Orgs.). **Editoras universitárias: estratégias de gestão**. São Paulo: ABEU, 2019.

ROSA, Flavia. Os livros e a memória: acesso livre e repositórios institucionais. In: CANOSSA-MENDES, João Carlos; RESTREPO, Juan Felipe Córdoba. (Eds.). **Edición universitaria en América Latina debates, retos, experiencias**. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2011.

THOMPSON, J. B. **Mercadores de cultura: o mercado editorial no século XXI**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.