

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM POLÍTICAS PÚBLICAS

JOÃO MANOEL MARTINS

**EDITORAS UNIVERSITÁRIAS PARANAENSES: DISTRIBUIÇÃO E CIRCULAÇÃO
DO LIVRO UNIVERSITÁRIO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DO
PARANÁ**

Maringá
2016

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM POLÍTICAS PÚBLICAS

JOÃO MANOEL MARTINS

**EDITORAS UNIVERSITÁRIAS PARANAENSES: DISTRIBUIÇÃO E CIRCULAÇÃO
DO LIVRO UNIVERSITÁRIO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DO
PARANÁ**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Estadual de Maringá, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Políticas Públicas.

Área de concentração: Elaboração de Políticas Públicas

Orientador: Prof. Dr. Walter Lúcio de Alencar Praxedes

Maringá
2016

**Catálogo elaborado pela Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central da
Universidade Estadual de Londrina.**

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

Bibliotecária Responsável: Marlova Santurio David – CRB 9/1107

M386e Martins, João Manoel.

Editoras universitárias paranaenses : distribuição e circulação do livro universitário das instituições de ensino superior do Paraná / João Manoel Martins. – Maringá, 2016.
89 f.

Orientador: Walter Lúcio de Alencar Praxedes.
Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas) – Universidade Estadual de Maringá, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, 2016.
Inclui bibliografia.

1. Editoras universitárias – Publicações – Paraná – Teses. 2. Livros – Publicação e distribuição – Teses. 3. Mercado editorial – Paraná – Teses. I. Praxedes, Walter Lúcio de Alencar. II. Universidade Estadual de Maringá. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas. III. Título.

CDU 655.59

JOÃO MANOEL MARTINS

**EDITORAS UNIVERSITÁRIAS PARANAENSES: DISTRIBUIÇÃO E CIRCULAÇÃO
DO LIVRO UNIVERSITÁRIO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DO
PARANÁ**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Estadual de Maringá, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Políticas Públicas pela Comissão Julgadora composta pelos membros:

COMISSÃO JULGADORA

Prof. Dr. Walter Lúcio de Alencar Praxedes
Universidade Estadual de Maringá (Orientador)

Prof. Dr. Antônio Ozaí da Silva
Universidade Estadual de Maringá – UEM

Prof. Dr. Renato Pianowski de Moraes
Universidade Estadual de Londrina – UEL

Aprovada em: 29/07/2016.

Local de defesa: Bloco H35, sala 07 às 14h
Campus da Universidade Estadual de Maringá.

AGRADECIMENTOS

Manifesto aqui meus agradecimentos a todos que direta ou indiretamente contribuíram para que eu desse início ao Programa de Mestrado em Políticas Públicas e que o concluísse. Não dá para nominar a todos, mas alguns merecem meu destaque.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas pelo compartilhamento de todo o vosso conhecimento, incentivo, orientações e paciência com nossas dificuldades, afinal éramos 30 mestrandos de origens, formações e experiências muito distintas, a heterogeneidade da turma tornou mais árduo o vosso trabalho.

Ao Professor Doutor Walter Lúcio de Alencar Praxedes, professor e orientador, pela paciência e contribuição para a execução deste trabalho.

Aos Professores Doutores Ivanor Nunes do Prado e Antônio Ozaí da Silva, que participaram da banca de qualificação e, com suas sugestões, contribuíram de forma muito significativa para a conclusão da minha pesquisa.

Aos Professores Doutores Antônio Ozaí da Silva e Renato Pianowski de Moraes, que participaram da banca de defesa desta dissertação.

Aos meus pais e familiares pelo suporte, pela força e, acima de tudo, pela compreensão no estresse e nas ausências.

À equipe da Secretaria do Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, em especial ao Fernando Sabino Júnior, pela paciência e pelo suporte com os inúmeros pedidos de informações e documentos.

Aos amigos e companheiros de trabalho da UEL que, assim como eu, se lançaram nesta empreitada por longos 24 meses, e aos demais amigos de turma, vocês deixarão saudades.

À Maria Helena de Moura Arias (ex-diretora da Eduel), que me incentivou e liberou para participar do processo de seleção e, posteriormente, do Programa de mestrado.

Ao Professor Luiz Carlos Migliozi Ferreira de Mello (diretor da Eduel), por permitir minha continuidade no Programa, mesmo com as restrições de pessoal na equipe da Editora.

Aos meus companheiros de profissão e funcionários das editoras da UEL, da UEM e da UEPG, que contribuíram com suas entrevistas para que eu pudesse chegar aos resultados de minha pesquisa.

À minha parceira de trabalho Rosely Dias da Silva, pelo suporte na minha ausência na divisão, possibilitando meu afastamento para concluir esta dissertação e participar das aulas durante o Programa.

E, finalmente, a Deus, por me dar saúde, sabedoria e forças para chegar ao término desta jornada.

Em princípio, só numa sociedade igualitária os produtos literários poderão circular sem barreiras, e neste domínio a situação é particularmente dramática em países como o Brasil, onde a maioria da população é analfabeta, ou quase, e vive em condições que não permitem a margem de lazer indispensável à leitura. [...] Pelo que sabemos, quando há um esforço real de igualitarização há aumento sensível do hábito de leitura, e, portanto difusão crescente das obras.

Antonio Candido

MARTINS, João Manoel. **Editoras universitárias paranaenses**: distribuição e circulação do livro universitário das instituições de ensino superior do Paraná. 2016. 129 f. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas) – Universidade Estadual de Maringá, Maringá.

RESUMO

Esta dissertação dedica-se à análise e à investigação dos problemas de distribuição do Livro Universitário, em especial das editoras das universidades públicas do Paraná. Iniciamos nossa pesquisa apresentando um breve histórico sobre os caminhos do livro no Brasil, a atividade editorial universitária, os números do mercado editorial brasileiro, a situação da edição universitária no país e as políticas públicas para o livro, desde a chegada da Família Real ao país. No segundo capítulo, passamos a investigar o campo universitário brasileiro e o subcampo editorial, suas relações com a sociedade e as pressões que sofre este último, sempre amparados na teoria dos campos sociais de Pierre Bourdieu. Já o terceiro capítulo é utilizado para analisar trechos de entrevistas efetuadas com diretores e servidores das editoras universitárias paranaenses, entrevistas estas realizadas com o intuito de coletar dados que subsidiassem nossa pesquisa e que possibilitassem apontar os principais problemas que afetam as editoras universitárias do estado do Paraná, para que, ao final deste trabalho, pudéssemos enumerá-los e, dentro do possível, propor algum caminho para a solução, ou pelo menos uma forma de minimizá-los. Como base, efetuamos um levantamento histórico e bibliográfico sobre a história do livro e do mercado editorial brasileiro desde o período do império até os dias atuais. Também investigamos a trajetória das principais editoras das universidades do estado do Paraná e os desafios da participação no competitivo mercado editorial.

Palavras-chave: Editoras universitárias. Livro universitário. Distribuição e circulação de livros. Mercado editorial.

MARTINS, João Manoel. **The publishers university of Paraná:** distribution and circulation of the university book of the higher Paraná educational institutions. 2016. 129 P. Dissertation (Master's Degree in Public Politics) – State University of Maringá, Maringá.

ABSTRACT

This work was dedicated to analysis and research of the University Book distribution problems, particularly publishers of the Public Universities of Paraná. We began our research by presenting a brief history of the book of the ways in Brazil, the university publishing activity, the number of Brazilian publishing market, the situation of the university issue in the country and public policies for the book, since the arrival of the royal family to the country. In the second chapter we investigate the Brazilian university field and subfield editorial, its relations with society, the pressures it suffers always supported the theory of social field of Pierre Bourdieu. The third chapter we use to analyze excerpts from interviews conducted with officers and servants of Paraná university presses, in order to collect data that subsidize our research, which could allow to point out the main problems affecting the university presses of Paraná state, so that the end this work could list them, and where possible to propose a way to solve, or at least a way to minimize them. We have carried out a history and literature, the history of the book and the Brazilian publishing market since the period of the empire to the present day, also investigated the trajectory of the leading publishers of Paraná state universities, the challenges of participation in the competitive publishing market.

Keywords: Publishing university. University book. Books distribution and circulation. Publishing.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEU	Associação Brasileira de Editoras Universitárias
CBL	Câmara Brasileira do Livro
EDUEL	Editora da Universidade Estadual de Londrina
EDUEM	Editora da Universidade Estadual de Maringá
EDUEPG	Editora da Universidade Estadual de Ponta Grossa
EDUSP	Editora da Universidade de São Paulo
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
IES/PR	Instituições de Ensino Superior do Estado do Paraná
MEC	Ministério da Educação
SETI	Secretaria de Ciência e Tecnologia do Estado do Paraná
SNEL	Sindicato Nacional dos Editores de Livros
SNEU	Seminário Nacional de Editoras Universitárias
UEL	Universidade Estadual de Londrina
UEM	Universidade Estadual de Maringá
UEPG	Universidade Estadual de Ponta Grossa
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UNESP	Universidade Estadual Paulista
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO 1 – CAMINHOS DO LIVRO NO BRASIL, DO IMPÉRIO ÀS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS	15
1.1 OLIVRO NO BRASIL.....	15
1.2 EDITORAS UNIVERSITÁRIAS NO BRASIL.....	17
1.3 MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO, OS NÚMEROS DA PRODUÇÃO E OS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO (2012 a 2014).....	22
1.4 PANORAMA ATUAL DA EDIÇÃO UNIVERSITÁRIA BRASILEIRA (PESQUISA ABEU/2015).....	32
1.5 POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O LIVRO: BREVE HISTÓRICO.....	34
1.6 ABEU, A INSTITUCIONALIZAÇÃO DO PIDL.....	38
CAPÍTULO 2 - O CAMPO UNIVERSITÁRIO E AS SUAS RELAÇÕES: A UNIVERSIDADE E A SOCIEDADE	42
2.1 O CAMPO ACADÊMICO: A UNIVERSIDADE COMO UM CAMPO.....	42
2.2 UNIVERSIDADE E SOCIEDADE: UMA RELAÇÃO ENTRE SABER E PODER..	45
2.3 O LIVRO E A SOCIEDADE.....	47
2.4 EDITORAS UNIVERSITÁRIAS PARANAENSES: EDUEL, EDUEM E EDUEPG, EDITORAS EM ESTUDO	49
CAPÍTULO 3 - EDITORAS UNIVERSITÁRIAS PARANAENSES, CAMPO DE PESQUISA (AS ENTREVISTAS)	55
3.1 PUBLICAR OU PERECER: QUANTIDADE X QUALIDADE, INTERFERÊNCIAS NO CAMPO.....	56
3.2 DESCONTINUIDADE E A FALTA DE QUALIFICAÇÃO E MANUTENÇÃO DOS PROFISSIONAIS DO LIVRO	59
3.3 AS DISPUTAS NO CAMPO: A EDITORA EM UM MUNDO “QUE NÃO É SEU”	62
3.4 A COMERCIALIZAÇÃO E AS DIFICULDADES DE CIRCULAÇÃO DO LIVRO UNIVERSITÁRIO PARANAENSE: AUSÊNCIA DA NOTA FISCAL.....	63
3.5 AS DIFICULDADES NAS VENDAS: A FALTA DE AUTOMAÇÃO	68

3.6	PARTICIPAÇÃO NO MERCADO: A POUCA VISIBILIDADE DAS EDITORAS PARANAENSES EM UM MERCADO COMPETITIVO.....	70
3.7	A EDITORA COMO FONTE DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS PARA A AUTOSSUFICIÊNCIA.....	72
3.8	FALTA DE APOIO GOVERNAMENTAL E O BAIXO OU QUASE INEXISTENTE INVESTIMENTO DO ESTADO	73
3.9	OS DESAFIOS: A QUALIDADE EDITORIAL, AS PRESSÕES, O SUCATEAMENTO E AS EXIGÊNCIAS DE MERCADO.....	76
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	80
	REFERÊNCIAS	86

INTRODUÇÃO

As editoras universitárias têm o papel fundamental de promover a difusão científica das universidades às quais estão vinculadas. Caracterizam-se por abranger todas as áreas do conhecimento, publicando textos de qualidade, avaliados por pares, e de autoria de pesquisadores com filiações institucionais diversas.

Ao contrário das editoras privadas e das grandes editoras universitárias já consolidadas no mercado, tais como EDUSP, Editora da UNB, Editora UFMG, Editora da UFRJ, Editora UNESP e Editora da UNICAMP, as universitárias em geral carecem de maior visibilidade no mercado editorial nacional, e apesar de possuírem políticas próprias de distribuição de sua produção, esta é quase sempre restrita ao meio acadêmico. Existem algumas políticas criadas com a intenção de aprimorar a divulgação e comercialização dos livros por elas produzidos, como o Programa Interuniversitário para Distribuição de Livro (PIDL), que é uma política de distribuição gerenciada pela Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU).

De acordo com Bufrem (2001, p. 217), muitas editoras participantes do PIDL afirmam que “aceita suas normas de comercialização”, com o objetivo de “colocar os livros da universidade pelo menos em todas as livrarias universitárias do país” ou de “receber publicações das editoras congêneres para atender à rede de livrarias no interior do Estado”. Entretanto, o PIDL é restrito às afiliadas da ABEU.

Outro importante meio é a participação em grandes feiras e eventos ligados ao livro, como as Bienais de Livros e feiras universitárias de livros (Festa do livro da USP e a Feira Universitário do livro da UFPR). Apesar dessas iniciativas, as editoras universitárias do Paraná carecem de maior visibilidade e participação no mercado editorial brasileiro.

Como objetivo principal, nossa proposta é verificar os problemas de distribuição e circulação do livro universitário paranaense, que, em razão de seu teor acadêmico, científico e pedagógico, enfrenta problemas de participação no mercado. Esse tipo de publicação é visto sempre como obra restrita ao meio acadêmico e, devido a esse fato, muitos acreditam que deva ficar restrito a esse público.

Procuramos, com esta pesquisa, contribuir para a discussão e, quem sabe, com uma proposta futura de política pública sobre o tema, colaborando de alguma maneira para minimizar as dificuldades na distribuição e circulação do livro universitário paranaense. Durante o desenvolvimento de nossa pesquisa, buscamos verificar as limitações e restrições das editoras selecionadas como campo de nossa pesquisa. Para o desenvolvimento desta,

foram realizadas visitas para coleta de entrevistas com pessoal das editoras, além de busca de material bibliográfico referente às três maiores editoras universitárias do estado do Paraná, vinculadas às Universidades Estaduais de Londrina, de Maringá e de Ponta Grossa (EDUEL, EDUEM e EDUEPG, respectivamente).

No decorrer de nossa pesquisa verificamos, ainda, a existência de uma política de distribuição de livros, implementada pela ABEU em 1987 (BUFREM, 2001), o PIDL. Porém, notamos que esta política é formatada para atender às instituições associadas à ABEU e, de certa forma, restringe-se a editoras/universidades parceiras, reforçando assim as limitações do livro universitário no mercado editorial brasileiro.

Verificamos ainda a existência de diversas políticas públicas implementadas pelo Governo Federal para o setor livreiro, juntamente com políticas para o livro, leitura e bibliotecas desde a época do Brasil Império até os dias de hoje. Entretanto, não encontramos, na literatura, registros sobre uma política pública específica para o livro universitário. A maioria das políticas são voltadas ou para o livro didático ou para a literatura de massa. Políticas implementadas nas últimas décadas – como a Política Nacional do Livro (PNL¹, 2003), e mais recentemente o Plano Nacional do Livro e Leitura² (2006) – limitam-se a publicações e incentivos a produção, consumo e leitura de livros voltados para os ensinos fundamental e médio, acentuando a exclusão e os problemas da cadeia de produção do livro universitário.

Embora o livro universitário seja um objeto de elevada importância nos meios acadêmicos, por ser fonte de disseminação e transferência do conhecimento científico produzido nas universidades brasileiras, as dificuldades de distribuição e circulação restringem o acesso a ele, limitando-o ao meio acadêmico.

Acreditamos que a importância de nossa pesquisa justificou-se pela escassez de trabalhos que investiguem os problemas e/ou as dificuldades de distribuição e circulação do livro universitário no país. Apesar de haver diversas pesquisas sobre o objeto livro e, também, várias políticas voltadas para a leitura, são raras as pesquisas com essa temática, e mais raras ainda as políticas públicas específicas para o livro universitário.

Outro fator que nos levou a optar por esse relevante tema de pesquisa foi a ausência de estudos aprofundados e, principalmente, de uma política pública envolvendo editoras universitárias, em especial as paranaenses. Esperamos que, a partir desta dissertação,

¹ A Política Nacional do Livro (PNL) foi instituída pela Lei nº 10.753, de 30 de outubro de 2003.

² O Plano Nacional do Livro e Leitura (PNLL) foi instituído pela Portaria Interministerial nº 1.442, de 10 de agosto de 2006, pelos ministros da Cultura e da Educação. E, em 1º de setembro de 2011, foi constituído por meio do Decreto nº 7.559, firmado pela presidente Dilma Rousseff.

novas pesquisas sobre o tema venham a cotizar para o desenvolvimento de políticas públicas para a área, com o objetivo de desenvolver o setor, possibilitando maior participação das editoras universitárias paranaenses no mercado editorial brasileiro, uma vez que o papel das editoras universitárias não é apenas o da produção, mas também de comercialização da produção científica de suas universidades, de distribuição e de circulação do produto livro, resultado de produção científica e acadêmica, de pesquisas realizadas no âmbito das universidades. A grande questão, entretanto, é: como melhorar as políticas de distribuição e circulação do livro universitário paranaense?

Para desenvolver essa proposta de pesquisa, embasamo-nos na teoria de campo de Bourdieu. Procuramos analisar os problemas que afetam a distribuição e circulação das obras das editoras universitárias paranaenses, buscando compreender o jogo de poder gerado no campo editorial, onde é importante “compreender a gênese do campo literário, da crença que o sustenta, dos interesses e das apostas materiais ou simbólicas que aí se engendram” (BOURDIEU, 1996, p. 15). Ou seja, conhecer o campo, suas instâncias e distintas posições de produção, circulação, difusão e consumo. E verificar as interações entre os participantes do campo, autores, editores, críticos, acadêmicos, obras, editoras, livrarias, público consumidor, leitores, imprensa, o produto livro e outros.

Para Bourdieu, a noção de campo é uma construção que vai comandar ou orientar todas as ações práticas da pesquisa. Através dessa noção, é possível criar uma estrutura, um esqueleto teórico no qual o ponto fundamental é verificar que o objeto de estudo não está isolado de um conjunto de relações das quais ele retira o essencial das suas propriedades. O objeto de pesquisa deve estar sempre relacionado ao que há ao seu redor, com as condições objetivas de sua existência, pois ele nada é, a não ser pela sua interação com o todo. Assim sendo, o campo editorial brasileiro, e, no caso de nossa pesquisa, o subcampo das editoras universitárias, faz parte do que chamamos de campo cultural, acadêmico, artístico e científico de um mundo social. De acordo com Bourdieu (2004, p. 21), esse mundo faz suas imposições e solicitações. Para o autor com campo científico em um lugar de luta concorrencial, sendo que o que se encontra em jogo é o monopólio da autoridade científica e o acúmulo de capital científico, elas nunca podem ser entendidas como práticas desinteressadas, pois produzem e supõem uma forma determinada de interesse: “a idéia de uma ciência neutra é uma ficção” (BOURDIEU, 1983, p. 148).

Como vimos, por ser o campo científico um campo de forças e lutas, é a posição que seus agentes (indivíduos ou instituições) possuem que determina o que eles podem ou não fazer – neste caso, o que vai ser publicado, o que interessa para a pesquisa científica e os

temas a serem abordados. De acordo com Bourdieu, é a *estrutura das relações objetivas* entre os agentes que determina o que eles podem ou não fazer; os agentes caracterizados pelo volume de seu capital determinam a estrutura do campo. De acordo com o autor, os campos possuem suas próprias regras: princípios e hierarquias definidos a partir de conflitos e tensões, no que diz respeito à sua própria delimitação, e constituídos por redes de relações ou de oposições entre os agentes sociais que são seus membros.

Dentro dessa concepção de disputa de poder entre os agentes sociais, que nos é apresentada pela teoria de Bourdieu, está inserido o campo editorial brasileiro, que é amplo, e dentro dele o subcampo das editoras universitárias, que é o foco principal de nossa pesquisa. Esse subcampo nos é apresentado dentro da subcategoria dos Livros Científicos, Técnicos e Profissionais (CTP), setor este que sofre grande pressão e constrangimento dos grandes grupos econômicos, os quais têm forte domínio sobre as políticas públicas para o livro no país, determinando os rumos do setor, constrangendo as editoras universitárias com forte pressão sobre o Estado para a obtenção de privilégios e isenções que levam a uma oligopolização do mercado editorial, com poucas editoras multinacionais dominando a produção e a venda para o Estado e controlando a distribuição dos livros vendidos em livrarias e, assim, marginalizando os livros universitários.

Esta disputa em que a editora universitária já sofre com as intervenções internas, onde muitas vezes interesses institucionais estão acima dos interesses/objetivos das editoras, fica ainda mais injusta quando analisamos o campo editorial nacional, pois, na concorrência com as grandes redes que dominam o cenário editorial brasileiro, as editoras universitárias participam de uma fatia extremamente restrita do mercado editorial nacional. As interferências externas e internas ao campo editorial e ao subcampo das universitárias evidenciam o que Bourdieu aponta como disputa de poder entre os agentes do campo.

Outro fator que possui grande intervenção no subcampo das editoras universitárias é a gestão interna das universidades às quais são vinculadas. Muitas vezes, as disputas políticas internas que atrapalham e/ou dificultam o andamento das políticas editoriais com mudanças de direcionamento de acordo com o grupo que ascende à gestão dessas instituições, havendo, em muitos casos, a descontinuidade de todo um trabalho realizado ao longo de anos, tomando-se novos rumos que atendam ao grupo gestor de um momento específico. Ou, ainda – e o que consideramos mais grave –, as divergências políticas e até pessoais em várias ocasiões geram o dismantelamento de toda uma equipe nessas editoras, desconstruindo todo um processo de anos, muitas vezes perdendo-se todo o capital investido na capacitação de

funcionários, aquisição de equipamentos, todo um histórico e um saber adquirido muitas vezes em anos de muito trabalho e dedicação.

Realizamos um estudo qualitativo utilizando técnicas diversas de coleta de dados, pesquisas bibliográficas, análise de artigos, monografias, dissertações, teses, revistas e jornais sobre o tema. Foram feitas também entrevistas com funcionários e diretores das editoras da UEL, UEM e UEPG. Compreendemos que a realização de entrevistas é um processo social com certo grau de complexidade e, para tanto, as informações que desejamos obter devem ser compreensíveis para os entrevistados. Para isso, o pesquisador deve assegurar-se de que o entrevistado esteja em condições de fornecer as informações requeridas; ou seja, o entrevistador deve esperar o momento mais propício para o entrevistado responder aos questionamentos. Para a realização das entrevistas foi elaborado um roteiro de questões prévias. Elas foram gravadas, no intuito de fazer-se uma mediação entre entrevistado e entrevistador, para a obtenção da transferência de informação e foram transcritas na sua integralidade, para análise e seleção dos aspectos relevantes e importantes a serem tratados no segundo capítulo desta dissertação.

De posse dos dados coletados, partimos para as análises para o término de nossa pesquisa, buscando contribuir para a discussão, com sugestões e, futuramente, quem sabe, a implantação de uma proposta de política pública para a melhora na distribuição e circulação do livro universitário paranaense, através de uma política institucionalizada que possa ser implementada nas diversas editoras das Instituições de Ensino Superior (IES) paranaenses.

Apresentamos, no primeiro capítulo, um detalhamento histórico que discorre sobre a origem do livro no Brasil, o surgimento das primeiras tipografias, a instituição das primeiras editoras universitárias no Brasil e no Paraná, passando por uma visão sobre o mercado editorial brasileiro, demonstrando volume de vendas e os principais canais de comercialização e distribuição. Através da pesquisa ABEU é exposto um breve relato sobre o panorama real da edição universitária brasileira, as políticas públicas para o livro e a institucionalização do PIDL.

No segundo capítulo verificamos as relações entre a sociedade e a universidade, o livro e a sociedade, além de apresentamos as editoras objeto de nossa pesquisa para na sequência passarmos à análise das entrevistas realizadas com os diretores e servidores das editoras pesquisadas, para verificar as dificuldades e limitações na distribuição e circulação de suas obras, a fim de obter subsídios e dados para a análise e confecção de nossas considerações finais.

Trechos das entrevistas efetuadas com diretores e servidores das editoras universitárias paranaenses são analisados no terceiro capítulo, a fim de coletar dados que deem subsídios à nossa pesquisa, a fim de apontar os principais problemas que afetam as editoras universitárias do estado do Paraná.

Com base no levantamento bibliográfico e nos dados obtidos nas entrevistas, procuramos, nas considerações finais, contribuir de alguma forma na proposição de um caminho que vise a minimizar os problemas detectados no decorrer de nossa pesquisa e que norteie as editoras paranaenses para a superação ou, ao menos, a resolução parcial ou total deles.

CAPÍTULO 1 – CAMINHOS DO LIVRO NO BRASIL, DO IMPÉRIO ÀS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS

1.1 OLIVRO NO BRASIL

A indústria editorial no Brasil é uma das mais antigas em atuação no país. Com mais de duzentos anos de existência, sua trajetória confunde-se com a história do livro no Brasil. O princípio de sua formação coincide com a transferência da Corte Portuguesa para o Brasil, em 1808 (ABREU; BRAGANÇA, 2010).

A chegada da Família Real contribuiu de forma positiva para o desenvolvimento do comércio de livros no Brasil. Nesse período é criada a Imprensa Régia e há liberação para a importação de tipografias e a criação das primeiras bibliotecas no Brasil.

Com a transferência da rainha D. Maria I, de D. João, Príncipe Regente, de toda a Família Real e da Corte Portuguesa para o Rio de Janeiro, quando da invasão de Portugal pelas forças de Napoleão Bonaparte, em 1808, tem início do itinerário da Real Biblioteca no Brasil.

Em 29 de outubro de 1810, é criada³ oficialmente a Real Biblioteca a partir de um decreto do Príncipe Regente, e que posteriormente passou a ser o que conhecemos hoje como Biblioteca Nacional, situada no Rio de Janeiro.

Ao final do século XVII, a cidade do Rio de Janeiro, apesar de ser referência importante no comércio entre as colônias portuguesas, vive à margem do mundo, sobretudo em termos de cultura (MACHADO, 2012). É apenas a partir desse século XVII que aparecem as primeiras livrarias no país, pois a Coroa Portuguesa proibia, até então, o desenvolvimento de tipografia no país, nessa época, a circulação de livros no país se dava apenas através de livros trazidos por viajantes, importados ou contrabandeados.

Ainda de acordo com o Machado, seu comércio tem por base a troca de produtos agrícolas (açúcar, aguardente e farinha de mandioca) por escravos provenientes, em sua maioria, de Angola. Com um sistema de educação quase inexistente, falta de livrarias e bibliotecas, havia uma escassez de livros, e as poucas obras existentes se concentravam nas

³ O acervo trazido para o Brasil, de sessenta mil peças, entre livros, manuscritos, mapas, estampas, moedas e medalhas, foi inicialmente acomodado numa das salas do Hospital da Ordem Terceira do Carmo, na Rua Direita, hoje Rua Primeiro de Março. A 29 de outubro de 1810, decreto do Príncipe Regente determina que no lugar que serviu de catacumba aos religiosos do Carmo se erija e acomode a Real Biblioteca e instrumentos de física e matemática, fazendo-se à custa da Fazenda Real toda a despesa conducente ao arranjo e manutenção do referido estabelecimento. A data de 29 de outubro de 1810 é considerada oficialmente como a da fundação da Real Biblioteca que, no entanto, só foi franqueada ao público em 1814. (<http://www.bn.br/biblioteca-nacional/historico>).

mãos de quem detinha poder ou possibilidade de adquiri-las, principalmente pela encomenda de viajantes oriundos da metrópole, nesse caso Lisboa.

As poucas obras existentes estavam sempre em poder dos mais abastados ou, de predominância religiosa, sob o domínio dos padres jesuítas. Fora isso, o acesso ao livro se dava principalmente pelo contato com marinheiros de navios que traziam obras para comercialização, os quais, ao saberem da sua quase inexistência no país, faziam do livro moeda de troca, uma forma de comércio, de contrabando.

A partir do século XVIII, os jesuítas passam a comercializar impressos, folhinhas de porta e algibeira⁴ (MACHADO, 2012, p. 13). A escassez de livros e as dificuldades de acesso vão até 1763. Com a elevação do Rio de Janeiro à condição de Capital do Brasil, a cidade passa a receber maior número de letrados, necessitando assim de maior acesso aos livros e a bens culturais. Anterior a isso, em 1759, os jesuítas são expulsos do país e têm suas bibliotecas/acervos confiscados, privando o acesso do público às já limitadas fontes de leitura. A partir desse episódio, segundo Machado (2012), surgem os primeiros pontos de vendas de livros. Para ele, é possível que nesse período tenha surgido alguma livraria. Ainda de acordo com o autor, é impossível precisar uma data exata para esse fato, mas isso ocorreu em algum momento da segunda metade do século XVIII. Os primeiros registros não formais que indicam a existência de livreiros e livrarias na cidade datam de 1775, mas, oficialmente, apenas entre 1779 e 1789 é que há relatos oficiais da existência de “oficinas de livreiros” (MACHADO, 2012, p. 16).

Em 1779, segundo o Almanaque Histórico, de Duarte Nunes (MACHADO, 2012) havia no Rio de Janeiro duas lojas de livros. Durante a permanência da Corte na cidade e com a chegada de D. João VI, o número de livrarias passou para quatro e, durante sua estada, chegou a doze, havendo poucos avanços nesse setor. Somente após a Independência, e principalmente com a chegada dos primeiros imigrantes, há um aumento significativo no número de livrarias ou lojas de livros, e o segmento se sofisticava.

A partir do século XIX, a história do comércio de livros no Brasil começa a passar por grandes transformações, com a chegada dos livreiros franceses Baptiste Louis-Garnier e dos irmãos Eduard e Heinrich Laemmert. O comércio livreiro da cidade do Rio de Janeiro passa por um processo de modernização, ampliando a concorrência entre as livrarias existentes, que passam a investir em vitrines de exposição de livros, comunicação, melhoria

⁴ Algibeira: substantivo feminino. Pequeno saco ou bolso numa peça do vestuário. Sinônimos de algibeira: bolso, bolsa.

no atendimento aos clientes e até mudanças arquitetônicas para torná-las mais atraentes. Aos poucos, as livrarias passam a ser ambientes de convivência.

Até a década de 1940 do século XX, as obras que circulavam pelo país eram, em sua grande maioria, editadas em Portugal e na França. Para se ter uma ideia, desde a Primeira República (1889-1930) até 1955 havia, no país, cerca de 267 livrarias, e destas, 94 estavam no estado de São Paulo. Em 1959, esses números passaram para 557 e 194, respectivamente (ESCARPIT, 1969, p.14). Nos demais estados, a produção era bastante tímida e a distribuição feita quase que exclusivamente por ambulantes, correios ou por pequenos estabelecimentos. A partir dos anos 1960, as editoras passam a investir nos livros didáticos, que tinham "venda fácil", para atender principalmente à demanda acadêmica (CASTRO, 2005). Surgem também, na mesma época, as primeiras grandes redes de livrarias, amparadas na explosão do mercado editorial nacional. Entretanto, é a partir de 1970 que vemos surgir no país o que conhecemos hoje como *megastore*⁵. A maior livraria brasileira surge em 1991, pertencente às editoras Ática e Scipione, sendo referência para a América Latina; porém, foi vendida em 1998 ao grupo francês FNAC (CRISTÓFARO, 2011, p. 21).

Importante ressaltar que a distribuição e circulação de livros no Brasil sempre tiveram seu acesso restrito, ora fosse por imposições de cunho religioso (jesuítas), ora pelo seu alto custo ou, ainda, pelos determinantes políticos (Ditadura Militar). Somente após esse período, já no fim dos anos 1980, é que a produção e a circulação de obras, no Brasil, passam a ter maior volume.

1.2 EDITORAS UNIVERSITÁRIAS NO BRASIL

A atividade editorial universitária é uma das principais formas de as IES se relacionarem com a sociedade em geral e reflete a qualidade e o nível da pesquisa acadêmica e de produção de conhecimento. A contribuição dessas editoras diz respeito diretamente àquilo que publicam, aos temas que são objeto de suas obras. Tais editoras fornecem cuidadosa avaliação dos textos submetidos à apreciação para publicação, pois “têm, pelo seu vínculo institucional, de fazer da excelência do material a ser publicado o critério primeiro para sua aceitação, ao qual se submete o critério comercial” (GUEDES; PEREIRA, 2000, p.

⁵ *Megastore*: termo usado para se referir a uma loja muito grande. O termo traduzido para o português significa "mega loja".

79), possibilitando o lançamento de obras de alta qualidade acadêmica, de pesquisas pioneiras, de teorizações inovadoras, de reflexões originais.

À medida que a divulgação das obras publicadas tem alcançado uma amplitude cada vez maior, estas vêm se tornando instrumentos de circulação do saber produzido nas universidades, contribuindo para o desenvolvimento da reflexão do leitor, para o diálogo entre especialistas (GUEDES; PEREIRA, 2000, p. 80).

De acordo com Bufrem (2001), a primeira editora universitária brasileira foi a da Universidade Federal de Pernambuco (1955). A partir daí surgem, no Brasil durante a década de 1960, novas editoras ligadas as IES, em sua maioria oriundas de imprensas universitárias, em geral seus projetos são caracterizados como culturais, e visam prioritariamente a atender as funções básicas de ensino, pesquisa e extensão. As primeiras editoras universitárias brasileiras remontam ao fim dos anos 1950, início dos anos 1960 e, principalmente nos últimos 20 anos, tal atuação tem, progressivamente, se consolidado e se profissionalizado.

Somente a partir dos anos de 1960 surgem novas editoras universitárias ligadas às IES do país. No entanto, não havia uma política editorial universitária nem um perfil de atuação definido. Muitas editoras funcionavam juntamente com as gráficas universitárias, responsáveis pela produção dos impressos, reforçando, assim, o papel secundário da atividade editorial (ROSA; BARROS; MEIRELLES, 2012).

Até meados dos anos 80, as editoras das universidades tinham um papel ínfimo, quase imperceptível. De acordo com Marques Neto e Rosa (2010, p. 332), salvo raras exceções, se conformavam com o papel subalterno no mundo das edições e, na maior parte dos casos, sua atuação se restringia ao campus, cumprindo o papel de gráfica, ao imprimir textos universitários, resultando em conteúdos desinteressantes que atendiam apenas as necessidades das carreiras acadêmicas. Havia pouquíssimas exceções de editoras universitárias com um programa editorial desde os anos 1950 e 1960, como era o caso da Editora da UnB.

Ao final dos anos 1980, houve um fortalecimento da edição acadêmica e uma reação para que elas não mais exercessem o papel subalterno e submisso em relação às demais editoras, com projetos isolados ou com a unificação de esforços em busca de recolocar as editoras em seu lugar no cenário editorial brasileiro. Atualmente, pode-se dizer que esse segmento tem tanto espaço e reconhecimento quanto as editoras privadas (MARQUES NETO; ROSA, 2010, p. 333).

Importante mencionar que os textos universitários alimentaram o debate acadêmico no país, a partir dos anos 1960, e continuam a fazê-lo hoje, contribuindo para tornar o país um pouco mais “inteligente”, pelo trabalho de seus intelectuais e editores científicos. Importa frisar, ainda, que mesmo antes da criação das primeiras editoras universitárias, editoras como Perspectiva, Paz e Terra e Zahar se destacaram em meio às turbulências da ditadura, driblando a censura e publicando obras de densidade política e de excelente qualidade. Essas editoras já existiam e seus editores se dedicavam ao livro universitário, e foram pioneiros no gênero: Jacó Guinsburg (Perspectiva), Ênio Silveira e Moacir Félix (Paz e Terra), Jorge Zahar (Zahar Editores), além da DIFEL, empresa de capital estrangeiro, criada em 1951, e a Cultrix, fundada em 1956, por Diaulas Riedel.

Apesar do livro com conteúdo acadêmico, ou livro universitário, existir antes mesmo da institucionalização das editoras universitárias, vimos que o processo de construção das editoras universitárias, no Brasil, é recente e foi lento. De acordo com Marques Neto e Rosa (2010, p. 340), apesar de ser óbvia a influência das universidades no mercado editorial brasileiro, foram as editoras privadas as primeiras a focar no mercado de professores e alunos. As editoras universitárias levaram alguns anos para perceber essa demanda e esse mercado, demora esta que se deve à própria organização das universidades e dos princípios de gestão pública, onde os termos “negócio” e “comercialização” são vistos como incompatíveis. Esta incompatibilidade e os entraves burocráticos das universidades públicas não contribuem para uma ampla circulação da produção do livro universitário.

Durante a década de 1960, em especial após 1964, as editoras universitárias tiveram um período de estagnação, assim como todas as atividades culturais e científicas do país. A partir dos anos 1970, há um processo lento de reconstrução das editoras universitárias, consolidado a partir dos anos 1980. Em 1987, no Seminário Nacional de Editoras Universitárias, realizado na Universidade Federal de Goiás (UFG), é criada a Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU), que contribuiu em muito para a consolidação das editoras universitárias no País.

De acordo com Marques Neto e Rosa, (2010, p. 341), “A criação da ABEU foi antecedida por alguns fatos ocorridos a partir de 1987 no I Encontro Nordestino de Editoras Universitárias, no qual se discutiu a problemática do livro universitário, principalmente em relação a sua distribuição”. Nascia, então, o Programa Interuniversitário de Distribuição de

Livros (PIDL)⁶, sobre o qual discorreremos mais à frente. O PIDL foi determinante para mudanças nos critérios de publicação e para a definição de uma política editorial voltada para o mercado. Buscou-se, a partir daí, um público para o livro universitário, que não precisava ser necessariamente frequentador da academia, deixando de restringir o livro universitário aos *campi* das universidades. A partir desse episódio, notou-se também o aumento no número de livrarias universitárias constituídas pelas editoras em seus campos de atuação.

A criação da ABEU promoveu uma série de trabalhos coletivos em benefício não apenas das IES, mas da sociedade como um todo, pois possibilitou a ampliação do alcance de suas editoras a uma parcela maior da sociedade, através da participação em bienais, feiras de livros nacionais e internacionais e eventos acadêmicos.

Para Vogt (2008), “O papel das editoras universitárias no processo de socialização do conhecimento e da cultura é fundamental e o livro, seu produto, instrumento e objeto material dessa dinâmica de transformação [...]”. Hoje, as editoras universitárias se inserem nesse novo momento da disseminação e divulgação científica, fazendo uso das tecnologias disponíveis não apenas para ampliar a sua inserção, mas como uma ação participativa para a democratização do acesso ao conhecimento. Tornar acessíveis os novos conhecimentos e o pensamento acadêmico a um público cada vez mais amplo se constitui numa missão legítima da atividade acadêmica, e as editoras universitárias, nesse contexto, têm posição de destaque no processo de socialização do conhecimento e da cultura. Publicar constitui uma parte necessária e essencial da atividade acadêmica. É, pois, pela publicização que o saber científico é socializado.

Esse mercado está voltado para obras de diversas áreas do conhecimento, oriundas, em sua grande maioria, de pesquisas desenvolvidas nas IES, ou seja, privilegiando o conhecimento científico e cultural, avaliadas e aprovadas por um conselho editorial. Atualmente, é comum a publicação de textos “produzidos fora dos muros da instituição, reconhecendo e incorporando o conhecimento de qualidade gerado por outros segmentos” (BUFREM, 2011, p. 135). Também são publicadas obras advindas da compra de direitos autorais de editoras estrangeiras, importantes para a comunidade acadêmica e que são traduzidas e publicadas pelas editoras universitárias, que ampliam, assim, o alcance dos seus catálogos. Entretanto, não podemos esquecer que o campo editorial, ao fazer parte de um

⁶ Esse Programa surgiu inicialmente na Região Nordeste, congregando, no início dos anos 1980, as editoras da região, na tentativa de ampliar a circulação da produção dessas editoras. Contribuiu para o surgimento da ABEU e, hoje, continua ativo e cumprindo o importante papel na circulação da produção das editoras universitárias.

campo científico, está sujeito ao que Bourdieu chama de mundo social e às suas imposições internas e externas. O autor explica em outras palavras:

[...] é preciso escapar à alternativa de “ciência pura”, totalmente livre de qualquer necessidade social, e da “ciência escrava”, sujeita a todas as demandas político-econômicas. O campo científico é um mundo social e, como tal, faz imposições, solicitações etc., que são, no entanto, relativamente independentes das pressões do mundo social global que o envolve (BOURDIEU, 2004, p. 21).

Vale aqui ressaltar que essa inserção das editoras universitárias no mercado editorial deve ser vista sob dois aspectos importantes: o crescimento da participação dessas editoras no mercado é benéfico para o crescimento desse tipo de publicação, bem como para o crescimento e a autonomia financeira, além de evidenciar a produção das nossas IES, levar para fora dos muros das universidades o conhecimento nelas produzidos.

A mercantilização dessa produção pode também ser maléfica, quando se constata que, em muitos casos, essas editoras sofrem pressões externas para a publicação, frequentemente financiadas por agências de fomento à pesquisa, órgãos de avaliação institucional, e até internas, por parte de pesquisadores mais interessados em "engordar" seus currículos e, em muitos casos, a qualidade cede espaço à quantidade. Lemos (2005) chama a nossa atenção para o fato de que

A produção de textos oriundos das universidades e outras instituições de pesquisa tem sido crescente. A cada semana surgem novos títulos de periódicos, principalmente em formato eletrônico. A comercialização da informação científica, baseada em pressupostos predominantemente mercantilistas, gerou descomunal aumento dos preços das assinaturas de periódicos, independentemente do formato em que se apresentam. Parece ter surgido um tácito e maléfico consórcio de interesses (uma parceria?) entre os produtores da informação e as editoras de revistas científicas. A ética da publicação de resultados de pesquisas é questionada. Sucodem-se as denúncias de fraude, fabricação de pesquisas, falsificação de resultados, plágios, solertes ou simplórios. [...] Quem desconhece a expressão inglesa *salami publishing*? Os autores fatiam suas pesquisas em muitas e magras fatias, de modo que a cada uma delas corresponda um trabalho a ser publicado (LEMOS, 2005, p.7).

Um dos grandes responsáveis por essas situações, talvez seja o processo de avaliação de desempenho dos órgãos de fomento e avaliação que valorizam a quantidade de trabalhos publicados. Essa massificação da produção científica única e exclusivamente para atender interesses mercantilistas, de avaliação ou de acúmulo de produção pode, por um lado, ser interessante para dar maior visibilidade à produção acadêmica, porém a que preço? Com que qualidade? O autor evidencia ainda que

A ênfase em indicadores quantitativos, no que concerne à avaliação de desempenho, pode ser responsável pela publicação de trabalhos em forma duplicada, pelo regurgitamento de argumentos e citações, principalmente nas ciências sociais e humanidades, pelo engessamento das idéias em “referenciais” teóricos, de forma sectária e dogmática, pela feudalização dos grupos de pesquisa, cujos coordenadores/orientadores, muitas vezes, arrogam-se o papel de suseranos a reivindicar obediência ao costume (real ou mítico) do *jus primae noctis*. Assim, muitas vezes ocupam a primazia da autoria em trabalhos em que sua participação foi meramente circunstancial (LEMOS, 2005, p.8).

Faz-se necessária uma reflexão, ao se manter o foco na produção de massa visando à quantidade e aos mecanismos de avaliação, Lemos (2005) ressalta ainda que "pouco se terá feito para alterar o verdadeiro tsunami de trabalhos irrelevantes, supérfluos, medíocres e repetitivos que engordam muitos periódicos e muitos currículos."

Concluimos que é de suma importância a maior participação das editoras universitárias no mercado editorial. Entretanto, as políticas editoriais devem ficar atentas para que não se perca o foco na qualidade de sua produção, para não cair nas armadilhas da massificação, do publicar por publicar, gerando um produtivismo reducionista que atenda somente aos critérios dos órgãos de fomento e avaliação; órgãos estes importantes para o financiamento da produção das editoras universitárias e que devem auxiliar no desenvolvimento delas, estimulando a produção científica. Para Harfuch (2014, p.55), "o produtivismo pode ser interpretado como uma faceta positiva, desde que isso garanta à editora expressividade no mercado editorial, ainda que tal visibilidade se restrinja às universidades públicas do Brasil"; evidencia ainda que os órgãos de fomento e avaliação muitas vezes são a contrapartida necessária para o crescimento da produção de algumas editoras, "ressalta que o rápido crescimento da EDUEM deveu-se principalmente ao atendimento das exigências das instituições de fomento, que deram uma boa contrapartida" (HARFUCH, 2014, p. 55-56).

Porém não podemos deixar de constatar que estas exigências são fatores externos à autonomia das universidades e, conseqüentemente, de suas editoras, o que justificaria uma nova pesquisa abordando a influência que os órgãos de fomento e avaliação têm sobre a produção das editoras.

1.3 MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO, OS NÚMEROS DA PRODUÇÃO E OS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO (2012 a 2014)

O Brasil tem a maior produção editorial da América Latina e é responsável por mais da metade dos livros editados no continente (LINDOSO, 2004). Com uma indústria editorial bem sucedida, apesar de uma trajetória que se iniciou tardiamente, no século XIX,

chegou-se ao novo milênio vendo consolidada essa indústria, notadamente no que diz respeito à qualidade gráfico-editorial. Possui razoável número de editoras em atividade – 530 editoras concentradas nas regiões Sul e Sudeste, segundo a Câmara Brasileira do Livro (CBL), e 118 editoras universitárias, conforme dados da Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU) – e um mercado potencial que tem despertado a cobiça dos grandes grupos editoriais estrangeiros, sobretudo pelo mercado de livros didáticos, altamente financiados pelo governo federal.

Em relação ao número de livrarias, de acordo com o levantamento do Setor Livreiro 2012, realizado pela Associação Nacional de Livrarias (ANL), o Brasil possuía, naquele ano, 3.481 livrarias distribuídas pelos 5.700 municípios do país, sendo que, desse total, 1.751 estavam localizadas em capitais, e 2.560 concentradas nas regiões Sul e Sudeste. De acordo com Bufrem (2001), é importante ressaltar que as livrarias no Brasil sempre ficaram concentradas nos grandes centros; entretanto, esses dados não demonstram a quantificação de livrarias universitárias. O levantamento aponta ainda que praticamente 2/3 dos municípios brasileiros não possuem livrarias, o que favorece a concentração desse mercado nos grandes centros urbanos, não democratizando o acesso ao livro para grande parte da população, sacramentando a ideia de que livro é artigo de luxo, de difícil acesso, não contribuindo para sua distribuição e circulação.

Desde a década de 1980, houve uma grande expansão no total de editoras, tanto comerciais como universitárias (CLARO, 2000). A quantidade de editoras comerciais se expandiu com o surgimento de inúmeras editoras de pequeno e médio portes, e as universitárias ganharam significativo espaço no mercado com o elevado aumento da criação de editoras vinculadas às IES, cujo número também sofreu expressivo crescimento nesse período. No entanto, ambos os tipos de editoras foram criados com o objetivo de publicar saberes especializados e, portanto, atender a um público restrito, mas de seu interesse.

Por essa razão, muitos editores de casas comerciais pequenas e médias resolveram publicar livros acadêmicos, pois, para esses profissionais, “a busca de um público **selecionado, afinado** com uma proposta de qualidade é a tônica de seus empreendimentos” (CLARO, 2000, p. 68, grifos do autor). Além disso, as parcerias com as universidades foi uma das estratégias de legitimação utilizadas por essas editoras que, “não contando com capital econômico suficiente para permitir ações mais efetivas de projeção”, buscaram “um posicionamento mais favorável no mercado” (CLARO, 2000, p. 67).

As parcerias entre editoras comerciais e universitárias para a publicação de livros foi também uma das estratégias editoriais universitárias – em geral, privadas – para manterem

o funcionamento. Em uma entrevista a Hipermeios sobre consolidação das editoras universitárias no Brasil, Leoberto Balbino, gerente editorial da Editora Anhembi Morumbi, ressalta a necessidade de subsídios para a publicação de um livro por uma editora universitária, “[...] também contamos com parcerias de empresas e instituições que se preocupam com o desenvolvimento científico e cultural e estão em consonância com a missão institucional da universidade”.

Desde 2001, a Câmara Brasileira do Livro (CBL), o Sindicato Nacional das Editoras e Livrarias (SNEL) e a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) realizam a pesquisa “Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro”, que é realizada por estimativa, e elaborada a partir de dados de uma amostra de editoras, do desempenho do setor e de seus subsetores. A partir da verificação do comportamento dessa amostra, os dados do universo do setor são atualizados anualmente. Com base nas pesquisas realizadas nos anos de 2012 a 2014, apresentaremos alguns dados que demonstram o comportamento do setor da economia do livro no país nesse período.

A pesquisa realizada como ano base 2013⁷ apontou um crescimento nominal no faturamento de 7,52%. Esse percentual significa um crescimento real de 1,61% em comparação a 2012, levando-se em conta a variação de 5,91% do Índice Nacional de Preços ao Consumidor – Amplo (IPCA) em 2013. Contudo, desconsideradas as vendas feitas ao governo, o crescimento nominal foi de 5,90%, ou seja, considerada a variação do IPCA de 5,91%, as vendas ao mercado não sofreram alterações, dado que o crescimento real foi de 0%. O número de exemplares vendidos, se considerarmos apenas as vendas ao mercado, cresceu 4,13%; entretanto, se somadas as vendas aos programas de distribuição de livros governamentais, esse índice sobe para 20,41% (Tabela I).

Já com relação ao ano base 2014⁸, os números da pesquisa mostram um crescimento nominal em de 0,92%. Esse percentual significa um decréscimo de -5,16%, considerando-se o IPCA de 6,41% naquele ano. Desconsiderando as vendas realizadas ao governo, o crescimento nominal foi de 7,33%, o que significa que, em termos reais (utilizando-se o mesmo deflator), as vendas sofreram um leve crescimento de 0,86%, em compasso com a economia como um todo naquele ano. O número de exemplares vendidos ao mercado sofre um ligeiro decréscimo de 0,81%, e considerando-se as vendas ao governo este índice fica ainda maior, com um decréscimo de 9,23%. (Tabela I).

⁷ Pesquisa realizada em 2014 – ano base 2013.

⁸ Pesquisa realizada em 2015 – ano base 2014.

Tabela I – Comportamento do setor editorial brasileiro

Comportamento do Setor Editorial Brasileiro					
	2012	2013	2014	variação 2012/2013	variação 2013/2014
Títulos	57.473	62.235	60.829	8,29%	-2,26%
Exemplares produzidos – total	485.261.331	467.835.900	501.371.513	-3,59%	7,17%
Faturamento (R\$) total	R\$ 4.984.612.881,04	R\$ 5.359.426.184,63	R\$ 5.408.506.141,17	7,52%	0,92%
Mercado	R\$ 3.668.664.471,88	R\$ 3.885.004.146,68	R\$ 4.169.658.915,19	5,90%	7,33%
Governo	R\$ 1.315.948.409,16	R\$ 1.474.422.037,95	R\$ 1.238.847.225,98	12,04%	-15,98%
Exemplares vendidos – total	434.920.064	479.970.310	435.690.157	10,36%	-9,23%
Mercado	268.564.404	279.662.399	277.387.290	4,13%	-0,81%
Governo	166.355.660	200.307.911	158.302.867	20,41%	-20,97%

Fonte: Adaptado do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e da Câmara Brasileira do Livro (CBL).

A pesquisa destaca vários indicativos e os números relativos aos diversos subsetores da cadeia produtiva do livro. Dentre eles, demonstra quais são os principais canais de distribuição do livro no país (Tabela II), este setor nos interessa como ponto de partida para analisarmos posteriormente a participação do livro universitário neste mercado. Com base nos dados da pesquisa, constata-se que os dois principais são canais de distribuição de livros no país são: a) o comercial, pelas de livrarias; e b) o institucional, pela da distribuição, por parte do governo, às escolas e bibliotecas.

Os números apontados nessa pesquisa demonstram que livrarias físicas se mantêm como o principal canal de comercialização do setor editorial no Brasil. Se compararmos as vendas no período de 2012 a 2014, podemos observar um aumento de vendas entre 2012 e 2013, e uma ligeira queda entre 2013 e 2014. Com relação ao número de exemplares vendidos em 2013, houve aumento em relação a 2012, ou seja, enquanto em 2012 a participação das livrarias nas vendas foi de 47,42%, em 2013 esse percentual foi de 50,59%. Esse aumento também se verifica no número de exemplares vendidos. Foram comercializados 127,35 milhões de obras em 2012 e 141,47 milhões em 2013. Já na análise dos números relativos a 2014, verificamos uma pequena queda nas vendas das livrarias, conforme apresenta o índice de 49,85%, totalizando 138,28 milhões de exemplares vendidos. Importante destacar que esses índices incluem as vendas *on-line*.

Tabela II - Canais de comercialização

CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO						
VENDAS AO MERCADO - NÚMERO DE EXEMPLARES 2012/2013/2014						
CANAIS	NÚMERO DE EXEMPLARES					
	2012	Partic. %	2013	Partic. %	2014	Partic. %
Livrarias, inclusive virtuais (vendas diretas)	127.351.708	47,42%	141.478.492	50,59%	138.281.607	49,85%
Distribuidoras	70.492.757	26,25%	57.330.238	20,50%	55.762.895	20,10%
Porta a porta e catálogo	21.557.709	8,03%	24.445.325	8,74%	26.200.892	9,45%
Igrejas e Templos	8.250.793	3,07%	9.090.866	3,25%	11.366.291	4,10%
Supermercados	7.528.004	2,80%	8.549.659	3,06%	9.045.138	3,26%
Bancas de jornal	5.710.290	2,13%	5.755.864	2,06%	5.409.567	1,95%
Escolas e Colégios	3.345.249	1,25%	5.291.957	1,89%	6.944.797	2,50%
Exportações	3.029.615	1,13%	3.122.472	1,12%	2.909.134	1,05%
Internet (venda realizada pelo site da editora)	1.135.605	0,42%	2.977.719	1,06%	1.960.817	0,71%
Marketing Direto (mala direta, clube do livro, correio)	2.151.823	0,80%	2.833.582	1,01%	3.667.217	1,32%
Empresas	1.572.576	0,59%	2.486.746	0,89%	3.961.571	1,43%
Bibliotecas Privadas	228.107	0,08%	535.419	0,19%	306.631	0,11%
Venda conjunta com jornais	453.954	0,17%	476.250	0,17%	484.294	0,17%
Outros	15.756.214	5,87%	15.287.811	5,47%	11.086.440	4,00%
TOTAL	268.564.404	100%	279.662.400	100%	277.387.291	100%

Fonte: Adaptado do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e da Câmara Brasileira do Livro (CBL).

A pesquisa FIPE (Tabela III) apontou, ainda, índices relativos à produção de títulos pelas editoras. Nota-se um crescimento entre os anos de 2012 e 2013 na ordem de 8,29%, e um decréscimo de 2,26% entre 2013 e 2014, pois foram produzidos, em 2012, 57,47 mil; em 2013, 60,82 mil; e em 2014, 60,89 mil. O número de exemplares produzidos teve um decréscimo de 3,59% entre 2012 e 2013 e um aumento de 7,17% entre 2013 e 2014. Foram impressos 485,26 milhões em 2012; 467,83 milhões em 2013; e 501,37 milhões de livros em 2014.

O faturamento do setor teve aumento no período, mesmo havendo variações no número de títulos produzidos no período: em 2012, R\$ 4.984.612.881,04 bilhões; em 2013 foram R\$ 5.359.426.184,63 bilhões; e em 2014; R\$ 5.408.506.141,17 bilhões. Nota-se um aumento de 7,52% no faturamento de 2012 para 2013 e de 0,92% de 2013 para 2014 (Tabela 3).

Tabela III – Comportamento do setor editorial brasileiro

COMPORTAMENTO DO SETOR EDITORIAL BRASILEIRO					
	2012	2013	2014	variação 2012/2013	variação 2013/2014
Títulos	57.473	62.235	60.829	8,29%	-2,26%
Exemplares produzidos - total	485.261.331	467.835.900	501.371.513	-3,59%	7,17%
Faturamento (R\$) total	R\$ 4.984.612.881,04	R\$ 5.359.426.184,63	R\$ 5.408.506.141,17	7,52%	0,92%
Mercado	R\$ 3.668.664.471,88	R\$ 3.885.004.146,68	R\$ 4.169.658.915,19	5,90%	7,33%
Governo	R\$ 1.315.948.409,16	R\$ 1.474.422.037,95	R\$ 1.238.847.225,98	12,04%	-15,98%
Exemplares vendidos - total	434.920.064	479.970.310	435.690.157	10,36%	-9,23%
Mercado	268.564.404	279.662.399	277.387.290	4,13%	-0,81%
Governo	166.355.660	200.307.911	158.302.867	20,41%	-20,97%

Fonte: Adaptado do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e da Câmara Brasileira do Livro (CBL).

Os índices da pesquisa FIPE apontam que, em 2013, o setor editorial manteve vendas tão boas como as registradas em 2012, com um aumento do número de exemplares vendidos de 4,13% para o mercado e 20,41% para o governo; também houve aumento no faturamento, apesar da queda no número de exemplares produzidos. Em 2014, apesar do pequeno aumento de 0,92% no faturamento e o aumento da produção de exemplares produzidos em 7,17%, houve queda acentuada no número de exemplares vendidos para o mercado, 0,81%, e principalmente para o governo, 20,97%, o que nos mostra uma retração na produção e vendas. Provavelmente, o aumento no faturamento foi causado pela inflação e pelo aumento no custo dos títulos produzidos, o que podemos verificar na Tabela IV, a seguir, em que a variação do preço médio de mercado sobe, tendo uma variação de 1,70% de 2012 para 2013, e de 8,22% de 2013 para 2014.

Tabela IV – Preço médio mercado

PREÇO MÉDIO MERCADO					
SUBSETOR	2012	2013	2014	VAR. 2012/2013	VAR. 2013/2014
Didáticos	24,10%	25,23%	25,26%	4,70%	0,12%
Obras Gerais	8,94%	8,68%	9,59%	-2,94%	10,50%
Religiosos	6,26%	7,17%	7,60%	14,60%	6,00%
CIP	27,36%	29,75%	33,57%	8,74%	12,85%
TOTAL	13,66%	13,89%	15,03%	1,70%	8,22%

Fonte: Adaptado do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e da Câmara Brasileira do Livro (CBL).

Com base nos números e índices apresentados até aqui, podemos dizer que as editoras, com o intuito de ampliar sua participação no mercado, buscam cada vez mais novos meios de distribuição comercial, utilizando novas formas de comunicação e novas mídias. Dessa maneira, procuram conquistar novos mercados, atingindo pontos que normalmente não são seu filão, buscando assim atingir o público leitor que, apesar do gosto pela leitura, não costuma frequentar livrarias ou bibliotecas. Um desses meios, apesar de não ser foco de nossa pesquisa, é a venda dos *e-books*, que aumentaram em 225,13% de 2012 para 2013; porém representando uma parcela pequena do faturamento do setor (FIPE, 2013). Ainda de acordo com dados da pesquisa referente ao ano de 2014, as vendas de livros eletrônicos continuam em ritmo de alta, com aumento nas vendas: de R\$ 13 milhões em 2013 para R\$ 17 milhões em 2014.

Alguns segmentos têm sua participação no mercado editorial garantidas, como é o caso das publicações religiosas e espíritas, que possuem lojas e grupos de estudo com motivações diferentes para a aquisição de livros. Diferentemente das livrarias, onde as compras são, em geral, planejadas ou com períodos determinados de alta, como início de ano letivo ou, no caso do livro universitário, devido à sua adoção em cursos de graduação e pós-graduação. Outro setor que tem suas vendas garantidas é o de livros didáticos e CIP (Científico, Técnico e Profissional). O governo é um grande aliado desse setor editorial, pelos programas de distribuição de livros (PNLL e PNLD); no entanto, vale a ressalva de que os valores de venda são mais baixos que os de mercado.

A compra da esmagadora maioria dos livros pelo governo é realizada por meio do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD). Chamam a atenção a irregularidade do volume de compras e a amplitude da variação, o que é uma reclamação constante por parte dos empresários. O valor das compras mostra que o PNLD é o programa mais relevante para as editoras, na medida em que responde por mais de 80% dos valores envolvidos (EARP; KORNIS, 2005, p. 34).

Independentemente de o setor editorial buscar novos canais de comercialização de livros, acredita-se que estes ainda não sejam ameaça às livrarias físicas, pois elas são capazes de criar novas demandas, uma vez que muitos dos novos canais trabalham apenas com *best sellers*⁹, livros de bolso, de autoajuda ou lançamentos, não possuindo acervos diversificados de uma livraria especializada.

Como vimos até aqui, apesar da busca do setor editorial por novos canais de distribuição de livros, pesquisas comprovam que as livrarias ainda representam o maior canal

⁹ Termo em inglês que significa literalmente "mais vendidos". É um livro considerado extremamente popular entre os leitores, além de ser incluído na lista dos mais vendidos no mercado editorial.

de distribuição de livros no país, se comparado com outros canais de distribuição e comercialização de livros. Como podemos verificar nos dados do Diagnóstico da Associação Nacional de Livrarias (2012) do Setor Livreiro 2013, o Brasil contava, naquele ano, com 3.073 livrarias, considerando cada loja única, número que representava uma livraria para cada 63.113 habitantes. Desse total, 62% eram de livrarias com apenas um estabelecimento, 16% de duas a dez lojas e 21% com mais de 10 pontos de venda.

Em segundo lugar na distribuição de livros no Brasil, como visto na Tabela II (Pesquisa FIPE), destacam-se as distribuidoras de livros; porém, vale dizer que a distribuição de livros requer uma estrutura financeira e física, bem como certo *know-how*¹⁰, que inclui visitar os livreiros, vender, entregar e receber. O relacionamento editor/distribuidor se baseia em percentuais de descontos para distribuir o livro, geralmente de 45% a 55% sobre o valor de capa (percentual variável de acordo com a negociação entre editora e distribuidora), de modo a ser vendido ao livreiro com 30% de desconto. O porte da editora e a região de cobertura da distribuição também influenciam nos percentuais de descontos. As distribuidoras reduzem, assim, a necessidade de capital de giro das editoras.

Nos grandes centros, normalmente a própria editora faz a distribuição de seus produtos, pois assim a margem de lucro fica na própria editora. Pode-se dizer que, na maior parte dos títulos editados no país, o contato das editoras com os diversos canais de vendas é feito de forma direta.

Fora dos grandes centros, no entanto, são as grandes distribuidoras que fazem o fornecimento de livros, comprando-os por atacado das editoras, reduzindo a margem de lucros delas. Uma vez que a distribuição de livros requer uma estrutura financeira e física, bem como *know-how*:

Além da existência desses canais de distribuição e de comercialização de livros, a distribuição e a circulação têm sido apontadas como um dos maiores problemas da cadeia editorial brasileira, sendo até mesmo seu ponto mais vulnerável, devido à inexistência de uma boa estrutura de distribuição regional. Como as dimensões do Brasil são grandes, torna-se necessária uma logística sofisticada, pois, às vezes, são grandes as distâncias a serem percorridas de um ponto de vendas a outro, sendo preciso superar centenas de quilômetros e, como é sabido, no país predomina o transporte rodoviário, considerado caro.

¹⁰ Termo em inglês que significa literalmente "saber como". Know-how é o conjunto de conhecimentos práticos (fórmulas secretas, informações, tecnologias, técnicas, procedimentos, etc.) adquiridos por uma empresa ou um profissional, que traz para si vantagens competitivas.

Outra dificuldade refere-se ao fato de que muitas editoras brasileiras ainda não trabalham com pedidos *on-line* como uma opção de vendas, sem contar que os catálogos com os quais as livrarias trabalham atualmente apresentam milhares de títulos, quantidade, aliás, muito maior do que há alguns anos.

Quanto às empresas distribuidoras, segundo a CBL, não existe, hoje, alguma que possa ser considerada de âmbito nacional. Na verdade, o conceito brasileiro é o de atacadista de livros. As distribuidoras, em geral, operam com pequenas margens e muitas das grandes distribuidoras estão passando, atualmente, por dificuldades, cujas principais causas prendem-se, segundo elas, ao fato de que os pequenos livreiros e livrarias não estão fazendo mais estoques de livros, além de o índice de inadimplência encontrar-se elevado. Na verdade, o Brasil possui um reduzido número de distribuidoras que, em sua maioria, somente se interessam por livros de venda assegurada e com tiragens de certo porte. Em tais circunstâncias, ficam com a maior parte da edição, mediante o desconto de 55% do preço de capa.

Apesar de muitos apregoarem que, com a chegada do e-book e de outras tecnologias, as livrarias físicas estavam como seus dias contados, essa previsão ainda não se concretizou, e parece estar longe de ser realidade no mercado editorial brasileiro. De acordo com a pesquisa “Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro” realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas da Universidade de São Paulo (FIPE/USP), encomendada pela CBL, as livrarias físicas são ainda o principal canal de comercialização do setor editorial brasileiro (LISBOA, 2013). Entre 2012 e 2014, a participação das livrarias físicas no número de exemplares vendidos foi de 47,42%, 50,59% e 49,85%, respectivamente. Já as distribuidoras de livros ocupam o segundo lugar como maior canal de vendas, com a participação de 22,49%, 20,50% e 20,10%, respectivamente (SNEL, 2015).

Analisando os números, a queda de exemplares vendidos foi de 9,23%, apesar do aumento da tiragem média. Todavia, houve uma queda de 8,51% em lançamentos em 2014. Segundo a pesquisa, ainda não se pode falar em uma crise no setor, mas em dificuldades devido ao aumento da inflação. A pesquisa demonstra que há uma elasticidade no setor editorial. A influência desses números no mercado editorial, diante dos 280 milhões de livros vendidos em 2014, demonstra que o número de livros vendidos vem crescendo nos últimos anos, sendo este um ponto positivo da pesquisa. De acordo com o SNEL, houve um crescimento razoável de exemplares vendidos nos últimos anos, e de acordo com a pesquisa, o faturamento das editoras está estável. O que aconteceu foi uma queda no preço médio do livro comercializado, o que demonstra ainda um maior número de exemplares em circulação;

contudo, para os editores isso não significa aumento nos lucros, ou seja, eles estão vendendo mais livros, mas o faturamento se mantém. Ocorreu, nos últimos anos, um aumento de leitores, o que é positivo e ajudou a manter o faturamento. Porém, o mercado manteve-se parado. Ou seja, há efeitos positivos, mas o mercado não cresce, existindo uma estabilização. O desafio dos editores é a retomada do crescimento nas vendas, acima da inflação. As vendas no mercado aumentaram 7,33%, mas, em contrapartida, caíram 16% as vendas para o governo. Se observarmos os dados da pesquisa, nos últimos dez anos o mercado cresceu 5,79%. As vendas para o governo, nesse mesmo período, aumentaram mais de 38%, mesmo 2014 registrando um decréscimo nas vendas para o governo.

Segundo o SNEL, um dos maiores problemas enfrentados pelos editores, nos últimos anos, são os atrasos nos lançamentos de programas governamentais, uma vez que o mercado é ainda muito dependente dessas compras, pois aproximadamente 1/4 do faturamento dos editores procede de compras dos programas do governo. Em 2004, esse percentual ficou abaixo dos 23%, mas normalmente gira em torno de 1/4.

O desafio do mercado é buscar soluções e não ficar apenas à espera dos programas de governo. O mercado tem que ser mais eficiente, tem que haver um maior diálogo entre os membros da cadeia do livro, editoras, distribuidoras, livrarias, fornecedores de matéria-prima e os próprios editores. Precisam focar mais no leitor, que é o consumidor do produto livro, seja físico ou virtual; o mercado tem que ter em mente que o seu maior concorrente não é o outro editor, mas as diversas tecnologias que concorrem com a atenção da população no dia a dia, e que são de fácil uso e com baixo custo ao consumidor. Isto é, o grande desafio é a concorrência com o entretenimento fácil e barato, que compete diretamente com o livro.

Diante de fatos e números apresentados até aqui, fica claro que o livro impresso no Brasil ainda tem um longo caminho pela frente, e o seu fim, devido à chegada dos *e-books* ou livro eletrônico, parece estar bem longe de se tornar uma realidade, pelo menos em nosso país, já que as livrarias e distribuidoras ainda são os principais meios de comercialização/distribuição do livro.

O livro ainda é um dos principais parceiros de acadêmicos e pesquisadores no processo de ensino/aprendizagem, divulgação de conhecimento acadêmico e das pesquisas científicas. Apesar dos números significativos já apresentados, faz-se necessário repensar as políticas de distribuição e circulação do livro no Brasil, em especial o livro universitário, que podemos chamar de CTP (Científico, Técnico e Profissional). Apresentaremos, no tópico a

seguir, os resultados da pesquisa de editoras universitárias, realizada pela ABEU, no início de 2015.

1.4 PANORAMA ATUAL DA EDIÇÃO UNIVERSITÁRIA BRASILEIRA (PESQUISA ABEU/2015)

A título de contextualização, informamos que essa pesquisa foi realizada entre abril e maio de 2015, por um pré-teste realizado de 24 a 31 de março de 2015. Foi utilizado o sistema *Survey Monkey*, e teve o objetivo de verificar o panorama atual da edição universitária no país e seus respectivos cenários. Foram utilizadas perguntas fechadas de múltipla escolha¹¹.

A pesquisa abrangeu dados sobre as estruturas física, administrativa, jurídica, mercadológica, financeira, política editorial, média de tiragem de títulos, publicação digital (*e-books* e outros formatos), direitos autorais, existência ou não de fundação de apoio, entre outros.

Como resultado apresentou diversos índices importantes para o setor editorial universitário e apontou alguns problemas que, acreditamos, seja comum entre a maioria das editoras universitárias do país e, em especial, as do Paraná: a ausência de emissão de nota fiscal, problema já levantado na dissertação de mestrado de Harfuch (2014, p. 40-41):

Outro problema que tanto EDUEL quanto EDUEM enfrentam são os canais de distribuição próprios, pois cada uma delas possui apenas uma livraria e nenhuma estratégia de distribuição, além do entrave da Nota Fiscal que impede o avanço, pois dificulta a comercialização do livro produzido pelas editoras da IES do Paraná, pois diante da impossibilidade de emissão de tal documento, limita a distribuição e circulação de grande parte de suas produções.

Na pesquisa realizada pela ABEU são, ainda, apontadas como problemas decorrentes da ausência da emissão de nota fiscal: a recusa de transportadores em circular com mercadorias dessas editoras; a recusa de livrarias comerciais e distribuidoras em receber o material das editoras universitárias; a impossibilidade de participação em pregões e licitações; entre muitos outros problemas de ordem fiscal e jurídica.

A pesquisa apontou também os maiores obstáculos legais que atrapalham o bom andamento das atividades de uma editora universitária, tais como:

¹¹ Associação Brasileira das Editoras Universitárias – ABEU. Em: <http://www.abeu.org.br/>.

- a) Dificuldades legais (principalmente no que diz respeito à comercialização);
- b) Falta de autonomia financeira;
- c) Falta de orçamento próprio;
- d) Falta de políticas governamentais de apoio ao livro universitário;
- e) Trabalhar com ata de registro de preço;
- f) A Lei nº 8666/93¹²;
- g) Questões financeiras;
- h) A fragilidade das relações no PIDL e as dificuldades de canais de distribuição;
- i) A burocracia dos processos de seleção de fornecedores de serviços gráficos;
- j) Identidade jurídica própria;
- k) Ausência de autonomia da universidade;
- l) Não utilização de Nota Fiscal, trabalhar sem fundação;
- m) Falta de apoio na comunicação e no marketing, para dar maior visibilidade às publicações;
- n) Alto custo gráfico de traduções e revisões;
- o) Centralização financeira, impossibilidade de despesas com publicidade e outros contratos de interesse da área (autores, tradutores, serviços de apoio).

Outros dados importantes a serem ressaltados, de acordo com a pesquisa, são que: 59,7% das editoras universitárias possuem livraria própria; 89,6% possuem estoque próprio; e 27,3% possuem gráfica própria. Os principais canais de distribuição que utilizam são:

- a) Exclusivamente pelo PIDL – 1,3%;
- b) PIDL – 53,2%;
- c) A própria editora realiza a sua distribuição – 62,3%;
- d) Distribuidor comercial com atendimento local – 23,4%;
- e) Distribuidor comercial com atendimento nacional – 33,8%;
- f) Pelo site (via boleto bancário) – 22,1%;
- g) Site com livraria virtual – 51,9%;
- h) Outros – 20,8%.

¹² A Lei 8.666/93, lei federal brasileira, sancionada em 21 de junho de 1993, estabelece normas gerais sobre licitações e contratos administrativos pertinentes a obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações e locações no âmbito dos poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

A pesquisa aponta que a principal forma de participação das editoras universitárias é em feiras e eventos. A grande maioria (61%) afirmou participar principalmente de feiras a convite de outras instituições; 53,2% participam eventualmente em feiras da ABEU; e 42,9%, das Bienais do Livro (São Paulo e Rio de Janeiro).

Em relação aos principais problemas enfrentados na comercialização de livros, são apontadas: a falta de funcionários especializados (49,4%); a ausência de nota fiscal para a venda de livros (41,6%); a falta de divulgação do acervo e cadeias de livrarias privadas (ambas com 39%). Importante ressaltar que, apesar dos problemas enfrentados pelo mercado do livro universitário, a maioria (77,9%) assinala que suas publicações têm origem em recursos próprios e as editoras possuem livraria própria (33,35%); afirmam que o arrecadado com as vendas é diretamente revertido para a própria editora, sendo extremamente relevante que a livraria física e própria ainda é uma das maiores fontes de arrecadação para esse seguimento.

1.5 POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O LIVRO: BREVE HISTÓRICO

Na introdução desta dissertação, na época do Império, as políticas para o livro eram protecionistas, o acesso ao livro e à educação era quase inexistente e faltavam livrarias e bibliotecas. Havia uma escassez de livros, e as poucas obras existentes se concentravam nas mãos de quem detinha poder ou possibilidade de adquiri-las, principalmente por encomendas de viajantes oriundos da metrópole. Essa situação perdurou durante todo o Império e só foi alterada no período denominado República Velha (1889-1930).

As primeiras bibliotecas públicas surgem, no Brasil, em 1810 (Biblioteca Nacional). Esse cenário perdura até a década de 1920, e somente a partir da Revolução de 30 e do Estado Novo é que surgem as primeiras políticas públicas para a cultura no Brasil. Em 1937, durante a ditadura Vargas, cria-se o Instituto Nacional do Livro.

As primeiras políticas públicas para a leitura no Brasil, e conseqüentemente para o livro, datam de 1935, quando da passagem de Mário de Andrade pelo Departamento de Cultura do Estado de São Paulo. Por cerca de 300 anos, as únicas formas de acesso ao livro eram as bibliotecas de ordem religiosas ou particulares. Desde a época da Monarquia até a Proclamação da República (PAIVA, 2008), não existiam políticas específicas para a leitura e nem para o livro e seu comércio no país.

Décadas se passam e somente em 1960 e 1961, respectivamente, são criados a Companhia Nacional do Livro e o Serviço Nacional de Bibliotecas, órgãos ligados ao Estado, e que tinham o objetivo de formar o hábito de leitura e o desenvolvimento de bibliotecas.

Como já citado, essa alteração começou na década de 1930, quando o cenário no Brasil era de mudanças econômicas, políticas e culturais. A partir de dois acontecimentos importantes – a Revolução de 30 e o Estado Novo – foi que houve a institucionalização do primeiro órgão para a efetivação de uma política pública para o setor “[...] políticas de bibliotecas públicas, mecanismos institucionais que facultavam o compartilhamento, a difusão e o uso da informação disponível para as comunidades” (OLIVEIRA, 1994, p. 17). No governo Vargas, pelo do Decreto-lei nº 93, de 21 de dezembro de 1937, foi criado o Instituto Nacional do Livro (INL), durante o mandato de Gustavo Capanema como Ministro da Educação. O INL possuía a competência de organizar e publicar a Enciclopédia Brasileira e o Dicionário da Língua Nacional, editar obras de interesse para a cultura nacional, criar bibliotecas públicas e estimular o mercado editorial mediante promoção de medidas para aumentar, melhorar e baratear a edição de livros no país (OLIVEIRA, 1994, p. 43).

A origem do INL resultou da incorporação das funções do Instituto Cairu, e o Plano Nacional de Educação (PNE). O INL existiu por 52 anos, de 1937 a 1989, e sua existência sempre foi um tanto quanto polêmica. Dentre as principais polêmicas podemos citar o fato de que uma de suas atribuições era “[...] contribuir para a criação de uma cultura nacional [...] centrar seu trabalho no livro, como instrumento de estabilidade social e transmissão desta cultura” (OLIVEIRA, 1994, p. 43); entretanto, com a transferência da linha editorial do INL para a iniciativa privada, este não privilegiou a difusão do livro nem o estímulo à leitura, questão que se manteve insolúvel. Outra polêmica se refere a “[...] o alvo imediato [...] não era necessariamente o público, mas a iniciativa privada, que além da exclusividade do mercado e da subvenção de seus custos, ganhava ainda o redimensionamento das compras de parte da edição pelo Estado [...]” (OTICICA, 1997, p. 7).

Apesar das polêmicas durante a existência do INL, existiram também pontos positivos; entre eles podemos citar sua contribuição expressiva para o desenvolvimento da biblioteca pública no Brasil, bem como no desenvolvimento da biblioteconomia e para a formação de recursos humanos especializados. Em 05 de novembro de 1987, por meio da Lei nº 7.624, o Instituto Nacional do Livro e a Biblioteca Nacional passaram a integrar a Fundação Nacional Pró-Leitura. Em 12 de abril de 1990, com a extinção do INL – Lei nº 8.029, suas atribuições foram transferidas para a Fundação Biblioteca Nacional.

A partir da década de 1980, após o período ditatorial, algumas políticas foram empreendidas na área cultural, com as chamadas leis de incentivo. As principais delas foram: Lei nº 7.505, de 20 de junho de 1986, a chamada Lei Sarney, substituída em 1991 pela Lei nº 8.313, conhecida até hoje como Lei Rouanet. Também foram instituídos o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), com a finalidade de captar e canalizar recursos, e a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC), responsável por analisar projetos que se candidatam a receber incentivos. A Lei Rouanet trouxe avanços, com uma menor intervenção do Estado; entretanto, por ser uma lei muito abrangente, recebeu muitas críticas quanto à sua eficácia e por concentrar ações principalmente nas regiões Sul e Sudeste. Após o período ditatorial, outras políticas para o setor surgiram expressas na forma de leis mais específicas, entre elas a Lei do Direito Autoral (BRASIL, 1998), a Política Nacional do Livro (BRASIL, 2003), ou por meio de programas governamentais – como o Pró-leitura, o Programa Nacional de Incentivo à Leitura (Proler), o Fome do Livro e Vivaleitura –, e programas mais específicos voltados para o livro didático e a biblioteca escolar, como o Programa Nacional de Biblioteca Escolar (PNBE) e o Programa Nacional de Livro Didático (PNLD).

Em 30 de outubro de 2003 foi sancionada a Lei nº 10.753; conhecida como Lei do Livro, proposta pelo senador José Sarney, e que instituiu a Política Nacional do Livro. Esta lei trata de questões pontuais relacionadas ao livro, desde a política nacional para a difusão e a leitura, até editoração, distribuição e comercialização. Foi substituída pelo Plano Nacional do Livro e da Leitura (PNLL), apresentado pelos ministros da Cultura e da Educação, em 13 de maio de 2006, no encerramento do Fórum – PNLL/Vivaleitura 2006/2008. O PNLL tem por finalidade básica assegurar a democratização do acesso ao livro, o fomento e a valorização da leitura, e o fortalecimento da cadeia produtiva do livro como fator relevante para o incremento da produção intelectual e o desenvolvimento da economia nacional. Este plano foi instituído pela Portaria Interministerial 1442, de 14 de agosto de 2006 (MinC e MEC). O PNLL possui quatro eixos estratégicos: a) Democratização do acesso, b) Fomento à leitura e à formação, c) Valorização da leitura e comunicação e d) Apoio à economia do livro; este último com maior relação com o setor produtivo do livro, pois dentro de suas diretrizes estava o desenvolvimento da cadeia produtiva do livro.

Para que a economia do livro se desenvolvesse, esse eixo propôs a criação de linhas de financiamento para gráficas, editoras, distribuidoras e livrarias e para a edição de livros. Programas governamentais de aquisição que considerem toda a cadeia produtiva e os interesses das práticas sociais de leitura no país. Programas de apoio às micro e pequenas empresas. Fóruns sobre políticas do livro e da edição. Programas de formação para editores,

livreiros e outros profissionais do mercado editorial. Programas para ampliação das tiragens, redução de custos e barateamento do preço do livro. Programas de apoio ao livro universitário. Além de fomento à distribuição, circulação e consumo de bens de leitura, políticas para fomentar a abertura de livrarias e apoiar as existentes, livrarias em praças públicas, livros em bancas de jornal, programas de formação de livreiros empreendedores, apoio e financiamento ao setor livreiro, programas de apoio à abertura de pontos alternativos de venda, programas de educação continuada aos profissionais de livrarias e programas de tarifas diferenciadas para transporte e circulação de bens de leitura.

Além dos esforços de apoio à economia do livro, as políticas para o livro e a leitura devem considerar, também, as diversas autorias e a criação literária, além das questões de fomento do setor editorial e livreiro, de forma a criar condições para que a produção das obras necessárias aconteça de forma cada vez mais eficaz, barateando os custos de produção e distribuição, eliminando gargalos e debilidades, tudo convergindo para a produção de livros em quantidade necessária e a preços compatíveis com a capacidade de consumo da população. Deve manter, no entanto, a perspectiva sistêmica de que o econômico se equilibra com o direito de cidadania e a dimensão simbólica.

O Brasil está entre os oito maiores produtores de livro do mundo com 501,37 milhões de títulos produzidos, e 435.690 milhões de exemplares publicados no ano de 2014. Possui cerca de 5.000 bibliotecas públicas, 10.000 bibliotecas comunitárias, 52.634 escolares, 2.165 universitárias¹³. Temos um dos maiores programas de distribuição de livros gratuitos do mundo, principalmente na área educacional pública.

Mesmo com todas essas políticas públicas voltadas ao livro ou ao mercado livreiro no Brasil, pesquisas apontam que os principais problemas do setor estão principalmente na dificuldade de acesso. Apesar de possuir cerca de 2.600 livrarias em 600 cidades (11% do total de cidades do país e altíssima concentração no Sul/Sudeste)¹⁴, a realidade do setor é a de baixas tiragens de livros e de alto preço final ao leitor, criando uma dicotomia entre preços e capacidade de compra. Há ainda a descontinuidade das ações governamentais e privadas, a desarticulação entre Estado e sociedade; Estado e estado; sociedade e sociedade.

É possível a reversão desse quadro? Acreditamos que sim, desde que haja uma maior articulação entre o Estado, a sociedade e o mercado, para criar estruturas e formas de

¹³ Fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas da Universidade de São Paulo (FIPE/USP), sob encomenda da Câmara Brasileira do Livro (CBL) e do Sindicato dos Editores de Livros (SNEL).

¹⁴ Fonte: ANL (Associação Nacional de Livrarias, 2013).

financiamento, converter livro e leitura em um programa permanente, fruto de consenso nacional dos setores envolvidos e do estado em todos os seus níveis.

Observamos que, dentre todas as políticas públicas para o livro, o ensino superior não é contemplado. As políticas públicas do governo para o livro e leitura que, desde 2003, a partir da Lei do Livro, vêm sendo discutidas e avaliadas por todos os segmentos da denominada cadeia produtiva do livro e com a sociedade em geral, precisam ser mais objetivas, a fim de se chegar a ações concretas que de fato revertam os quadros atuais.

1.6 ABEU, A INSTITUCIONALIZAÇÃO DO PIDL

Como vimos no tópico anterior, dentre todas as políticas públicas para o livro, o ensino superior não é contemplado, e nesse vácuo deixado por Estado, mercado e sociedade, os envolvidos com as editoras universitárias se organizaram e criaram, em 1987, a Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU), criada durante o 4º SNEU (Seminário Nacional das Editoras Universitárias), ocorrido em Goiânia no período de 31 agosto a 5 de setembro daquele ano. Órgão sem fins lucrativos e com a finalidade de congregar as editoras universitárias, bem como toda pessoa jurídica ou física ligada ao desenvolvimento das editoras universitárias após sua criação foram aprovados sua primeira diretoria e seu regimento (BUFREM, 2001, p. 96), uma de suas primeiras atribuições foi a ampla discussão sobre os problemas de distribuição da produção editorial, considerada pela maioria dos participantes ponto crucial do processo. Incorpora-se, então, como uma das atividades da associação a atividade de distribuição, passando assim o PIDL a fazer parte da ABEU na forma de coordenadoria, à qual estão vinculadas cinco subcoordenadorias representando cada região do país.

São objetivos do PIDL:

- Estimular a produção, a publicação e a divulgação do trabalho intelectual dos docentes e, conseqüentemente, fomentar o debate crítico universitário;
- Fortalecer o interesse da comunidade acadêmica pela qualidade do ensino, atenuando a utilização indiscriminada de reprografia, incentivando a leitura e estimulando o aperfeiçoamento do material utilizado pelos docentes;
- Enriquecer a bibliografia básica disponível para os cursos de graduação;

- Refletir o desempenho intelectual das IES, divulgando de forma ampla e adequada a produção intelectual dos docentes;
- Criar mecanismos de intercâmbio de soluções técnicas para editoração, divulgação e distribuição de livros entre as IES;
- Aperfeiçoar o padrão editorial das publicações universitárias.

Objetivando uma maior distribuição do livro universitário, o PIDL tem o propósito de transferir a informação a parcelas cada vez maiores da sociedade, e desde sua implantação busca-se o seu fortalecimento. Apesar de não ser um programa estatal, tem seu reconhecimento junto ao MEC, que tem sugerido paralelamente a sua consolidação: “que os participantes intensifiquem o intercâmbio de distribuição direta, com postos de vendas ou livrarias instaladas nas próprias IES” (BUFREM, 2001, p. 111).

Após a implantação do PIDL “um programa reconhecido pelo MEC, que vem despertando o interesse da comunidade universitária”. Destacam-se alguns aspectos, como: aumento do índice de adoção, por professores, dos livros das editoras universitárias; rede de distribuição do programa entre todas as editoras universitárias; crescimento do movimento pela divulgação e distribuição das obras publicadas pelas IES; possibilidade de cada editora avaliar comparativamente, em termos qualitativos e quantitativos, a sua produção; criação de nova mentalidade entre professores, alunos, pesquisadores e editores no que se refere a produção, divulgação e publicação de títulos; multiplicação de livrarias e postos de vendas nos *campi*. Além dos aspectos evidenciados, o programa se constitui em alternativa para, minimizar custos, privilegiar obras nacionais, popularizar o livro e socializar o saber¹⁵.

Bufrem (2001, p. 112) sugere que o PIDL “pode se tornar decisivo para o estabelecimento de uma política geral de atuação das editoras universitárias brasileiras e talvez, em um futuro não muito remoto, de uma política latino-americana e internacional da distribuição do livro universitário”.

Além do PIDL, outros eventos têm contribuído para a ampliação da participação do livro universitário dentro do mercado livreiro nacional e internacional: a presença em feiras de livros, bienais nacionais e internacionais de livros, principalmente através do estande coletivo da ABEU, a participação regular nas Feiras Internacionais do Livro de Guadalajara e de Frankfurt, são ações que levam o produto editorial universitário ao encontro de um público além dos muros das instituições que o produzem, expondo a produção das IES às quais suas

¹⁵ Ailton José de Oliveria Sampaio, “PIDL: Alternativa para Popularizar e Socializar o Saber” (p. 25-29)

editoras estão vinculadas e, em consequência, expondo à crítica a sua força e sua vulnerabilidade dentro do campo cultural em que se inserem.

Bufrem (2001, p. 263) relata que as editoras universitárias encontram em suas estruturas grandes dificuldades, e demonstram uma diversidade muito grande de uma para outra. Em geral, apresentam precariedade de recursos físicos, financeiros e humanos. Dentre as dificuldades apresentadas pela autora, são ressaltadas a instabilidade administrativo-financeira, que dificulta o planejamento em longo prazo, e a grande variação na quantidade e qualidade dos funcionários de uma editora universitária para outra, demonstrando a instabilidade e a precariedade da política de pessoal nas instituições. A autora ressaltava ainda que, das dificuldades estruturais vivenciadas por essas editoras, duas são fundamentais ao processo editorial: a produção e a circulação do produto, dois itens que têm sido a tarefa mais árdua para as editoras universitárias em geral.

Apesar de o PIDL ser um dos primeiros esforços no intuito de atenuar os problemas de distribuição das editoras universitárias, não resolve por completo as dificuldades da IES em distribuir suas publicações. As carências estruturais aliadas à falta de acolhida desse tipo de publicação, tanto por distribuidoras como por livreiros, são ainda as maiores dificuldades enfrentadas para que o livro universitário tenha uma maior participação no mercado editorial brasileiro.

Como instrumento de divulgação e distribuição do livro universitário, o PIDL passa periodicamente por análises e discussões nos seminários nacionais das editoras universitárias, tendo suas normas sido modificadas de acordo com a burocracia institucional das suas filiadas, ou seja, devido a entraves burocráticos, ele vai se moldando às realidades internas ou externas das editoras associadas, o que por si só já é um problema, pois o próprio programa vai se contaminando dos problemas externos e ficando engessado, muitas vezes impossibilitando o seu aperfeiçoamento, mantendo o processo de distribuição ainda mais deficiente.

Apesar da instituição do PIDL, muitas editoras ainda resistem a participar do programa, pois encontram dificuldades internas (Institucionais) em seus *campi* para a implantação de pontos de vendas ou livrarias para distribuição e comercialização de obras próprias e/ou de outras editoras. De acordo com Bufrem (2001, p. 219), o PIDL tem sido responsável pela manutenção de uma rede de divulgação e distribuição das publicações universitárias. A sua adoção por parte das editoras vem se ampliando consideravelmente, mas já não basta, o que se percebe quando a autora afirma: "Em breve estaremos tentando entrar no mercado não universitário".

O campo editorial brasileiro é muito amplo. De acordo com as pesquisas que mencionamos em itens anteriores, ele é amplamente dominado pelos grandes grupos editoriais e pelas grandes redes de livrarias e distribuidoras. O campo livro universitário restringe-se a uma pequena fatia desse mercado. Para se ter uma ideia, com base em dados coletados no site da ABEU (Associação Brasileira das Editoras Universitárias) existem, hoje, no país, 118 editoras universitárias¹⁶, não estando aqui contabilizadas as não associadas. Entendemos que esse número não represente a totalidade de editoras, tanto públicas como privadas, pois certamente o número de editoras não filiadas deve ser muito maior do que o total informado.

¹⁶ Dados coletados em <http://www.abeu.org.br/EditorasAssociadas.aspx>.

CAPÍTULO 2 – O CAMPO UNIVERSITÁRIO E SUAS RELAÇÕES: A UNIVERSIDADE E A SOCIEDADE

2.1 O CAMPO ACADÊMICO: A UNIVERSIDADE COMO UM CAMPO

As universidades são um espelho das relações sociais, econômicas e políticas de sua época; são ainda motores de transformação e mudança social e o produto estruturado do tempo histórico e das suas relações sociais. As universidades, com o decorrer do tempo, passam por transformações profundas em suas formas de financiamento, de organização interna e de relação com a sociedade. Dentro dessa perspectiva, podemos considerar a universidade como um campo social, um subconjunto relacional do espaço social com relativa autonomia, e que se caracteriza pela disputa de capital. Assim sendo, de acordo com Bourdieu (2001), enquanto espaço relacional, a estrutura de um campo designa uma exterioridade, isto é, um conjunto social que está para lá das suas fronteiras, e uma interioridade mútua, ou seja, agentes e instituições que nele existem e subsistem, ocupando posições relativas e em disputa na estrutura social.

Cada campo é um espaço social complexo, cuja estrutura é um estado de relações de força entre agentes ou instituições que lhe são próprias. Sendo assim, ele é um espaço de luta desses agentes e dessas instituições pelo monopólio da violência simbólica legítima no seu interior e pela posse do capital próprio deste. É nesse sentido que se pode falar do campo religioso, do campo político, do campo artístico, do campo educacional. As relações de forças simbólicas que demarcam os limites de cada campo estão baseadas nas relações de força material entre grupos e/ou classes sociais, dominantes e dominados, mas de uma maneira tal que as dissimulam e as reforçam (BOURDIEU, 1983, p. 89).

Ao definirmos um campo é necessário, primeiramente, ter em mente qual o é capital que nele se disputa e qual a posição que seus agentes ocupam na luta pela sua dominação (BOURDIEU, 2001). Assim sendo, a universidade enquanto campo social é caracterizada pela disputa de um capital. Elas, as universidades, são sobretudo um palco de avanços e recuos, consentimentos e resistências, competição e solidariedade, suas relações de interioridade e de exterioridade refletem uma autonomia relativa no espaço social.

O acesso a um campo é determinado pelo reconhecimento de suas regras e de seus valores e a admissão no campo implica na posse de diferentes capitais que legitimem o acesso a ele; entre eles, podemos mencionar o *capital econômico*, uma vez que, para ter acesso à universidade, alunos e professores precisarão concluir várias etapas, tanto no ingresso em uma

universidade, como em uma carreira docente; a necessidade de acúmulo de *capital cultural* certificado pelo Estado, capital que pode ser mensurado nos concursos para o acesso à universidade, na avaliação quantitativa dos conhecimentos anteriores a ela; o *capital simbólico*, que implica no reconhecimento dos dois capitais anteriores no acesso; e o *capital social*, que pode ativar redes que facilitem as possibilidades de acesso à universidade ou à carreira. É a mobilização desses diferentes capitais que orienta os agentes sociais a perceberem a importância da presença no campo e o entendimento desse conjunto de juízos regula e rege a dinâmica do campo, o que Bourdieu (2001) chama de "sentido do jogo", ou seja, o senso prático que faz com que os agentes, ao jogarem, desenvolvam e respondam às exigências das regras do campo.

Falar do campo universitário é falar dos campos nele refletidos. Será apropriado falar-se do campo universitário? O próprio Bourdieu não teve dúvidas a respeito, tanto que tratou dele em *Homo Academicus*. Considerar a existência de um campo universitário, onde se disputa o capital acadêmico, composto pelos capitais propostos por Bourdieu em a *Teoria Geral do Campos*, o capital econômico, o capital cultural, o capital simbólico e o capital social, os quais estruturam o capital universitário, pois é na ativação desses quatro capitais que se compõe o capital universitário, sendo este flexível, adaptável à dinâmica das trajetórias sociais e transponível para o conjunto do espaço social.

Com o objetivo de alargar o foco da teoria do sociólogo francês, Cunha (2006) considera a hipótese de que as universidades não constituem propriamente um campo. Elas participam de pelo menos quatro campos. São eles:

- Campo educacional - As universidades participam desse campo ao lado (e em concorrência) com faculdades, institutos e escolas, que não integram universidades. Dependendo dos países, estas instituições podem outorgar diplomas dotados de valor material e simbólico, igual, menor ou maior do que os conferidos pelas universidades. Ademais, há universidades que atuam no ensino secundário e no técnico de nível médio, um indicador a mais de sua inserção no campo educacional.
- Campo profissional - Trata-se do mercado de trabalho, com suas exigências, com os valores materiais e simbólicos atribuídos aos diversos diplomas conferidos, com seus processos de elevação de requisitos educacionais, seus órgãos de controle corporativo, seus sindicatos. As empresas e esses órgãos entram na disputa pela legitimidade da formação e do exercício profissional, cujo efeito as universidades são compelidas a levar em conta em seus currículos e na definição dos diplomas que outorgam.
- Campo da pesquisa - Embora a universidade desenvolva a pesquisa científica, tecnológica e cultural, chegando a ser essa função estabelecida como condição de recebimento do status privilegiado, não é a única instituição que a faz. Na engenharia, na agronomia, na saúde e até mesmo nas ciências humanas, há institutos não universitários, públicos e privados, que competem com as universidades pelo financiamento das agências públicas e privadas, assim como valor material e simbólico de seus produtos.

- Campo cultural - Artes plásticas, música, dança, letras clássicas e modernas, línguas vivas e mortas, comunicação cultural constituem áreas de atuação universitária, nas quais é óbvia a concorrência encetada com espaços e entidades que lhe são externos e estranhos (CUNHA, 2006, p. 23).

Ao falarmos do campo acadêmico ou universitário, nos vem à mente ainda conceituar o que poderíamos chamar aqui de subcampo editorial, o qual faz parte da estrutura universitária e, assim sendo, também é campo de lutas internas. Sobre o conceito de campo, este é concebido como um sistema de relações objetivas, gestado em particulares condições sociais; o campo é espaço de lutas entre posições, interesses, autoridades, competências, capacidades técnicas, distinções, legitimidades e poderes (BOURDIEU, 1983, p. 122). E é sob esse aspecto conceitual que se insere o campo editorial:

[...] torna-se como objetivo o campo editorial como espaço social relativamente autônomo - capaz de retraduzir segundo a lógica própria todas as forças externas, especialmente as econômicas e políticas - a partir do qual as estratégias editoriais encontram seus preceitos. Para analisar os determinantes dessas estratégias importa reter, entre as realizações dotadas de uma existência nominal [...], aquelas que dispõem de uma autonomia suficiente para realizar uma política editorial própria [...] as editoras articulam-se por redes complexas de relações financeiras, comerciais e familiares (BOURDIEU, 1996, p.6).

Bourdieu, em seus trabalhos sobre a gênese e a estrutura do campo literário, detectou a

[...] coexistência antagônica de dois modelos de produção e de circulação que obedecem a lógicas inversas, um deles voltado para um modelo de 'arte pura', que requer autonomia e acumulação de capital simbólico, e o outro alimentado pela lógica econômica, que supõe uma produção com retorno em curto prazo, entre outras características (BOURDIEU, 1996, p. 163).

demonstrando que a estrutura do campo literário ou ainda os campos culturais sempre foram submetidos a absorver e gerir os conflitos da relação entre "arte e dinheiro". E complementa:

[...] as indústrias literárias fazem do comércio dos bens culturais um comércio como os outros, conferem prioridade à difusão, ao sucesso imediato e temporário, medido, por exemplo, pela tiragem, e contentam-se em ajustar-se à demanda preexistente da clientela (BOURDIEU, 1996, p. 163).

As reflexões de Bourdieu sobre o campo literário e o mercado de bens simbólicos resultaram de pesquisas realizadas na França (BOURDIEU, 1996). Nessas pesquisas foram analisadas as editoras, além de editores e autores, sendo estes considerados agentes atuantes no campo, e que agem de acordo com as regras dele, garantindo os mecanismos de

legitimidade não apenas interna, mas também de distinção do campo literário em relação aos demais campos culturais.

Os campos, de acordo com as teorias de Bourdieu, são palco de conflitos entre agentes dominantes e dominados, sendo a dominação, regra geral, pouco evidente, sutil e incorporada aos processos sociais. E no campo universitário isso não é diferente, pois, por constituírem um campo social, não estão livres das disputas internas, entre os seus agentes, e externas, em que as disputas de natureza econômica, mercadológica e social cobram da universidade uma maior interação com a sociedade na qual estão inseridas.

Entre as definições de campo, um elemento central que lhe é atribuído é "qual a sua função?". E, diante deste questionamento, cabe a nós perguntar: "qual a função social da universidade?". Dentre as diversas possibilidades de respostas podemos encontrar inúmeras possibilidades, como: colocar as pessoas a pensar, contribuindo para a formação pessoal; promover o ensino e a qualificação; formar bons profissionais; estimular a pesquisa científica e/ou contribuir para o desenvolvimento econômico, social e cultural. Há, ainda, elementos de convergência e divergência, em que uns apontam para a formação de recursos humanos e outros na formação de cidadãos livres, na promoção do pensamento culto ou na formação técnica, na formação pessoal ou na formação profissional, na aplicabilidade do conhecimento ou na formação de cidadãos críticos, dar respostas em nível tecnológico ou dar autonomia, e por aí vão as possibilidades, passando ainda pelo combate às desigualdades, pela competitividade econômica, pela participação cidadã, garantindo soberania e crescimento econômico, e contribuindo para o desenvolvimento local.

Todas essas funções não são excludentes nem de oposição; simplesmente demonstram o quão divergentes são as possibilidades de ação das universidades em seus campos de atuação, e nos ambientes sociais em que se inserem.

2.2 UNIVERSIDADE E SOCIEDADE: UMA RELAÇÃO ENTRE SABER E PODER

Uma das funções das universidades é a produção de conteúdo intelectual e a sua aplicabilidade em diversos setores da sociedade, gerando conhecimento. Sabe-se que a relação entre universidade e sociedade sempre foi um tema polêmico, já que cada vez mais é cobrado das IES que elas assumam papéis e funções diferenciadas em decorrência das ligações e subordinações pelas quais vêm passando ao longo da história. De acordo com Siqueira (2015), mesmo ante as variadas propostas para uma inserção na(s) sociedade(s), o certo é que a universidade sempre foi considerada como sendo detentora primordial do *saber*. Tanto que

os papas e os soberanos do século XIII passaram a encorajar o desenvolvimento delas, "pois tinham a consciência do papel que elas (universidades) podiam desempenhar, ao colocar à disposição da Igreja e do Estado um pessoal intelectualmente qualificado, facilitando o controle sobre a sociedade" (VERGER, 1990, p. 43).

Apesar de ser incontestável a necessidade de uma maior relação entre a universidade e a sociedade, por muito tempo as universidades mantiveram um distanciamento da sociedade, sob o pretexto de que essa relação mais próxima poderia afastá-la dos seus objetivos primários, que são o ensino e a pesquisa. Entretanto, a preocupação pelo reforço do seu papel econômico e social e pela necessidade de garantir formas alternativas de financiamento, visto que, ano após ano, os investimentos governamentais, no caso das universidades públicas, vêm sendo reduzidos significativamente.

Para entendermos essa relação, é preciso resgatar as definições e as funções da universidade. Segundo a legislação brasileira, ela tem como uma de suas características a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. Pela sua origem, a universidade tem um compromisso com a transformação da sociedade, com o exercício da crítica livre, com a preservação do conhecimento, com a construção de um novo saber, com a beleza, com as artes, com a cultura, mas, baseados em valores da ética, da democracia, da justiça e da igualdade, que norteiam a sociedade humana (SIQUEIRA, 2015).

Segundo Vieira (1989, p. 12), a ligação da universidade com a sociedade é a de quem deve servir, "[é preciso] empenhar-se na defesa de uma universidade que possa beneficiar a maioria e não colabore no pacto de exclusão social dos despossuídos". Compactuando com essa visão, Belloni (1989, p. 55) defende que "A educação é um serviço ou bem público não só porque recebe recursos públicos, mas principalmente porque seus benefícios (profissionais qualificados, cidadãos conscientes, conhecimento produzido e disseminado) atingem toda a sociedade".

A universidade emerge da sociedade. Estando os membros da universidade inseridos em diversos grupos sociais, conseqüentemente, transportam para o interior dela desta as suas perspectivas, os seus comportamentos e os seus valores pessoais. Assim sendo, por ser ela um agente de desenvolvimento e de compromisso com a sociedade, seu papel no desenvolvimento regional é inquestionável, e essa é uma exigência cada vez maior da sociedade. Para cumprir essa aspiração, a universidade necessita assumir um papel maior como colaborador no desenvolvimento regional, tanto no campo econômico e seu dinamismo, como nos campos sociais e culturais e tecnológicos, para aumentar em quantidade e qualidade as relações com a sociedade à sua volta.

Importante ressaltar que cabe às universidades reduzir as desigualdades sociais existentes, possibilitando aos estudantes igualdade de acesso ao conhecimento. São colocados às universidades cada vez mais desafios, exigindo-lhes papel mais participativo diante da sociedade e constante participação e contribuição para o desenvolvimento dessa sociedade, através da transferência de conhecimentos, tecnologias e competências por elas produzidas, não estão imunes às demandas da sociedade, pois são motores de transformação e mudança social por serem um reflexo das relações sociais, econômicas e políticas da sociedade em determinado espaço e momento histórico. A resposta da universidade a estes novos desafios deve ser centrada nas suas principais funções que são o ensino a pesquisa e a extensão.

Feldman (Apud, GOMES, 2012) observa que:

[...] as empresas precisam do conhecimento científico das universidades, o que as ajuda na produção de inovação, e as universidades necessitam saber o que as empresas fazem de interessante e onde aplicam seus recursos em tecnologia, o distanciamento entre universidades e empresas acaba impedindo o surgimento de novas tecnologias.

Podemos afirmar que a universidade tem, hoje, papel fundamental na geração de desenvolvimento econômico, social e cultural, pois é função da universidade criar, armazenar e distribuir conhecimentos, competências e tecnologias, atendendo assim suas atribuições de ensino, pesquisa e extensão, e indo mais longe ao transmitir valores democráticos e de socialização à sociedade onde está inserida, promovendo assim políticas de igualdade de oportunidades a todos. "A universidade e, em especial, as pró-reitorias de extensão devem induzir programas e projetos que visem enfrentar os problemas específicos produzidos pela situação de exclusão." (NOGUEIRA, 2000, p. 63), ou seja, a universidade deve direcionar as políticas de extensão a projetos que considerem o compromisso social e o papel da universidade frente aos problemas sociais das comunidades à sua volta.

2.3 O LIVRO E A SOCIEDADE

Voltaire dizia que "acontece com os livros o mesmo que acontece com os homens, um pequeno grupo desempenha um grande papel". É inegável que o livro possui papel muito importante para o desenvolvimento das sociedades e para o crescimento intelectual dos indivíduos. Ele possibilita à sociedade o registro da história, das descobertas, dos avanços tecnológicos e a perpetuação destes através do tempo, como forma de armazenamento do conhecimento.

A invenção da escrita possibilitou à humanidade grandes avanços intelectuais no decorrer dos tempos; como os hebreus, com os seus textos conhecidos como *Pentateuco*, que formaram as bases do cristianismo ocidental, e os fenícios que, a partir de seus escritos, contribuíram para as técnicas de navegação atual.

Graças ao conjunto de obras escritas e organizadas em livros desde a invenção da escrita e, consecutivamente, da sua organização em livros ou outras formas de armazenamento da informação, as civilizações têm deixado um legado cultural para as gerações posteriores; e é dessa forma que a humanidade evoluiu, com o passar do conhecimento de uma geração a outra, sempre atualizando e acrescentando novos registros, fatos e descobertas que são passadas adiante.

Visto que o livro é um dos principais meios de disseminação do conhecimento, além das imagens, vídeos e outros meios, sabemos que o acesso ao conhecimento possibilita ao indivíduo o crescimento intelectual e financeiro, propiciando ainda a libertação dos indivíduos, tornando-os capazes de se tornar mais autônomos nas suas decisões e nos rumos que terão em suas vidas. Os livros possibilitam o desenvolvimento do senso crítico e a aquisição de cultura; por cultura entenda-se estilos de vida, arte, modos de pensar e relacionar-se dentro de uma sociedade ou com outros povos. O desenvolvimento da escrita, pois, melhora nossa capacidade cognitiva e de expressão. O hábito da leitura nos ajuda a desenvolver argumentos, palavras e o uso de idiomas, entre outros recursos e, finalmente, o livro nos proporciona prazer, nos leva a viajar, a imaginar, enfim, estimula a criatividade e a liberdade.

Uma lenda chinesa conta que uma pessoa ficou tão absorta ao observar um quadro, que acabou sendo engolida por ele, se perdendo na imagem que admirava. Pode-se dizer que esse é o efeito da leitura do livro, um ato de entrega. O melhor livro é aquele que nos captura.

O livro é um reflexo da sociedade, mesmo as obras de ficção são originadas dos desejos do homem, dos seus sonhos, das suas indagações, dúvidas e incertezas. A relação sociedade/livro é indissociável; mesmo com as novas tecnologias, onde o formato do livro ganha novas roupagens, ele pode ser considerado um dos maiores legados da humanidade, o livro é o registro da raça humana, de sua perpetuação através da escrita.

2.4 EDITORAS UNIVERSITÁRIAS PARANAENSES: EDUEL, EDUEM E EDUEPG, EDITORAS EM ESTUDO

Ao iniciarmos nosso projeto de pesquisa, que resultou nesta dissertação, tínhamos com clareza o objetivo de verificar os problemas de distribuição e circulação do livro universitário paranaense, mais especificamente dos livros produzidos pela EDUEL, onde atuo profissionalmente, entretanto era claro que, para proceder este estudo, não poderíamos nos ater exclusivamente a analisar uma única editora. Assim sendo, e já de posse de algum conhecimento sobre alguns dos problemas que afetam o subcampo das editoras universitárias do Paraná, constatados no dia a dia de trabalho, achamos necessária uma maior abrangência, tomando como objeto de estudo não só a EDUEL, mas também algumas de suas congêneres no estado, ampliando, assim, nosso campo de análise e possibilitando investigar os problemas/dificuldades, erros/acertos, políticas de distribuição, normas e regimentos, enfim, efetuar um estudo comparativo da situação das editoras do estado do Paraná de forma mais ampla e coletando dados/informações de duas ou mais editoras, possibilitando um trabalho comparativo de verificação das experiências vividas por estas em suas trajetórias.

Para iniciarmos nossa pesquisa, fez-se necessário delimitar quais seriam as editoras investigadas além da EDUEL¹⁷. Ao verificarmos junto ao site da ABEU¹⁷, obtivemos a informação de que hoje, no estado do Paraná, existem dez editoras universitárias filiadas àquela associação. Diante desse número, optamos por estabelecer alguns critérios e delimitar que o estudo seria realizado apenas em editoras públicas estaduais, eliminando as editoras federais e/ou privadas. Chegamos a um total de cinco editoras vinculadas a instituições de ensino superior do estado. Sendo este ainda um número elevado, escolhemos verificar quais dessas cinco editoras foram fundadas há no mínimo dez anos ou mais, ou, ainda, que possuíssem um catálogo com no mínimo 200 duzentos títulos já publicados, sugerindo, dessa forma, uma maior atividade editorial no estado, o que delimitou nossa pesquisa às editoras das Universidades Estaduais de Londrina, Maringá e Ponta Grossa – EDUEL, EDUEM e EDUEPG, respectivamente –, uma vez que essas três editoras atendem aos critérios por nós estipulados.

Delimitado nosso campo de pesquisa, apresentamos a seguir um breve escopo do que, em tese, é o campo editorial paranaense. De acordo com Harfuch (2014, p. 8),

¹⁷ Disponível em: <http://www.abeu.org.br/farol/abeu/catalogo-unificado/associados/>. Acesso em 30 de nov. 2015.

O quadro editorial universitário paranaense se apresenta conforme a seguinte realidade: algumas editoras universitárias públicas no Paraná tiveram sua origem em pequenos parques gráficos, outras foram criadas independentemente desses serviços e imprensas, pois já surgiram como editoras, núcleos ou projetos editoriais. Outras ainda foram simplesmente anexadas a esses projetos, vinculadas a um órgão como um serviço ou assessoria de comunicação, ou mesmo a uma pró-reitoria. Sem mencionar as que passaram a ser vinculadas à própria imprensa da universidade.

No caso específico das editoras das IES do Paraná, ao final dos anos 1970 e início dos 1980, iniciaram um processo de grandes modificações de suas estruturas, com foco especial nos processos de distribuição e comercialização de seus produtos (BUFREN, 2001). "Estas editoras estão cada vez mais se aproximando do lugar já ocupado por diversas outras universidades brasileiras de renome e dialogam com uma imensa gama de leitores que buscam, no saber acadêmico, a fonte para o aperfeiçoamento da profissão" (MARQUES, 2012 apud HARFUCH, 2014, p. 9).

Importante salientar que, de acordo com Marques (2010, p. 335), existem hoje três tipos de editoras universitárias que atendem às necessidades do mundo moderno, que é difundir o conhecimento produzido dentro dos muros das universidades, conforme a seguir:

- a) Editoras universitárias *stricto sensu* ou clássicas:
 - Criadas por universidades com objetivo de divulgar o saber produzido pela própria instituição ou por outros centros de pesquisa científica;
 - Geralmente são ligadas às universidades tradicionais de ensino e pesquisa;
 - Podem ou não ter atuação voltada ao mercado;
 - Os eixos do catálogo dividem-se em textos científicos e textos voltados ao ensino de disciplinas universitárias.
- b) Editoras universitárias com vocação regional:
 - Igualmente criadas por universidades, mas de alcance local, voltam-se prioritariamente à divulgação da pesquisa regional e raramente publicam autores de fora de seus quadros profissionais;
 - O catálogo tem como eixo as pesquisas locais e enfoca temas da tradição cultural regional;
 - Constitui, muitas vezes, o único veículo de preservação da memória cultural da região.
- c) Editoras de livros universitárias:
 - Criadas por empresários ou grupos acadêmicos com fins comerciais;

- Dividem-se, genericamente, em duas categorias:
 - 1) Edição de textos científicos e/ou de divulgação científica e crítica, inclusive periódicos científicos;
 - 2) Livros e/ou manuais voltados ao ensino superior;
- Ao contrário das editoras universitárias ligadas às universidades, geralmente têm o catálogo bem definido, objetivo, moldado conforme uma missão e marcado por uma ou outra categoria.

Com base nos três tipos clássicos de editoras universitárias descritos por Marques, apresentamos na sequência um breve relato sobre a criação e as finalidades das três editoras paranaenses objeto dessa pesquisa, onde veremos que as editoras do estado do Paraná transitam entre a editora universitária *stricto sensu* ou clássica e a editora com vocação regional, em maior ou menor intensidade.

EDUEL¹⁸ - Editora da Universidade Estadual de Londrina, foi criada através da Resolução nº 2.746/94, de 21 de dezembro de 1994, assinada pelo reitor Jackson Proença Testa, com o caráter de Órgão Suplementar. Em 15 de dezembro de 2009, o Conselho Universitário da UEL, através da Resolução 262/2009, assinada pelo reitor em exercício Cesar Antonio Caggiano, aprovou o Regimento da EDUEL, passando à condição de Órgão de Apoio da Reitoria, conforme reforma estatutária ocorrida na UEL, sendo a EDUEL regida pelo estatuto da UEL e pelo seu Conselho Editorial e Conselho Deliberativo, vinculados à Vice-Reitoria, tendo aprovada sua estrutura atual:

I. Conselho Deliberativo; II. Conselho Editorial; III. Diretoria; a) Secretaria Executiva; b) Divisão Administrativa; 1) Seção de Finanças e Orçamento; 2) Seção de Distribuição e Vendas; c) Divisão de Produção Editorial; 1) Seção de Revisão e Normalização; 2) Seção de Editoração Eletrônica; 3) Seção de Divulgação e Marketing; d) Divisão de Livraria; 1) Seção de Vendas.

São finalidades da EDUEL, além da publicação de livros, distribuí-los, divulgá-los e comercializá-los. Para a realização dessa tarefa, a EDUEL trabalha em parceria com livrarias e distribuidores de diversas regiões do país. A EDUEL conta ainda com uma livraria que disponibiliza e comercializa seus livros, bem como os livros de outras editoras universitárias (públicas ou privadas) e as editoras comerciais (privadas). Como política de distribuição e de

¹⁸ Disponível em: <<http://www.uel.br/editora/portal/>>.

comercialização de seus livros, a EDUEL participa também de feiras e de eventos de relevância nacional, como Encontros da SBPC, ANPUH, ANPED, ANPOLL, ANPOCS, Bienais do Livro de São Paulo e do Rio de Janeiro, Feira do Livro da UFPR, Feira do Livro da USP, entre outros. Esta participação ocorre de forma direta ou por meio da Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU), à qual a EDUEL está filiada. Além disso, recentemente a EDUEL firmou acordo com a SciELO Livros para indexação, publicação, distribuição e comercialização de livros *on-line*. A EDUEL também mantém seu próprio sítio eletrônico, com atualização permanente das informações do seu catálogo e sobre seus lançamentos. Outro canal de divulgação são as revistas especializadas, indicadas pelo próprio autor, os jornais e os espaços culturais no rádio e na televisão.

EDUEM¹⁹ - A Editora da Universidade Estadual de Maringá iniciou suas atividades em 1992, como um programa vinculado à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, na primeira gestão do reitor Décio Sperandio. Em sua segunda gestão através da Resolução Nº 018/2006-COU, de 26 de junho de 2006, foi aprovada a criação da EDUEM como Órgão Suplementar vinculado à Reitoria, com a seguinte estrutura administrativa: Secretaria; Supervisão Editorial; Divisão de Projeto Gráfico e Design, com os Setores de Fluxo Editorial e de Artes Gráficas; e Divisão de Marketing, composta dos Setores de Controle Financeiro, Divulgação e Distribuição e Livraria. Em 30 de março de 2009, foi aprovada pelo Conselho Universitário da UEM a Resolução Nº 009/2009-COU, assinado pelo Reitor Decio Sperandio, aprovando o Regulamento e o Organograma da EDUEM. Apesar de a Resolução de criação oficial da EDUEM ser de 2006, desde 1992 possui a tradição de editoração científica de livros e periódicos. Essas publicações eram realizadas por meio de um Programa de Editoração Científica ligado à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação. Desde 2006 já publicou 320 títulos novos. Seu objetivo editorial é promover a divulgação de trabalhos científicos, técnicos, didáticos, culturais e paradidáticos de interesse de pesquisadores de Instituições Científicas do país e do exterior, nos mais diversos campos do conhecimento, bem como propiciar intercâmbios e convênios com diversas instituições, estimulando o desenvolvimento de coedições e parcerias. A livraria da editora disponibiliza e comercializa livros publicados pela EDUEM e por editoras universitárias e comerciais do país. A EDUEM participa regularmente de feiras e eventos nacionais e internacionais. Essa participação ocorre sob duas

¹⁹ Disponível em: <<http://www.eduem.uem.br/novapagina/>>.

formas: pela participação de funcionários da EDUEM/Livraria e por meio da Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU), da qual é filiada.

EDUEPG²⁰ – A Editora da Universidade Estadual de Ponta Grossa foi criada através da Resolução do Conselho de Administração CA Nº 137, de 13 de maio de 1997, e teve seu Regimento Interno homologado em 20 de junho de 1997 através da Resolução do Conselho Universitário UNIV Nº 5. Ao longo de sua existência, cumpre o importante papel de divulgação e socialização do conhecimento científico. Atua em sintonia com a missão da Universidade Estadual de Ponta Grossa, que “tem por finalidade produzir e difundir conhecimentos múltiplos, no âmbito da graduação e da pós-graduação, visando à formação de indivíduos éticos, críticos e criativos, para a melhoria da qualidade da vida humana” (PPI 2008-12). O catálogo da Editora UEPG, com mais de 150 títulos publicados, expressa a sua perspectiva democrática e plural no debate científico. Com títulos de várias áreas do conhecimento, a Editora UEPG contribui para o avanço na divulgação das pesquisas científicas e constitui-se num instrumento a favor da democratização do conhecimento. As publicações da editora passam por rigorosa análise de pareceristas e pela deliberação de seu Conselho Editorial, assegurando a qualidade acadêmica de suas obras. Além da publicação de livros, a Editora UEPG atua no suporte técnico para as 12 revistas científicas da Universidade Estadual de Ponta Grossa. No sentido de acompanhar as mudanças societárias, a Editora UEPG iniciou, em 2014, a publicação de livros digitais – *e-books*, contribuindo para tornar mais dinâmica e eficiente a divulgação do conhecimento científico. Atenta aos novos deságios, a Editora UEPG assume uma postura aberta ao diálogo com a comunidade acadêmica, recebendo, além das contribuições dos pesquisadores da UEPG, propostas de publicações de pesquisadores de diferentes instituições de pesquisa e dos programas de pós-graduação do país. A Editora UEPG busca ampliar o debate e contribuir na divulgação do conhecimento científico, fomentando a leitura do livro universitário. Assim, participa de feiras de livros e conta com duas livrarias no campus da UEPG, em Ponta Grossa.

As editoras universitárias do Paraná participam de um segmento específico e ambivalente, em que é claro o desafio entre a produção de e a responsabilidade por sua distribuição e comércio, muitas vezes visto dentro dessas mesmas instituições como algo “impróprio” ao setor público, por não visarem ao “lucro” e, conseqüentemente, à

²⁰ Catálogo da Editora UEPG – Apresentação – edição 2014.

autossuficiência de suas editoras, conforme nos apontarão no decorrer desta dissertação alguns relatos de nossos entrevistados para a pesquisa.

CAPITULO 3 - EDITORAS UNIVERSITÁRIAS PARANAENSES, CAMPO DE PESQUISA (ENTREVISTAS)

Apresentamos neste capítulo a análise de trechos transcritos das gravações de entrevistas realizadas com perguntas diretivas previamente elaboradas, e posteriormente realizadas através de gravação com os funcionários e diretores das editoras pesquisadas, EDUEL, EDUEM e EDUEPG. Nessas entrevistas foram evidenciados muitos dos pontos apresentados durante a pesquisa bibliográfica, com a confirmação de vários problemas apontados pela pesquisa ABEU/2015, os quais são ratificados pelos entrevistados. Foram entrevistados: na EDUEL, o Professor Luiz Carlos Migliozi Ferreira de Mello, atual diretor. Na EDUEM, o senhor Marcos Cipriano da Silva, chefe da Divisão de Marketing, e a Professora Terezinha Oliveira, atual diretora. Na EDUEPG, a senhora Margarete Simioni, chefe do Setor de Distribuição, e a Professora Lucia Cortes da Costa, atual diretora.

O campo editorial universitário sofre interferências internas, tais como: normas, estatutos, regimentos, políticas editoriais, mudanças de direcionamentos a cada gestão, entre outros, além dessas pressões por publicação da comunidade universitária, e sofrem ainda com as disputas externas, sejam elas mercadológicas, de financiamento, de expectativas do meio social onde estão inseridas, ou seja, as universidades e suas editoras sofrem pressões constantes da sociedade quanto à sua produção cultural e intelectual, pois fazem parte de um mundo social e este faz imposições, solicitações e cobranças (BOURDIEU, 1996).

Um ponto importante a se ressaltar, quando se fala em interferência externa ao campo editorial universitário, é a questão da autossuficiência. Harfuch (2014) chama a atenção para o fato de que a falta de independência das editoras universitárias compromete a sua autonomia por elas não conseguirem suprir seus custos; "foram identificados alguns fatores que impedem ou ao menos dificultam que a editora desenvolva potencialmente sua autonomia, como: a relação com os órgãos de fomento; o efeito *qualis* na produção científica; a comercialização de livros; o gargalo da Nota Fiscal; a internacionalização da pesquisa científica; o impasse entre revistas e livros; a necessidade da criação de uma política editorial" (HARFUCH, 2014, p. 52).

3.1 PUBLICAR OU PERECER: QUANTIDADE X QUALIDADE, INTERFERÊNCIAS NO CAMPO

Dentre as interferências externas enfrentadas pelas editoras universitárias, podemos ressaltar as exigências cada vez mais constantes das instituições de fomento, que procuram estabelecer critérios, ou exigir de pesquisadores cada vez mais publicações, transformando as editoras em "linhas de montagem" focadas na produção em massa de artigos ou publicações em que a qualidade esbarra na quantidade, caindo num produtivismo desenfreando, como apontado anteriormente, no qual a quantidade supera a qualidade das publicações:

Você encontra muitos textos, muitos artigos em que diz publicar ou perecer, enfim, os trabalhos do professor João, da UFSCAR, são muito importantes nesse sentido; ele faz uma ampla crítica ao produtivismo, mas, por outro lado, João, nós devemos obrigações ao público, e a divulgação da publicação, do trabalho científico é um resultado da pesquisa à sociedade, e em tendo a instituição uma editora, isso é muito mais facilitado (Entrevista com Terezinha Oliveira, Maringá, 19/08/2015).

Outro ponto apontado pela Professora Terezinha (EDUEM) é de ordem interna, pois muitos pesquisadores da instituição veem a editora apenas como uma prestadora de serviços local (interna), dentro do ambiente acadêmico, muitas vezes preocupados somente em produzir artigos/livros com o intuito de satisfazer as exigências curriculares, o que Bufrem (HARFUCH, 2014, p. 57) chamou de "salamização do saber". Os pesquisadores esquecem que a editora necessita de recursos para sua autossuficiência, que apesar de ela ser vinculada a um órgão público, com financiamento do estado, precisa buscar sua autonomia financeira para que sobreviva ao mercado. Nesse sentido, reforça-se a ideia de produção em larga escala, quantitativa, em detrimento da qualidade, como é o caso apontado pela diretora da EDUEM:

A comunidade acadêmica pensa que a editora está a serviço da comunidade local, isso já é um problema que vejo, porque, na verdade, uma editora universitária, ela tem responsabilidades também com o âmbito comercial e como ela é pública, parte-se da premissa de que uma editora universitária não deve apresentar bons resultados, vou usar a palavra "lucro", mas não como pecado não, ela tem que ter rendimento, rentabilidade para ela própria circular a produção de novos títulos, então, há uma certa dificuldade entre os pares de entender a editora e, por conseguinte, a livraria de uma universidade pública como espaço também de retroalimentação comercial, eu acho que isso é um primeiro problema. Como professora e pesquisadora, eu vejo

como muito importante a existência de uma editora na instituição, por quê? Porque é um espaço no qual você pode divulgar o seu estudo, a sua pesquisa, os resultados da sua pesquisa. Então, como pesquisadora, eu vejo como algo muito positivo, a existência de uma editora (Entrevista com Terezinha Oliveira, Maringá, 19/08/2015).

Esse conflito entre quantidade e qualidade, de "produtivismo acadêmico", de acordo com Terezinha Oliveira gera outros impactos na produção das editoras universitárias paranaenses, que é o desinteresse dos pesquisadores na confecção de pareceres para avaliação de obras a serem publicadas pelas editoras, ela ressalta ainda que:

É uma concorrência muito desigual, porque, ao mesmo tempo que eu busco os pesquisadores mais renomados para avaliar as minhas obras, esse pesquisador tá sendo pressionado pela CAPES e CNPq para produzir, então ele pesa "o tempo que eu vou ler, avaliar uma obra, é o tempo que eu posso produzir um artigo", o *trade off* dele, ele é muito melhor avaliado produzindo um artigo do que avaliando, dando parecer para uma editora (Entrevista com Lucia Cortez da Costa, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Mas é preciso ter em mente, ainda, que há um lado benéfico nesse conflito, pois esse "produtivismo" também é um estimulador da produção das editoras, uma vez que a editora universitária, na visão de Terezinha Oliveira, é um espaço de socialização do conhecimento produzido nas universidades públicas:

Como professora, vejo a editora como um espaço de socialização da possibilidade do conhecimento, porque eu digo como socialização da possibilidade, por quê? Porque o professor, muitas vezes é evidente que o professor que está envolvido com a pós-graduação, ele é premido pela necessidade de publicação (Entrevista com Terezinha Oliveira, Maringá, 19/08/2015).

A Professora Lucia Cortez, diretora da EDUEPG, reforça essa necessidade de produção no sentido de atender a demanda interna, mas também ressalta que a editora é um espaço de divulgação da produção das universidades públicas, dando assim um retorno a sociedade:

A editora, ela é um instrumento de divulgação de conhecimento. Qual é a função de uma editora? Levar para a comunidade acadêmica e para a comunidade em geral aquilo que é produzido do ponto de vista do conhecimento científico do livro

universitário. Como professora, a editora é estratégica no sentido de espaço de publicação, espaço de divulgação e de busca destes materiais como apoio para as aulas, para indicar referências. Como diretora, eu acho que aí a função de uma editora universitária é levar a marca da universidade, levar a universidade naquilo que lhe é mais próprio, que é o conhecimento. Como você leva esse conhecimento? Nós temos a área da pesquisa, mas a área da pesquisa ela deve se materializar em produto, e um desses produtos é o livro universitário (Entrevista com Lucia Cortez da Costa, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Na concepção do Professor Luiz Carlos, diretor da EDUEL, as imposições externas alteraram inclusive o conceito de livro, transformando-o em algo de apelo quantitativo e imediatista, devido à urgência em publicar e a necessidade de que isto ocorra no menor espaço de tempo, enfatizando o conceito de "salamização" do livro/artigo universitário:

[...] a CAPES, com sua força que vem de cima para baixo, ela tem um papel decisivo, eu poderia até dizer que, nos últimos anos, o próprio conceito de livro foi alterado. Aquilo que a gente tem como um livro de uma pessoa foi alterado. Hoje, a maioria dos livros que circulam na verdade são coletâneas, então por que isso? Justamente para atender as demandas da CAPES, as demandas quantitativas de publicação. Então, o livro daquela forma tradicional, em que um autor vai trabalhar ao longo dos anos em cima de uma ideia e a partir daí sistematizar isso em forma de livro, isso está cada vez mais em desuso; hoje, os autores escrevem artigos que são compilados e organizados em livros, então, com certeza, a postura, essa política da CAPES, essa visão quantitativa de produção faz com que haja um reflexo direto, não tenha dúvida (Entrevista com Luiz Carlos Migliozi F. de Mello, Londrina, 05/08/2015).

Outra questão muito importante apontada pelo servidor da EDUEM, o sr. Marcos Cipriano, e que também diz respeito às interferências externas ao campo, e que igualmente está ligada aos órgãos de fomento, diz respeito à proibição ou à impossibilidade de comercialização de obras financiadas por esses órgãos. Ele aponta para este problema quando relata que:

Nós tivemos um problema assim aqui, os livros financiados pela fundação Araucária, chegou um momento que a livraria (editora) publicava 45 livros por ano, 50 livros por ano, mas pra comercialização mesmo eram só 20, porque o restante era financiado pela Fundação Araucária e não podia comercializar. Havia títulos muito bons que ia pra lá e você não pode fazer a reimpressão, porque o autor ficava com

400 exemplares para divulgar de graça, e você vai fazer reimpressão pra cobrar, não vende, então a gente sente essa falta de visão comercial (Entrevista com Marcos Cipriano da Silva, Maringá, 19/08/2015).

Verificamos, pelos relatos dos diretores e servidores das editoras paranaenses, que as interferências internas e externas estão muito presentes em todas as editoras aqui estudadas. É clara a função das editoras na divulgação e disseminação dos conhecimentos produzidos nas instituições, e a importância desse trabalho. Entretanto, é forte nos relatos acima que as interferências externas, especialmente dos órgãos de fomento, têm efeitos ambíguos, uma vez que interferem diretamente na qualidade do que é produzido. Devido à massificação/quantificação da produção, essa ambiguidade nos leva a questionar, como atender as necessidades de autossuficiência das editoras, as necessidades de publicação dos pesquisadores e os anseios da sociedade que, cada vez mais, cobra maior participação das universidades e, subsequentemente, de suas editoras e outros órgãos um maior retorno quanto à sua produção? E, por fim, como produzir com qualidade e atender às imposições dos órgãos de fomento e avaliação?

3.2 DESCONTINUIDADE: A FALTA DE QUALIFICAÇÃO E MANUTENÇÃO DOS PROFISSIONAIS DO LIVRO

Um ponto importante salientado por alguns de nossos entrevistados diz respeito à falta de uma política de profissionalização das equipes e da manutenção dos quadros de servidores das editoras universitárias paranaenses. Conforme alguns diretores e servidores, não existem programas de formação continuada para o profissional do livro nas editoras universitárias do Paraná; na maioria das instituições de ensino superior do estado, as funções de editor, revisor, diagramador, entre outras que compõem o quadro de uma editora, não são contemplados nas carreiras dessas instituições. Em praticamente todos os casos são servidores da área técnico-administrativa que compõem estes cargos e funções dentro das editoras e, em geral, os cargos de direção, editor-chefe e conselho editorial são atribuídos ao quadro docente, muitas vezes atendendo a indicações políticas, a indicações de departamentos, centros e, em alguns casos, a afinidades pessoais, fatores que interferem muito na política editorial e/ou na continuidade de projetos, parcerias e diretrizes administrativas. Essas práticas, às vezes, resultam no desmantelamento de equipes, na descontinuidade de todo um trabalho efetuado durante gestões anteriores, pois cada nova gestão tende a querer imprimir sua marca,

"reinventar a roda"; não que o novo, a mudança não sejam benéficos para o setor, mas a manutenção do conhecimento produzido durante anos, o acúmulo de experiências muitas vezes dão lugar ao ego, ao imediatismo e até mesmo à falta de humildade de dirigentes que, ao assumirem as editoras, não estão dispostos a ouvir e a aceitar que aquele é um mundo novo, no qual ele está iniciando sua jornada, e que ele pode agregar valor ao aproveitar a experiência e vivência dos servidores que estão ao seu dispor. A sra. Margarete Simione, da EDUEPG, ressalta:

Eu acredito que muito vai dessa questão da gestão de pessoas mesmo, falta de manutenção de pessoal, de os ciclos... a cada 4 anos muda-se a gestão, a questão política acaba interferindo na questão de pessoal (Entrevista com Margarete Simioni, Ponta Grossa, 29/07/2015).

A percepção da falta de formação de mão de obra qualificada para atuar nos quadros das editoras universitárias paranaenses é reforçada pelo senhor Marcos Cipriano, que constata a falta de servidores de carreira no quadro da EDUEM e o trabalho descontinuado executado por estagiários, os quais têm pouco comprometimento com o trabalho executado ou, ainda, pouco tempo de estágio para conhecer todo o trabalho e executá-lo corretamente:

Não sei se você vai chegar nessa pergunta, mas a questão fundamentalmente é falta de funcionário. Nós não temos. Na distribuição e na divulgação, o funcionário efetivo é o Gerson, o restante que temos aqui, são estagiários de meio período, que você não pode contar efetivamente porque o máximo que ele pode ficar é dois anos. Na verdade, faz muito tempo que não temos um estagiário que fica dois anos, o que tem acontecido é que eles têm feito um rodízio a cada quatro, cinco meses, eles encontram coisa melhor e vão embora, aí você tem que selecionar novo estagiário, passar por todo o processo de treinamento, que é desgastante (Entrevista com Marcos Cipriano da Silva, Maringá, 19/08/2015).

Para Margarete Simione, da EDUEPG, a rotatividade de funcionários nos quadros de servidores das editoras universitárias é uma constante e isso interfere diretamente na qualidade do trabalho executado, bem como na transmissão do conhecimento acumulado nas editoras. Muitas vezes, esse conhecimento não é aproveitado pelas administrações das editoras, pois, segundo a entrevistada, o que ocorre em muitas instituições é:

Como eu falei no início da entrevista, funcionário público, ele é alocado daqui pra lá sem ter conhecimento do que ele vai fazer, então muitas vezes ele entra num setor,

como na editora, no setor de distribuição, e ele não tem noção do que é uma distribuição, o que é uma consignação, do que é o PIDL, das normas do PIDL, então ele acaba entrando, pegando aquilo e até que ele consiga saber, se enquadrar dentro daquilo que ele tá fazendo, demora um tempo. Às vezes as universidades trabalham com funcionários por fundações, que são terceirizadas, trocam tudo, tira, manda embora, pegam novo, aí quando a pessoa nova entra, não tem ninguém para dar um treinamento para ela, não existe isso dentro do setor público. As pessoas assumem os cargos, chega, pronto, tá aqui, é isso que você vai fazer, no máximo uma orientaçãozinha de um ou de outro, mas não existe sobras de pessoas nos cargos que possa suprir essa demanda e dizer "não eu tô saindo mais vai ficar no meu lugar uma pessoa que está qualificada, apta pro trabalho," então eu acho que isso é uma questão de gestão de pessoal dentro das instituições públicas que precisa mudar (Entrevista com Margarete Simioni, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Para a diretora da EDUEPG, Lucia Cortez, são muitas as dificuldades e desafios enfrentados pelas direções ao assumirem uma editora, e entre esses desafios ela também destaca a questão da falta de equipes técnicas, a descontinuidade de trabalho e a falta da transmissão do conhecimento acumulado pelos servidores dentro das editoras, conforme relata:

As dificuldades são enormes. A primeira delas é a falta de equipe técnica. Nós estamos num processo de envelhecimento funcional, então nós temos um corpo de funcionários que já se aposentaram ou estão prestes a se aposentar, e como nós passamos um bom tempo sem concursos pra esses cargos técnicos, nós não tivemos a transmissão desse saber, desse conhecimento, dessa história da editora para o funcionário que vai ficar no lugar de quem já aposentou, e isso gera um hiato, e uma quebra na história institucional. Então isso é muito grave, isso é um grande desafio (Entrevista com Lucia Cortez da Costa, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Para a diretora da EDUEM, a descontinuidade, os problemas de ordem política e as interferências externas são um agravante às dificuldades e desafios da administração de uma editora universitária. Em suas palavras:

Os problemas de ordem política, quando há um artigo, um texto que é recusado, uma obra que é recusada do colega tal, então isso é um problema, mas isso não tem como resolver, é da natureza humana. Os problemas políticos, a cada quatro anos, eles interferem até na administração das editoras há uma descontinuidade muito grande (Entrevista com Terezinha Oliveira, Maringá, 19/08/2015).

Como vimos nesse tópico, a falta de profissionalização, de continuidade, de transmissão do saber acumulado, de reposição de funcionários e as questões de ordem política são parte dos desafios e problemas enfrentados pelas editoras paranaenses. Em tese, pelo menos nas aqui estudadas, parece ser um dos pontos que interferem na rotina desses órgãos e que, claro, não temos como afirmar se interferem ou não na circulação e distribuição do livro universitário paranaense de forma direta, mas certamente contribuem em parte para o agravamento dessa situação.

3.3 AS DISPUTAS NO CAMPO: A EDITORA EM UM MUNDO QUE "NÃO É SEU"

Na teoria dos campos defendida por Bourdieu, "uma característica presente em todos os campos sociais que estudou é a divisão entre dominantes e dominados, os primeiros controlando as posições de poder e prestígio e ditando as regras de funcionamento do campo" (PRAXEDES, 2015, p.17). Esta disputa de poder entre os agentes do campo são inerentes ao campo universitário, onde a acumulação da maior quantidade possível dos capitais em disputa no campo, conferem aos grupos dominantes maior reconhecimento, justamente em virtude dos capitais acumulados. ainda de acordo Praxedes a tendência mais observada é a de que os agentes que detêm mais capitais tenham também possibilidades maiores de ampliação dos capitais acumulados".

Nas universidades, essas disputas são evidenciadas, já que, de acordo com a teoria dos campos de Bourdieu, seguem o esquema de regras próprias, princípios e hierarquias definidos pelos seus agentes. No caso das editoras universitárias, elas estão ainda sujeitas às imposições da comunidade interna e externa e, dentro desse jogo entre dominantes e dominados, de imposições tanto da comunidade universitária como da sociedade.

Alem dessas imposições, Harfuch (2014) ressalta o fato de que a maioria das editoras universitárias é submetida ao sabor de suas administrações, que:

[...] são alteradas nas universidades de quatro em quatro anos, substituindo inclusive os comandos das suas editoras, que geralmente modificam a política editorial. Estas, por sua vez, por geralmente terem uma nova visão política, têm como consequência também mudanças na editora, impedindo seu processo de profissionalização, mantendo-a refém de comandos amadorísticos, em que tudo tem que ser reiniciado, fazendo com que o novo gestor precise aprender tudo novamente (HARFUCH, 2014, p. 37).

No que diz respeito às disputas dentro do campo universitário, e que, conseqüentemente, afetam suas editoras, a servidora Margarete Simioni, da EDUEPG, faz

uma declaração que chama a atenção sobre qual o papel, o espaço ocupado pelas editoras universitárias:

A universidade acaba crescendo muitas vezes... e eu não saberia te dizer exatamente hoje no que a nossa editora esteja enquadrada, talvez esteja na extensão, mas a gente vê que a universidade, ela cresce de uma forma um pouco desordenada, porque pensa-se muito no ensino, ensino, ensino, na pesquisa, que é muito importante, mas a extensão também é. E a gestão de pessoas, muitos setores às vezes param por falta de um funcionário qualificado, ou o funcionário aposentou, não tem quem fique no lugar, um funcionário saiu por algum motivo, então tudo isso acaba afetando o setor de distribuição. Aí até que aquela pessoa que entrou reconheça todo o trabalho, saiba o que é, se informe de tudo, acaba atrasando, parece que a editora universitária está inserida em um meio que não é dela, que não é dado pra ela um respaldo uma assistência maior, então parece que a gente vive num mundo acadêmico, mas num formato diferente deste mundo, parece que as coisas caminham muito a passos lentos (Entrevista com Margarete Simioni, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Como vimos até aqui, as editoras universitárias, pelo menos as por nós estudadas, estão hoje engessadas em um mundo que parece não ser o seu; estão vinculadas a instituições públicas, onde as ações são lentas e burocráticas; as imposições sejam internas ou externas são grandes, tornado-as reféns das estruturas das IES e do Estado.

3.4 A COMERCIALIZAÇÃO E A DIFICULDADE DE CIRCULAÇÃO DO LIVRO UNIVERSITÁRIO PARANAENSE: A AUSÊNCIA DA NOTA FISCAL

Em sua dissertação de mestrado, Harfuch (2014, p. 69-71) dedica uma seção de seu trabalho a discorrer sobre as dificuldades de circulação, distribuição e comercialização do livro universitário, em virtude da ausência da nota fiscal, em especial nas editoras do estado do Paraná, já que grande número de editoras de outros estados ou federais já conseguiram transpor esse problema. O autor nos aponta que "a dificuldade legal de se trabalhar com cartões de crédito, que de certa forma foi solucionada a título precário por EDUEL e EDUEM, aponta para outro fator de igual natureza, mas nem por isso menor, que é a dificuldade de a editora universitária emitir Nota Fiscal" (HARFUCH, 2014, p. 69).

Hoje, praticamente todas as editoras universitárias do estado do Paraná não emitem nota fiscal eletrônica, pelo menos até onde apuramos, e ao menos nas três editoras

pesquisadas nossa afirmação encontra respaldo nas entrevistas concedidas pelos servidores e diretores das editoras.

Para Margarete Simioni, da EDUEPG, as dificuldades de transporte são reforçadas pela falta desse documento, pois as transportadoras não aceitam efetuar o deslocamento das obras de sua editora, de acordo com a entrevistada:

A gente tem um agravante que é a falta da nota fiscal. Isso é um problema que, por mais que a gente acabe dando um jeito, consegue colocar nossos livros em muitos locais, os nossos livros. Porém em algumas livrarias e distribuidoras, nós esbarramos no problema de "não posso receber seu livro por causa da fiscalização", então assim são dois problemas, eu também não posso mandar o meu livro pela transportadora X, pela falta da nota (Entrevista com Margarete Simioni, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Além das transportadoras, muitas livrarias não aceitam receber, seja em consignação ou compra de produtos de sua editora, pois o fisco exige tal documento, conforme seu relato:

"Não posso receber porque vocês não tem nota fiscal", e a gente já passou por esse problema também, então é uma coisa assim, que a gente fica buscando alternativas, mas é o que realmente impede uma maior distribuição (Entrevista com Margarete Simioni, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Relata também que muitos clientes da EDUEPG reclamam do fato de não encontrarem os seus títulos em livrarias comerciais, gerando prejuízos à imagem da editora:

O cliente diz "nossa, mas não tem livros de vocês na livraria comercial X", mas é porque realmente, ou eles não podem receber, porque não trabalhamos com nota, ou porque a transportadora não pode levar, então isso é um problema que eu acho que é comum a todas as editoras universitárias (Entrevista com Margarete Simioni, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Na EDUEM, segundo o sr. Marcos Cipriano, esse também é um grande problema que afeta primeiramente a venda para as livrarias, e aponta também o problema de transporte, uma vez que enfrenta o mesmo problema para o envio de mercadorias via transportadoras, conforme a seguir:

A falta de nota fiscal começa já a impactar nas nossas atividades, quando tenho que mandar alguma coisa para outras localidades, o Gerson aqui sofre bastante com isso,

a transportadora. Se for interestadual tem transportadora que nem pega mais, tem aquelas que pegam, mas elas sabem o risco que estão correndo, a gente manda a declaração de valor, mas sabe que se a polícia parar e pedir você não tem o que fazer, então essas dificuldades na comercialização, na logística existem e não é de hoje, faz tempo, em relação à comercialização, é aquilo que eu falei anteriormente, isso impede que você firme contatos e contratos com grandes distribuidores (Entrevista com Marcos Cipriano da Silva, Maringá, 19/08/2015).

Narra, ainda, que a falta desse importante documento começa também a impactar nas vendas diretas para grandes distribuidoras e ao consumidor final:

O principal entrave é por ser instituição pública. Quando você fala de instituição pública, você já tem um monte de empecilhos. O primeiro é a venda direta, por exemplo, pra uma grande distribuidora. Se a gente não tem nota fiscal você já emperra nisso, você vai fazer uma venda, o cara vai fazer uma compra, a primeira coisa que ele fala é se existe nota fiscal, isso já cria um entrave (Entrevista com Marcos Cipriano da Silva, Maringá, 19/08/2015).

A questão da nota fiscal é um tema que vem assombrando as editoras públicas do Paraná já há algum tempo. Com relação a esse assunto, a diretora da EDUEPG complementa as falas de Margarete Simioni quanto a distribuição e circulação:

Pelo tamanho da nossa editora e pela dificuldade que temos de não ter a nota fiscal, por exemplo, então eu não consigo colocar o nosso livro em algumas livrarias, que inclusive nos solicita; por exemplo, eu deixei de colocar nossos livros na livraria Champagant que é da PUC em Curitiba, por que eles pedem nota fiscal, a FNAC, nós já fizemos lançamento de livro nosso aqui na FNAC, mas a venda do livro na FNAC não foi possível, porque a FNAC precisa de nota fiscal, então nós temos uma boa receptividade de nossas obras, nós temos um catálogo diversificado, e nós temos produção com potencial muito bom, tanto regional como nacional; no entanto, nós acabamos nos restringindo aos distribuidores vinculados às livrarias universitárias e ao esquema de distribuição da ABEU (Entrevista com Lucia Cortez da Costa, Ponta Grossa, 29/07/2015).

A diretora da EDUEM, Terezinha Oliveira, reforça as falas dos demais entrevistados ao acentuar o problema de transporte de seus livros para outros estados:

Eu não emito nota fiscal, as transportadoras não levam livros da editora para SP, eu tô falando de SP, Santa Catarina, qualquer estado, porque você não tem como passar

na polícia federal. Não há nota que comprove o produto, entendeu? Então a transportadora mesmo, quando enviamos algum material, temos que enviar pelo correio, e o custo é altíssimo porque não há nota fiscal, sem contar que o próprio consumidor, inibe o consumidor na medida que você tá vendendo um produto que você não pode emitir a nota fiscal (Entrevista com Terezinha Oliveira, Maringá, 19/08/2015).

Esta visão é corroborada pela diretora da EDUEPG, Lúcia Cortez, que vai além, ressaltando a falta de um incentivo do estado que poderia, através de suas fundações e órgãos de fomento, ter uma maior participação na regularização do problema da falta de nota fiscal para as editoras, através da Fundação Araucária, por exemplo:

A ABEU até fez esse ano ainda uma pesquisa sobre a questão da distribuição dos livros. Nós até respondemos a pesquisa e, claro, algumas questões são específicas das nossas editoras, como a questão da nota fiscal, o que não é comum; por exemplo, em São Paulo, a FAPESP, a editora da UNESP, ela consegue colocar; no Rio de Janeiro, a FIOCRUZ consegue colocar, elas não têm o mesmo problema que nós temos. Então eu acho que falta no governo do estado do Paraná, e vinculado talvez com a Fundação Araucária, uma política de favorecimento, tanto da produção de livros, nós já tivemos editais voltados para a publicação pela Araucária, e que hoje estão sem nenhum edital, o último foi em 2012, então não tem mais edital para publicação e não tem também nenhum apoio no sentido da comercialização, porque o que poderia haver? Um edital de apoio da circulação do livro, no sentido de custear a participação em feiras, que é uma forma de divulgação do livro, a própria Fundação Araucária, como fundação, ser intermediária no sentido de fornecer a nota fiscal, por que não tem uma fundação do estado do Paraná que faça um convênio com as editoras do estado do Paraná e que resolva esse problema, que é um problema que nos afeta muito, a questão da nota, de você ter uma fonte de recurso na Fundação Araucária, por exemplo, para transporte de livros, e que a fundação Araucária pudesse fornecer a nota, porque a transportadora realmente, quando ela tem que levar o livro de um estado para o outro, ela se recusa, porque a Polícia Federal vai parar e vai pedir a nota, e aí você não tem como (Entrevista com Lucia Cortez da Costa, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Como vemos o problema da nota fiscal interfere de forma muito direta na baixa distribuição e circulação do livro universitário paranaense, sendo evidenciado por todos os entrevistados como um dificultador, principalmente em relação ao transporte, uma vez que a maioria das transportadoras se negam a efetuar o trânsito das mercadorias conforme ressalta a diretora da EDUEPG:

dificuldade de fornecer a nota fiscal, inclusive para transporte do livro, teve uma feira que eles pediram livros nossos para vender lá, mas eu tinha que mandar os livros na transportadora que a Estadual da Paraíba tem convênio, pois eles pagariam o frete, só que eu não tenho nota fiscal e como é um transporte daqui [Ponta Grossa] para a Paraíba, a transportadora se recusou a levar os livros só com a nossa declaração, resumo: nós não vendemos os livros que já estavam encomendados, por que eu não pude transportar, esse é um problema (Entrevista com Lucia Cortez da Costa, Ponta Grossa, 29/07/2015).

A Professora Terezinha Oliveira, diretora da EDUEM, reforça ainda que a impossibilidade da emissão da nota fiscal passa pela sensação de ilicitude da atividade comercial das editoras e livrarias universitárias do estado:

penso que os reitores deverão se organizar para buscar uma solução e tornar de fato a livraria num espaço de comercialização, eu vou usar a palavra “natural” entre aspas, itálico, negrito e sublinhado, mas as livrarias públicas das universidades públicas do estado do Paraná, elas ficam meio que à margem do processo de comercialização, porque você tá fazendo algo que você não pode emitir a nota, quase como se tivesse fazendo alguma coisa errada, ilícita (Entrevista com Terezinha Oliveira, Maringá, 19/08/2015).

Esse parece ser um problema de difícil solução, ao menos no estado do Paraná, uma vez que o próprio Tribunal de Contas não vê com bons olhos as fundações que poderiam ser uma saída para a resolução desse entrave, como aponta o senhor Marcos Cipriano, da EDUEM:

transformar as editoras em uma fundação, ou criar uma fundação para isso, essa criação da fundação eu até já fui meio que atrás pra verificar, só que parece que as fundações hoje, são vistas com maus olhos pelo Tribunal de Contas e pelo Ministério Público, porque houve aí, digamos, uma farra das fundações e hoje o Ministério Público olha as fundações com maus olhos, ele olha a fundação como uma maneira de cometer coisas ilícitas, cometer ilicitudes, e pra gente seria uma alternativa, porque te libera de uma série de entraves, mas ao mesmo tempo hoje nós temos aqui dentro a FADEC, que é uma fundação, mas eu fui atrás de verificar algumas coisas, e me parece que o Ministério Público tá em cima, assim como das outras fundações das outras universidades, inclusive já tem algumas que já tão até pedindo pra fechar, porque se endividaram e pediram pra fechar, então a ideia da fundação não sei se ainda seria viável (Entrevista com Marcos Cipriano da Silva, Maringá, 19/08/2015).

Apesar de ser um problema comum entre as editoras universitárias do Paraná, e mesmo com as restrições e os problemas enfrentados via fundações, como ressaltou o sr. Marcos Cipriano, foi através de sua fundação que a EDUEL encontrou um paliativo para o problema da emissão de nota de prestação de serviços, via sua fundação, a FAUEL, como vemos na fala do Professor Luiz Carlos Migliozi F. de Mello, diretor da EDUEL:

nós tínhamos uma série de desafios. Um desafio era uma questão jurídica em relação à nota fiscal. A nossa editora está vinculada à FAUEL, nossa fundação, e como ela é prestadora de serviços, nós só podíamos fazer emissão de nota de prestação de serviços, mas houve todo um trabalho em torno disto, então essa era uma grande questão, nós tínhamos perdido uma série de editoras (distribuidoras) de mercado por conta disso, e essa foi talvez a primeira grande questão que tivesse que ser resolvida (Entrevista com Luiz Carlos Migliozi F. de Mello, Londrina, 05/08/2015).

Entretanto, vale ressaltar que essa solução momentânea da EDUEL ainda não pode ser considerada definitiva, uma vez que a nota de prestação de serviços não substitui a Nota Fiscal Eletrônica em todas as suas finalidades, além do fato de essa nota de prestação de serviços emitida via FAUEL servir apenas para a circulação/distribuição dos livros via transportadoras, e não tem, por exemplo, o valor de nota fiscal ou cupom fiscal ao consumidor final, podendo ainda levantar questionamentos junto aos órgãos de fiscalização.

3.5 AS DIFICULDADES NAS VENDAS: A FALTA DE LOGÍSTICA E AUTOMAÇÃO

Como temos visto, são inúmeros os problemas apontados pelos membros das editoras participantes desta pesquisa no que diz respeito às dificuldades de distribuição e circulação do livro universitário paranaense, em relação ao envio deste para outras livrarias, distribuidoras ou consumidores finais, problema acentuado pela falta da nota fiscal. Mas, mesmo internamente, algumas editoras apontam alguns problemas domésticos que também dificultam sua comercialização e circulação.

Dentre os problemas, nos foram apresentados, pelos entrevistados, alguns que achamos ser comuns à maioria das editoras do Paraná. Entre eles nos é relatado pela sra. Margarete Simioni: a falta de automatização/informatização da EDUEPG. Vejamos o que nos disse a servidora:

Estou na editora já faz 13 anos, então nossa editora, ela começou com um trabalho bem artesanal na época, a gente não tinha um sistema informatizado, não tinha livraria, a gente tinha poucas obras em nosso catálogo e era tudo feito assim, eu ligava pra uma livraria, oferecia os nossos livros, aí eu lembro bem que a gente tinha uma pasta que a gente anotava a caneta mesmo, foi enviado tantos livros para a tal livraria, foi enviado para tal lugar, era um processo bem artesanal, a gente não tinha noção de como era, de como funcionava tudo isso (Entrevista com Margarete Simioni, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Na EDUEM, o sr. Marcos Cipriano relata a mesma dificuldade de falta de um programa/sistema informatizado; porém, para a EDUEM esse problema parece estar prestes a ser solucionado, conforme seu relato:

Hoje, por exemplo, nós não temos um site adequado, porque durante muito tempo nós tentamos de todas as formas desenvolver um site, um sistema de informatização, não sei se vocês têm lá, mas aqui a gente carece disso há muito tempo, faz uns 10 anos que nós estamos tentando, depois de muito tentar agora a gente tá conseguindo [...] a gente tá desenvolvendo um sistema que vai integrar todo o controle, desde o estoque, as compras, as vendas, tudo vai ser controlado, tudo vai ser informatizado, a gente daí vai ter uma livraria virtual, e aí essa livraria virtual a gente espera que dê o retorno que a gente tanto necessita (Entrevista com Marcos Cipriano da Silva, Maringá, 19/08/2015).

Outro fator preponderante apontado pelos entrevistados como um sério problema para a baixa circulação do livro universitário paranaense está ligado à falta de maior visibilidade de seus pontos de vendas, como expõe o sr. Marcos Cipriano, da EDUEM:

O nosso ponto de vendas, ele não é um ponto adequado, você viu! Você conhece aqui, mas se você não conhecesse, pra você chegar até a livraria seria muito difícil. A gente tem um projeto para que a livraria nossa seja mudada para dentro da BCE (Biblioteca Central), então isso tá em projeto faz algum tempo e provavelmente deve sair até o ano que vem. A gente deve mudar a nossa livraria, o nosso ponto de venda pra dentro da BCE, que seria o ideal, você teria uma visibilidade muito maior, um público muito maior, maior fluxo de pessoas, então a nossa ideia é essa. Eu não sei aonde é o ponto de vendas de vocês lá, mas aqui a gente não tem, aqui pra você chegar até aqui é difícil, pra logística de despacho é difícil, a logística de entrega de mercadoria é difícil, porque pra se chegar aqui é complicado, então a gente tem uma série de entraves com os quais a gente luta todos os dias (Entrevista com Marcos Cipriano da Silva, Maringá, 19/08/2015).

Essa dificuldade de acesso é reforçada pela diretora da EDUEM, que além da questão da localização da livraria, aponta ainda mais dois problemas: a falta de acessibilidade e a limitação de horário de atendimento, devido à falta de servidores:

No nosso caso em particular, nós temos a dificuldade do próprio acesso à livraria, que é uma situação que temos conversado já há algum tempo nas gestões, com as reitorias anteriores e com a atual reitoria. Então há um projeto de deslocar a livraria, nossa livraria não permite acesso de cadeirante, então também tem essa dificuldade de comercialização, de local, de acessibilidade. [...] nós não temos funcionários para trabalhar à noite; há um grupo significativo de alunos que estudam à noite, e de professores que também vem à universidade à noite, então são em termos locais, penso que são uns dos fatores que mais prejudicam a comercialização dos nossos livros (Entrevista com Terezinha Oliveira, Maringá, 19/08/2015).

3.6 PARTICIPAÇÃO NO MERCADO, A POUCA VISIBILIDADE DAS EDITORAS PARANAENSES EM UM MERCADO TÃO COMPETITIVO

Uma das maiores dificuldades das editoras universitárias dentro do mercado editorial brasileiro é a grande concorrência do setor; a concorrência com grandes grupos editoriais que detêm a maior fatia do mercado, a falta de investimentos governamentais e, como vimos anteriormente, de estrutura – seja de pessoal, de equipamentos, de suporte das instituições –, as disputas internas e as exigências cada vez maiores da sociedade e dos órgãos de fomento não colaboram para a competitividade.

Mas, apesar disso, de acordo com os entrevistados de nossa pesquisa, mesmo com todos os desafios, entraves e dificuldades, algumas editoras ainda conseguem ter uma pequena projeção e participação dentro do concorrido mercado editorial brasileiro. A participação em feiras nacionais, de acordo com Margarete Simioni, tem dado à EDUEPG uma pouco mais de visibilidade dentro do cenário editorial universitário, ajudando a romper um pouco os muros da instituição:

A gente começou a participar de feiras de livros de outros eventos, começou a fazer lançamentos, chamando mais a atenção tanto do público universitário quanto do público externo, então a gente foi vendo que nós fomos crescendo, e a participação em eventos faz com que você cresça muito, a tua universidade cresça, tua editora, você fortalece o selo da tua editora, fortalece o nome da universidade (Entrevista com Margarete Simioni, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Para a funcionária da EDUEPG, as feiras servem de vitrine para a editora. Ela relata que o público participante das feiras em geral tem uma boa receptividade ao constatarem a participação de sua universidade através da editora nesses eventos:

As pessoas dizem "nossa eu não sabia que Ponta Grossa, a universidade de Ponta Grossa tinha uma editora", então realmente os eventos são a nossa vitrine (Entrevista com Margarete Simioni, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Entretanto a participação de feiras parece não ser unanimidade para a projeção e participação das editoras paranaenses no mercado. Segundo Marcos Cipriano, a participação da EDUEM no mercado é pequena devido ao tipo de publicação produzido pelas editoras universitárias e, principalmente, pela falta de visão comercial das editoras do estado. Para ele,

A nossa participação é incipiente, porque... primeiro porque nossos livros fogem um pouco do grande público, eles são livros científicos e acadêmicos; a outra também é que a maioria das universidades, pelo menos as do Paraná, elas não têm um foco comercial, e na hora de analisar a entrada do livro, carece daquele... não esse livro aqui tem um apelo comercial, pode ser publicado, então por ser uma editora acadêmica, ele tem como função a divulgação do conhecimento, então não é foco você ter um livro comercial, é foco você divulgar o conhecimento, então muitas vezes esse conhecimento não é de interesse do grande comunidade, então você tem um livro que é publicado pra divulgar o conhecimento, mas é um conhecimento muito restrito, e aí você tem um livro que acaba ficando parado, ou impresso, não é, quatro, cinco, seis anos, sete anos, tem livro aqui de dez anos que a gente tem no estoque que ainda não vende, porque o foco é outro, falta uma visão comercial (Entrevista com Marcos Cipriano da Silva, Maringá, 19/08/2015).

A diretora da EDUEM reforça essa pouca participação e visibilidade das editoras paranaenses e vai além, ao constatar que as editoras do estado sofrem de um "bairrismo" científico, isto é, nossas editoras produzem muito para nós mesmos:

Ocupamos muito pouco espaço, eu acho que as editoras do Paraná ocupam pouco espaço no mercado editorial. As editoras do Paraná ainda sofrem um pouco de bairrismo, próprio do estado, a gente é bem provinciano, desculpe, mas é, nós publicamos, produzimos muito para nós mesmos, investigamos questões muito nossas, não tô dizendo que os outros estados não façam isso, mas num mundo altamente globalizado, eu acho que nós precisamos rever essa política (Entrevista com Terezinha Oliveira, Maringá, 19/08/2015).

Esta visão de pouca participação e visibilidade das editoras universitárias do Paraná é compartilhada também pelo Professor Luiz Carlos Migliozi, diretor da EDUEL, ao afirmar que:

eu diria que as editoras universitárias, de um modo geral, ficam meio que obscuras, meio que no fundo do quintal, não têm um papel de maior destaque. Então, eu diria que muitos professores acabam não tendo conhecimento da própria editora e o que ela poderia oferecer para o crescimento, o desenvolvimento do conhecimento (Entrevista com Luiz Carlos Migliozi F. de Mello, Londrina, 08/08/2015).

Outro ponto que Terezinha Oliveira considera importante e que não é amplamente explorado pelas editoras do nosso estado se refere ao marketing. Nossas editoras não têm a tradição de investir no marketing, diferentemente das editoras paulistas que, segundo ela, possuem uma política mais agressiva de marketing e comercialização. Para ela:

As editoras universitárias de São Paulo já resolveram esse problema há muito tempo, tendo/endo mais agressivas no mercado com marketing mesmo, mas também sendo/tendo uma política de comercialização mais clara e em acordo com, vamos dizer assim, próprio mercado editorial (Entrevista com Terezinha Oliveira, Maringá, 19/08/2015).

3.7 A EDITORA COMO FONTE DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS PARA A AUTOSSUFICIÊNCIA

Outra complicação para as editoras universitárias diz respeito à captação de recursos e sua autossuficiência. Apesar de estarem inseridas em um mercado amplamente competitivo, as palavras "comercialização", "lucro" e "competitividade" parecem ser proibidas no meio acadêmico. Dentro das universidades, esses termos geram certo "ranço", pois, na visão do setor público/estatal, o "lucro" não faz parte dos objetivos institucionais, não sendo visto com bons olhos pela comunidade acadêmica. A competitividade no meio editorial tem levado algumas editoras a uma mudança de postura, o que muitas vezes tem feito com que algumas delas percam seu perfil acadêmico, que se abram muito ao "mercado" e percam um pouco da sua "aura científica". Mas são vários os exemplos de editoras universitárias que tomaram esse caminho, investindo em um marketing maior, em uma distribuição mais agressiva. Podemos citar como exemplos a EDUSP e a Editora UNESP; ambas têm aumentado muito a participação e projeção no mercado devido a um trabalho forte nessas

áreas e, hoje, são editoras que caminham quase que sozinhas, pois conseguiram certa autonomia em relação às instituições às quais são vinculadas, tanto que a Editora UNESP é, na atualidade, uma fundação independente de sua universidade.

Para o Professor Luiz Carlos Migliozi, diretor da EDUEL, é de extrema importância que as editoras universitárias do estado busquem a autossuficiência, principalmente em tempos de economia tão apertada e com constantes contingenciamentos de recursos por parte do estado, que afetam as universidades e, por conseguinte, as editoras universitárias. Para o professor, há algumas possibilidades que precisam ser mais bem exploradas. Para ele, o *e-book* tem sido a saída da EDUEL, pois desde o final de 2015, devido à falta de repasses de recursos, não há recursos para a impressão de livros, sendo o livro eletrônico a opção para viabilizar as edições e as vendas da editora.

eu acho que a grande questão, um dos grandes objetivos de uma editora universitária é ter um parque gráfico digital e não em off-set, porque tendo um parque gráfico digital, é possível você fazer uma impressão de uma única cópia de um livro, ou seja, se você percebe que o livro é bom, tem qualidade, mas não tem um apelo comercial, você não vai fazer 500 exemplares, você faz 100 exemplares de um livro e vê o que o mercado te oferece. Em outras palavras, você vai acabar com o estoque pra ser corroído por ratos, você vai ter a chamada publicação sob demanda, então isso é fundamental justamente porque você consegue imprimir obras que não têm um apelo comercial tão grande com pouco capital de giro. Então eu acho que a grande meta de uma instituição, de uma editora pública é ter um parque gráfico digital para gerenciar essa demanda, para não depender da iniciativa privada, ou seja, você faz com que o dinheiro público fique no público, que fortaleça o público (Entrevista com Luiz Carlos Migliozi F. de Mello, Londrina, 08/08/2015).

3.8 A FALTA DE MAIOR APOIO GOVERNAMENTAL E O BAIXO OU QUASE INEXISTENTE INVESTIMENTO NAS EDITORAS DO ESTADO

Queixa comum entres os diretores entrevistados para a nossa pesquisa é o baixo apoio governamental, ou melhor, a quase inexistência dele, quer seja através de políticas para o setor, ou mesmo financiamentos, repasses de verbas às IES e, conseqüentemente, às suas editoras, e mesmo à ausência de políticas para o setor, através de agências ou fundações governamentais, como a própria Fundação Araucária, que possui alguns convênios, ou editais para o setor, porém poucos e, muitas vezes, com restrições quanto à comercialização das obras por ela financiadas.

Para a Professora Terezinha Oliveira, diretora da EDUEM, o governo deveria pensar no ganho que as editoras universitárias podem representar para o estado e como fonte de captação de recursos e transmissão de conhecimento para a população incentivando à produção local:

eu penso sinceramente que uma editora universitária e uma livraria, por conseguinte, uma livraria universitária, teria que ter um aporte especial, não tô pedindo subsídios, não é nada disso, mas um aporte especial em nível de governo do estado. O governo do estado, se considerasse que ele quer de fato cidadãos e não eleitores, deveria ter um aporte especial para as livrarias do estado, das universidades públicas, pra produção. Penso que isso seria absolutamente necessário, então nesse sentido eu acho que um diálogo positivo entre reitores, os pró-reitores de administração junto, e claro que vou me referir à SETI e à Fundação Araucária, para que houvesse um estímulo maior para a produção do livro científico como forma de disseminação do conhecimento. Nós teríamos um ganho para o estado, porque nós estaríamos gerando mais conhecimento, e isso é fundamental, devolvendo para a população a produção das universidades, levando à população o conhecimento produzido dentro da universidade. Mas eu tenho uma certa dificuldade de pensar que haveria, por parte do governo, de qualquer governo do estado do Paraná, uma intenção de divulgação ou disseminação da produção científica. Por que que eu estou dizendo isso? Porque o estado do Paraná ele é o estado que mais tem universidades públicas da federação, e o estado, os governantes, insisto em dizer, independente do partido, eles já entendem que eles já fazem muito para o ensino superior, então o estado não se sente, o estado do Paraná não se sente comprometido, ou não vê como papel dele, o estímulo à circulação do livro científico (Entrevista com Terezinha Oliveira, Maringá, 19/08/2015).

A Professora Terezinha Oliveira, diretora da EDUEM, enfatiza ainda a dependência orçamentária das IES e, em consequência, das editoras dos recursos oriundos do estado.

Nós dependemos do orçamento que o governo do estado passa para a universidade. Nos últimos anos esse orçamento tem sido contingenciado, não há liberação de orçamento para rubricas importantes que atendam à editora, como no caso de serviços de gráfica, porque a nossa gráfica não está equipada para atender a demanda da editora. Então você precisa terceirizar serviços. Nós não temos equipe técnica, então você precisa terceirizar serviços de diagramação, de revisão e isto num contexto de corte de orçamento. Posso estar sendo muito cética, mas não vejo como um governante, um estado que já tem 7 universidades públicas, demande

recursos para estimular a circulação do livro científico. Não acredito nisso. Estou sendo muito cética com relação a isso, mas eu acho que nós já temos um peso muito grande para o estado. Não estou dizendo que não seria bom, independentemente de qualquer partido, o estado, o estado, não o estado no sentido de Norberto Bobbio, mas o estado enquanto governantes, pensa, vamos dizer assim, que nós já somos um ônus muito grande para a sociedade, e isso implica, vamos dizer assim, da não viabilização de políticas públicas para circulação do livro científico (Entrevista com Terezinha Oliveira, Maringá, 19/08/2015).

Ainda sobre a questão de falta de apoio institucional, e da dependência de recursos oriundos das universidades ou do estado, o Professor Luiz Carloz Migliozi, diretor da EDUEL, complementa relatando que:

os desafios são imensos, sobretudo num mercado em crise. Por exemplo, as vendas nossas caíram exponencialmente e, além disso, o apoio que nós tínhamos institucional também caiu, já que há uma crise no governo do estado do Paraná, não se repassa dinheiro e isso afeta diretamente a nós; então, por exemplo, essa é uma situação eu diria que gravíssima nesse sentido; então eu acho que a instituição universitária hoje tá sentindo isso muito mais sensivelmente do que as instituições privadas, não é, as editoras privadas (Entrevista com Luiz Carlos Migliozi F. de Mello, Londrina, 08/08/2015).

A Professora Lucia Cortez, diretora da EDUEPG, ressalta a importância e a necessidade de uma maior colaboração da Fundação Araucária como financiadora de publicações, mas também como parceira e até coautora, através de um programa permanente de apoio às editoras:

eu acho que nós temos uma fundação de pesquisa importante no Paraná e que poderia, dentro dessa fundação, ter um espaço maior de apoio à publicação universitária e aí agregar as editoras com um programa permanente de financiamento, editais para a publicação, programa permanente de editoras para a participação em feiras, e que nós pudéssemos contar então com esse apoio logístico. Nós poderíamos aqui, a Fundação Araucária comprar um espaço da ABEU na Bienal com estandes das editoras paranaenses, editoras do Paraná e, por que não, Fundação Araucária junto (Entrevista com Lucia Cortez da Costa, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Como vemos, o problema de autossuficiência das editoras paranaenses começam na dificuldade de apoio governamental, às vezes até mesmo dentro das próprias instituições, o que reforça a necessidade de uma visão de editora autossuficiente, que se autofinancie, através de comercialização e marketing mais agressivos e, como já dissemos, em que o lucro não seja visto como inimigo do setor público.

3.9 OS DESAFIOS: A QUALIDADE EDITORIAL, AS PRESSÕES, O SUCATEAMENTO E AS EXIGÊNCIAS DE MERCADO

Além dos problemas e das dificuldades de ordem orçamentária, o grande desafio das nossas editoras esbarram, ainda, na manutenção da produção de obras de qualidade, de conteúdo relevante e nas exigências dos órgãos de fomento e avaliação que, como visto anteriormente, têm exigido mais e mais produção, priorizando a quantidade em detrimento da qualidade. Como afirma a Professora Lucia Cortez, diretora da EDUEPG:

O pesquisador tá sendo pressionado pela CAPES e CNPq para produzir, então ele pesa "o tempo que eu vou ler, avaliar uma obra, é o tempo que eu posso produzir um artigo", o *trade off* dele, ele é muito melhor avaliado produzindo um artigo do que avaliando, dando parecer para uma editora, então esse também é um problema nosso. E aí nós temos que ter uma política nacional de incentivo à publicação do livro universitário, porque hoje a produção científica é em periódicos com *Qualis* "A" e isso acaba tendo impacto muito negativo na valoração do livro, e nós trabalhamos com o livro universitário, então o livro universitário, tanto do ponto de vista de divulgação da ciência quanto do ponto de vista de inovação e do conhecimento, algumas áreas não publicam livros, não trabalham livros, por exemplo: odontologia, eles publicam só artigos, algumas áreas desqualificam a ideia de livro, é mais as áreas de Humanas e Sociais que ainda tem esse apego ao livro. Então eu acho que falta mesmo, uma política dentro da ciência e tecnologia no Brasil de valorização do livro universitário. (Entrevista com Lucia Cortez da Costa, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Em relação ao desafio de se manter a qualidade editorial, mesmo com baixo investimento e ainda sobre a pressão dos órgãos externos, a Professora Lúcia Cortez cita outro grande desafio: garantir nomes de repercussão para os selos das editoras universitárias, sejam autores e até pareceristas, que estão mais preocupados em publicar do que em contribuir para o crescimento do setor, do qual são também dependentes:

acho que nós temos dois desafios: um é de ordem acadêmica, que é trazer para as editoras autores renomados, nacionais e internacionais, que valorizem o nosso selo e que publiquem através da nossa editora. Como que nós vamos conseguir trazer esses autores? Quando a gente conseguir ter uma boa equipe e um fluxo de produção de livros que atenda a dos autores também. Eu não posso demorar um ano e meio para produzir um livro, porque é um tempo demasiado para você colocar uma obra, que ela deve estar num debate num tempo específico, então nós temos que ter ao mesmo tempo uma competência de atrair livros importantes, e aí as pós-graduações das universidades são fundamentais para se articular com os outros programas pra divulgar o nosso selo como uma opção de editora, para publicação de obras relevantes. E o problema técnico de conseguir trazer essas obras, avaliar esse material num tempo razoável e ter o material pronto para a divulgação e para distribuição. Nós temos ainda o problema, que é comum a todas as editoras universitárias. Outra questão importante é a questão dos pareceres sobre livros, você não pode ter pareceres endógenos, e você tem que ter pareceres de qualificados, mas isso é uma atividade feita de forma gratuita pelos pesquisadores e que não tem um atrativo muito grande pros pesquisadores, então, na medida em que nós possamos ter juntos um banco de pareceristas, eu até já coloquei isto como proposta na ABEU, e que no currículo Lattes seja dado um maior peso na avaliação de trabalho técnico, se pareceristas de editoras filiadas à ABEU, porque isso diminui o tempo de você buscar e ter parecer, se o parecer tiver o peso de uma publicação ou um artigo, o pesquisador terá interesse em ser parecerista, se isso pontuar no programa de pós-graduação, ser parecerista de editoras universitárias filiadas à ABEU é um quesito de valoração positiva dos programas, os professores vão ter interesse; agora, nós convivemos neste meio e a nossa concorrência, ela é uma concorrência muito desigual, porque ao mesmo tempo que eu busco os pesquisadores mais renomados para avaliar as minhas obras, estes priorizam suas próprias produções. (Entrevista com Lucia Cortez da Costa, Ponta Grossa, 29/07/2015).

Para o Professor Luiz Carlos Migliozi, diretor da EDUEL, um grande desafio, ao assumir a direção da Editora, foi se deparar com um parque gráfico sucateado.

não temos um setor gráfico, um parque gráfico equipado para atender as demandas editoriais, as demandas gráficas da editora. Isso fez com que a gente precisasse totalmente da iniciativa privada. Então todos os nossos livros impressos são feitos fora da instituição, embora haja um parque gráfico do ladinho nosso aqui, só que esse parque tá sucateado, desatualizado e não consegue publicar o nosso material. Então a gente precisa fazer com que, nós precisamos de dinheiro para financiar isso, e aí é que tá a questão da crise financeira. Então eu acho que esse é um grande

desafio, que é justamente equipar a nossa gráfica (Entrevista com Luiz Carlos Migliozi F. de Mello, Londrina, 08/08/2015).

Apesar dos desafios serem grandes, o Professor Luiz também ressalta que há caminhos a serem seguidos, novas possibilidades, entre elas a implantação por parte das editoras universitárias dos *e-books*, os livros eletrônicos, através de *e-commerce*, que ele aponta como uma alternativa para maior visibilidade, comércio e até alcance da produção das editoras universitárias, sobretudo as menos conhecidas e de menor projeção nacional. Ele diz:

Há uma crescente demanda pelo livro universitário na versão digital, na versão *e-book*, e isso é um dado interessante. Então, quer dizer, o setor que mais cresce hoje na questão de *e-books* é exatamente o livro universitário (Entrevista com Luiz Carlos Migliozi F. de Mello, Londrina, 08/08/2015).

Outro ponto destacado como positivo pelo Professor Luiz em relação aos *e-books* é seu alcance e a facilidade de transpor as barreiras físicas e até as questões regionais, entretanto sem perder de vista a importância do livro impresso na construção da história das editoras. Nesse sentido, ele é bem claro quando afirma:

o *e-book* não vai ter fronteiras de estado e tudo mais, então isso permite a partir dos *e-books* nossos, nós temos *e-books* sendo vendidos para outros países inclusive. Então isso é interessante né, isso se torna absolutamente importante. Acredito que o *e-book*, ele vai fazer com que esse abismo, essa distância, esse *gap* que existe na linha de distribuição vá se diminuindo; agora, por outro lado, veja que eu não estou dizendo que com isso, que o *e-book* resolva o problema da editora universitária, não é, o *e-book*, se uma editora universitária só trabalhar com *e-book*, só dar ênfase a isso, é a falência da instituição, porque ela não vai conseguir verbas suficientes, porque, repito, os livros nossos não têm um apelo comercial como se tem na iniciativa privada; então você não consegue sobreviver só com esse dinheiro dos *e-books*. E, além disso, é preciso que se construa um nome. A nossa editora, por exemplo, completou 20 anos; então há uma construção ao longo desse período todo, e como que eu construo um nome? É a partir da impressão de livros, a partir de feiras, a partir de prêmios que eu ganho, por exemplo o prêmio Jabuti. Agora, isso só é possível se eu tiver o livro físico, impresso, então, nesse sentido, eu vejo o *e-book* como uma complementação. (Entrevista com Luiz Carlos Migliozi F. de Mello, Londrina, 08/08/2015).

Pelos excertos das entrevistas destacados acima, vemos que há problemas e que há possibilidades para o livro universitário. É preciso, primeiramente, que se tenha a real

dimensão de quais as suas possibilidades e, com isso, buscar alternativas diante de tantos problemas enfrentados dentro das instituições de ensino superior do estado do Paraná, sejam eles de ordem econômica, política, administrativa e até mesmo da ausência de algumas delas. É preciso usar da criatividade, da ousadia e, por que não, até da cópia, no bom sentido de copiar modelos usados em instituições onde, aos poucos, essas dificuldades foram sendo superadas ao longo dos anos de existência das editoras universitárias brasileiras. Há caminhos, o importante é tentar trilhá-los.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa dissertação é resultado de uma pesquisa de campo, na qual foi utilizada a teoria do sociólogo francês Pierre Bourdieu para um embasamento de como funcionam as estruturas de um campo de estudo, em nosso caso, o campo acadêmico, que aqui é representado pelas universidades, e pelo subcampo editorial, representado pelas editoras dessas instituições.

Nosso intuito foi analisar as dificuldades de circulação e distribuição do livro universitário paranaense. Nosso objetivo inicial era verificar os principais problemas que afetam o campo editorial universitário do estado do Paraná, tendo em vista que este é um setor que tem suas restrições de mercado, em virtude de publicar obras que não são de interesse do grande público, mas de uma parcela restrita da sociedade, os acadêmicos, limitando as possibilidades de livro acadêmico no concorrido mercado editorial brasileiro.

Tínhamos como proposta inicial a ideia de uma política pública que buscasse a solução dos problemas/dificuldades do setor. Entretanto, no decorrer de nossa pesquisa, nos deparamos com realidades tão distintas entre as editoras pesquisadas, e principalmente em suas estruturas e em políticas, regimentos e diretrizes de cada uma das IES a que são vinculadas, que percebemos ser difícil e, diria mais, até quase impossível a adoção de uma política única que pudesse ser implementada em âmbito estadual. Todavia, percebemos que muitos dos problemas enfrentados são semelhantes e, assim sendo, enumeraremos os que são praticamente comuns a todas as instituições, e a partir deles deixamos aberta a possibilidade de se tentar, dentro das possibilidades de cada instituição, de suas administrações e de interpelação junto às secretarias de estado e do próprio governo, buscar saídas que minimizem as situações a ele pertinentes.

Verificamos, no primeiro capítulo, que as políticas públicas para o livro, implementadas no país na década de 1930, continuam até hoje sem contemplar o ensino superior e, conseqüentemente, o livro universitário e/ou acadêmico, o que faz com que a leitura dos alunos do nível superior se resuma a fragmentos e cópias de trechos de livros. O hábito do aluno universitário de frequentar as bibliotecas e até mesmo adquirir livros é pequeno, ficando aquém do desejável, o que, de certa forma, contribui muito para a baixa participação do livro universitário no mercado editorial.

A concentração do mercado editorial em grandes grupos, seja de editores ou de distribuidores, é muito desfavorável para o livro universitário, uma vez que não há políticas que fomentem suas vendas. Contudo, ainda se faz necessária a definição de políticas

explícitas para o livro universitário, que estimulem sua produção, divulgação, distribuição, circulação e comercialização, e também de uma política que subsidie a sua produção, reduzindo custos e tornando-o mais acessível a alunos, professores e pesquisadores, ampliando sua participação no mercado editorial.

Vimos que o atraso editorial, a carência de melhor distribuição, o custo e a falta de profissionalização do setor contribuem para a pouca presença de livros universitários paranaenses nas livrarias e distribuidoras do país, além da concentração de livrarias e distribuidoras principalmente no Sul e Sudeste, o que prejudica a circulação e distribuição de livros como um todo, de acordo com a pesquisa SNEL/FIPE.

Faz-se necessário conciliar os interesses educacionais das universidades com os interesses comerciais de suas editoras. Não é mais viável que as editoras continuem dependentes exclusivamente de recursos advindos do estado, que contingencia constantemente os já poucos recursos destinados às universidades, e estas acabam repassando aos órgãos internos esses contingenciamentos. Como vimos nas entrevistas, é necessário que se quebre o ranço existente dentro das instituições públicas com os termos "comércio" e "lucro", e que se dê autonomia às editoras, para que elas possam captar recursos e serem autossuficientes com suas vendas, nem que para isso seja necessário transformá-las em fundações, como aconteceu com a Editora UNESP, que hoje, como fundação, está entre as maiores editoras universitárias do país e possui um catálogo invejável, com traduções e obras significativas que atendem a interesses acadêmicos e comerciais.

"O ofício de editar é charmoso, mas tem regras. Não é uma ciência exata, mas se baseia no saber. Editar é, em seu melhor sentido, avançar"²¹. A seleção do que publicar em tempos de produção em massa (quantificação) deve ser cada vez mais criteriosa, a quantidade de informações geradas nas universidades, a produção científica por elas produzidas precisam cada vez mais romper os muros institucionais. E é nesse momento que as editoras universitárias devem desempenhar o papel fundamental de transpor essas barreiras entre universidade e sociedade, trazer à luz tudo que ali é produzido, sem esquecer que, para isso, precisam de meios para continuar produzindo, precisam assegurar sua autonomia e sua autossuficiência. Roger Chartier, em *O mundo como representação*, nos aponta um caminho ao afirmar que "os autores não escrevem livros, escrevem textos, que são convertidos em livros pelos editores". Ainda na palavras de Chartier: "Editar é converter textos em livros e livros em bens de consumo".

²¹ Nadal, Jordi. Presidente da ABPTOE (Association of Bookseller and Publisher Training Organisations in Europe) e Editora PAIDÓS, Espanha, Manuscrito, 2002.

Se livros são bens de consumo, como afirma Chartier, então cabe às editoras universitárias utilizarem cada vez mais o produto "livro universitário" para contribuir com a participação de suas instituições no mercado editorial brasileiro, aferindo sim lucro. E para isso, são de extrema importância a capacitação de quadros de servidores para suas editoras, o aporte institucional, por meio de recursos diversos, a clareza de política editorial, a autonomia administrativa, financeira e política.

Apesar de as editoras universitárias terem avançado muito nos últimos anos, a maioria delas, e mais especificamente as editoras do estado do Paraná, ainda são vistas pelos dirigentes governamentais, e até mesmo das próprias IES, como uma atividade pré-empresarial. A maioria ainda opera apenas como difusoras acadêmicas e culturais, de forma muito artesanal e amadora, voltadas apenas ao público interno. Os dirigentes dessas instituições não compreendem o papel estratégico das editoras na contribuição para a afirmação da universidade enquanto instituição vital para o desenvolvimento cultural e científico de nossa sociedade. É preciso transformar as editoras em empresas culturais e acadêmicas. Em virtude do enorme capital criativo e da enorme capacidade de criação que a diversidade universitária possui, existe uma infinidade de espaços a serem explorados pelo livro universitário. Apesar do reducionismo imposto pelos grandes grupos editoriais, ainda há espaço para as editoras independentes e, no caso das universitárias, no intuito de se preservar a diversidade cultural e a independência criativa.

Boa parte dos problemas das editoras universitárias paranaenses estão dentro dos muros institucionais, por trabalharem essencialmente com o conhecimento e seus pesquisadores, para romper estes muros e alcançarem a sociedade, necessitam de projetos sustentáveis, fortes e ativos.

A divulgação, a circulação e a comercialização dos livros universitários tem sido um ponto nodal no ciclo que se inicia com a produção, para chegar ao uso da obra editada, que, por sua vez, estimula-o e fomenta-o (BRUFREM, 2001, p. 391). Com essa afirmação, a autora nos dá um norte e ressalta a importância de um trabalho constante de divulgação, de marketing, que se faz necessária uma busca constante pela divulgação do livro universitário, com um marketing agressivo institucionalizado, nos moldes do que grandes editoras, como a EDUSP, fazem, buscando um constante contato com os principais veículos de comunicação (jornais, rádio e revistas) para alcançar um maior público, rompendo os muros institucionais, para que se supere a inércia de muitos anos de atividade voltada para a comunidade interna.

Além da necessidade de constante divulgação, verificamos, durante o desenvolvimento de nossa pesquisa, que os principais problemas que impedem ou dificultam

o desenvolvimento das editoras universitárias paranaenses são, de modo geral, muito semelhantes, alguns em maior ou menor grau de influência, conforme segue:

1 - Distribuição inadequada

2 - Falta de autonomia:

- gerencial
- comercial
- econômica

3 - Recursos humanos:

- baixo número ou quase ausência de funcionários
- falta de pessoal qualificado

4 - Restrições orçamentárias e financeiras:

- sérias restrições orçamentárias
- falta de recursos financeiros para investimentos

5 - Custos:

- custo da matéria-prima muito alto
- alto custo operacional
- alto custo de frete

6 - Problemas de infraestrutura geral

7 - Falta de experiência de diretores e funcionários com a atividade editorial e livreira.

Em temas gerais observamos:

- Ausência de visão mercadológica do empreendimento editorial;
- Pouca agilidade com parceiros e prováveis leitores;
- Falta de personalização do produto de cada editora;
- Tiragens pequenas e custosas;
- Rodízio constante na administração geral, dificultando acumulação de saberes e formação de equipes, descontinuidade;
- Pouca divulgação;
- Problemas administrativos gerais que afetam a edição e a distribuição.

Em geral, as editoras aqui pesquisadas apontaram que o maior ponto de distribuição e comercialização de seus livros são as livrarias universitárias próprias ou de

outras universidades, através do PIDL, o que demonstra a importância do programa da ABEU como canal para distribuição e comercialização das editoras universitárias.

Apesar de ter sido apontada por quase todos os entrevistados, a autonomia administrativa ainda é relativamente satisfatória, sendo a autonomia financeira apontada como um dos maiores problemas para todas.

Como vimos, muitos dos problemas detectados em nossa pesquisa foram apontados pela pesquisa da ABEU, realizada em 2015, os quais reforçamos a seguir:

- a) Dificuldades legais (principalmente no que diz respeito à comercialização);
- b) Falta de autonomia financeira;
- c) Falta de orçamento próprio;
- d) Falta de políticas governamentais de apoio ao livro universitário;
- e) Trabalhar com ata de registro de preço;
- f) A Lei nº 8666/93²²;
- g) Questões financeiras;
- h) A fragilidade das relações no PIDL e as dificuldades de canais de distribuição;
- i) A burocracia dos processos de seleção de fornecedores de serviços gráficos;
- j) Identidade jurídica própria;
- k) Ausência de autonomia da universidade;
- l) Não utilização de Nota Fiscal, trabalhar sem fundação;
- m) Falta de apoio em comunicação e marketing, para dar maior visibilidade para as publicações;
- n) Alto custo gráfico de traduções e revisões;
- o) Centralização financeira, impossibilidade de despesas com publicidade, e outros contratos de interesse da área (autores, tradutores, serviços de apoio).

Finalizando, acreditamos que, para dar início à solução dos diversos problemas que afetam as editoras universitárias paranaenses, é necessário que haja, primeiramente, uma estrutura profissional, com produtores, diretores editoriais, diagramadores, diretores comerciais, revisores, profissionais de marketing e/ou jornalismo, para que se tenha uma estrutura mínima, autônoma e constante, no intuito de dar um bom andamento aos projetos editoriais de cada instituição. Além disso, há também as questões burocráticas, como a impossibilidade de algumas editoras universitárias emitirem a nota fiscal, problema que parece ainda muito distante de solução nas editoras de nosso estado.

²² de 21 de junho de 1993 Regulamenta o Art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências..

As editoras universitárias paranaenses vêm se consolidando nos últimos anos, mas ainda carecem de maior visibilidade no cenário nacional. Como citado por nossos entrevistados, elas ainda são muito voltadas para o próprio "umbigo", somos muito "bairristas" e publicamos para o nosso público, seja para satisfazer diretrizes institucionais, seja para atender a demanda cada vez maior por parte de nossos pesquisadores por publicação em quantidade, para atender exigências de órgãos de avaliação e fomento.

Há, ainda, um clichê muito presente nos corredores de nossas instituições, e que é amplamente amparado por essa necessidade de publicação em massa dos nossos pesquisadores e a comunidade científica, que é “publicar ou perecer”. Alguém já o corrigiu para “publicar (qualquer coisa) ou perecer”. No rumo em que as coisas vão, publicar não será apenas mais uma forma garantida de se fazer presente, devido não só ao volume imenso do que é publicado, em que se afogarão os textos inexpressivos e sem conteúdo original, mas também a confirmação já existente em relação ao que é publicado. O adágio poderá ter, logo, uma nova variante “publicar e perecer” ou “publicar é perecer” (LEMOS, 2005).

Importante lembrar que o campo científico brasileiro baliza-se pela meritocracia de seus agentes e as regras do jogo são reconhecidas e pactuadas pelos agentes que nele se relacionam, sendo estes convencidos a aceitá-las ou pactuarem novas representações, segundo Bourdieu.

Vale lembrar que é preciso resistir contra as mais dissimuladas formas de dominação e hierarquização, lutar pela autonomia em relação aos poderes estabelecidos e em defesa da igualdade entre os seres humanos, estes são os maiores ensinamentos científicos e políticos que Pierre Bourdieu nos transmitiu como herança por meio de sua obra e de sua ação política.

É diante desse legado de Bourdieu que precisamos pensar que as editoras universitárias do estado do Paraná, necessitam, antes de tudo, de autonomia administrativa, política, financeira e editorial, para só então almejarem a autossuficiência já alcançada por suas congêneres, como EDUSP, Editora UNESP, Editora UFMG e Editora UNICAMP, entre tantas que já alcançaram um outro patamar dentro do concorrido mercado editorial brasileiro.

REFERÊNCIAS

ABREU, Márcia. Duzentos anos: os primeiros livros brasileiros. In: ABREU, Márcia; BRAGANÇA, Anibal. (Org.). **Impresso no Brasil**: dois séculos de livros brasileiros. São Paulo: Ed. UNESP, 2010. p. 41-65.

ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDSZNAIDER, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais**: pesquisa quantitativa e qualitativa. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DIFUSÃO DO LIVRO – ABDL. Disponível em: <<http://www.abdl.com.br>>. Acesso em: 21 jan. 2015.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS – ABEU. Disponível em: <<http://www.abeu.org.br/>>. Acesso em: 29 out. 2015.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDITORES DE LIVROS ESCOLARES – ABRELIVROS. Disponível em: <<http://www.abrelivros.org.br/home/>>. Acesso em: 29 out. 2015.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE LIVRARIAS - ANL. Disponível em: <<http://anl.org.br>>. Acesso em: 21 jan. 2015.

_____. **Diagnóstico ANL do setor livreiro 2012**: de julho a outubro de 2012. São Paulo, dez. 2012. Disponível em: <http://anl.org.br/web/pdf/diagnostico_setor_livreiro_2012.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2015.

_____. **Diagnóstico ANL do setor livreiro 2013**: de julho a outubro de 2013. São Paulo, dez. 2012. Disponível em: <http://anl.org.br/web/pdf/diagnostico_setor_livreiro_2012.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2015.

_____. **Diagnóstico ANL do setor livreiro 2014**: de julho a outubro de 2014. São Paulo, dez. 2012. Disponível em: <http://anl.org.br/web/pdf/diagnostico_setor_livreiro_2012.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2015.

BELLONI, Isaura. Avaliação da universidade: por uma proposta de avaliação conseqüente e compromissada política e cientificamente. In: VIEIRA, Sofia Lerche et al. **A universidade em questão**. São Paulo: Cortez, 1989.

BIBLIOTECA NACIONAL DO BRASIL. Disponível em: <http://www.bn.br/biblioteca-nacional/historico>. Acesso em: set. 2015.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte**: gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Companhia da Letras, 1996.

_____. **Os usos sociais da ciência**: por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: Ed. UNESP, 2004.

_____. **O campo científico**. In: ORTIZ, Renato. (Org.). **Pierre Bourdieu**: sociologia. São Paulo: Ática, 1983.

_____. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **O poder simbólico**. Lisboa/Rio de Janeiro: Difel/Bertrand Brasil, 1989.

BRASIL. **Lei n. 10.753, de 30 de outubro de 2003**. Institui a Política Nacional do Livro. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.753.htm>. Acesso em: 20 maio 2015.

_____. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9610.htm>. Acesso em: 29 out. 2015.

BUFREM, Leilah Santiago. **Editoras universitárias no Brasil**: uma crítica para a reformulação da prática. São Paulo: Edusp, 2001.

_____. Edição universitária no Brasil. In: MENDES, João Carlos Canossa; RESTREPO, Juan Felipe Córdoba (Ed.). Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2011. Edición univesitaria en America Latina: debates, retos, experiencias.

CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO – CBL. **Apresentação pesquisa FIPE CBL/SNEL 2013**. Disponível em: <<http://www.cbl.org.br/telas/cbl/downloads.aspx>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

CASTRO, César Augusto. Produção e circulação de livros no Brasil: dos jesuítas (1550) aos militares (1970). **Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 10, n. 20, p. 92-103, jul. 2005.

CHARTIER, Roger. **O mundo como representação**. Estud. Av. , São Paulo, v. 5, n. 11, abril 1991.

CLARO, Adriana Thomazotti. **O mercado editorial paulista no decênio de 1990**: momento de expansão e diferenciação no setor. 2000. 155f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

COSTA, Marco Antonio F. da; COSTA, Maria de Fátima Barrozo da. **Projeto de pesquisa**: entenda e faça. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

CRISTÓFARO, Raíssa Pereira Maciel Comini. **Biblioteca e livraria**: diferentes enfoques quanto à capacitação de pessoal, tendo como referência o caso da Livraria Cultura. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) - Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília. UNV, 2011.

CUNHA, L. A. **Autonomia universitária: teoria e prática**. In: VESSIRO, Hebe (Org.), Universidad e investigación científica: convergencias y tensiones, Buenos Aires, Clacso, 2006.

EARP, Fabio Sá; KORNIS, George. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro, RJ: BNDES. 2005.

ESCARPIT, Robert. A revolução do livro. **Revista do Livro**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 31, p. 11-32, jan/mar. 1969.

FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL. **Histórico**. Disponível em: <<http://www.bn.br/biblioteca-nacional/historico>>. Acesso em: 20 maio de 2015.

GOMES, Rodrigo Dias. **Relação entre universidade e sociedade precisa ser fortificada**. Agência Universitária de Notícias - Edição Ano 45 – Número 46 Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - USP, 2012. <<http://www.usp.br/aun/exibir.php?id=4927>>. Acesso em: 12 de dezembro de 2015.

GUEDES, Maria do Carmo; PEREIRA, Maria Eliza Mazzilli. Editoras universitárias: uma contribuição à indústria ou à artesanaria cultural? **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 78-84, jan./mar. 2000.

HARFUCH, Carlos Alberto Cury. **Editoras universitárias das instituições de ensino superior do Paraná: contribuições para formulação de uma política editorial**. Dissertação (Mestrado Profissional em Políticas Públicas) - Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2014.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. Fomento à leitura e acesso ao livro. Disponível em: <<http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/>>. Acesso em: 20 maio de 2015.

LINDOSO, Felipe. **O Brasil pode ser um país de leitores: política para a cultura, política para o livro**. São Paulo: Summus, 2004.

LEMOS, Antonio Agenor Briquet de. **Publicar e perecer**. Artigo publicado em Ci. Inf., Brasília, v. 34, n. 2, p. 7-8, maio/ago. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28550.pdf>>. Acesso em 11 dez. 2015.

MACHADO, Ubiratan. **História das livrarias cariocas**. São Paulo, EDUSP. 2012.

MARQUES NETO, José Castilho; ROSA, Flávia Garcia. Editoras universitárias: academia ou mercado? Reflexões sobre um falso problema. In: BRAGANÇA, Anibal; ABREU, Márcia. (Org.). **Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros**. São Paulo: UNESP, 2010. p. 331-347.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis RJ: Vozes, 1996.

NASCIMENTO, Carina Cristina do. **Editoras universitárias e as novas oportunidades de comunicação**. 2009. 189 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

NOGUEIRA, Maria das Dores Pimentel (Org.). **Extensão universitária: diretrizes conceituais e políticas**. Belo Horizonte: Fórum Nacional de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas/UFMG, 2000, 193 p.

OLIVEIRA, Zita Catarina Prates. **A biblioteca “fora do tempo”: políticas governamentais de bibliotecas públicas no Brasil, 1037-1989**. 1994. 221 f. Tese (Doutorado em Ciências da Computação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

OTICICA, Ricardo. **O Instituto Nacional do Livro e as ditaduras: academia brasileira dos rejeitados**. 270 f. Tese (Doutorado em Literatura: Literaturas de Língua Portuguesa) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997.

PAIVA, Marília de Abreu Martins. **Bibliotecas públicas: políticas do estado brasileiro de 1990 a 2006**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Informação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

PLANO NACIONAL DO LIVRO E DA LEITURA – PNLL. PNLL em novas mãos. **Panorama Editorial**, São Paulo, v. 2 n. 19, p. 28-31, maio, 2006.

PLANO NACIONAL DO LIVRO E LEITURA – PNLL. 2013. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/pnll>>. Acesso em: 20 maio, 2015.

ROSA, Flávio; BARROS, Susane; MEIRELLES, Rodrigo. **Adoção do acesso aberto por uma editora universitária: o caso da editora da UFBA**. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1575-1.pdf>>. Acesso em: 1 fev. 2015.

SAMPAIO, Airton José de Oliveira. PIDL: alternativa para popularizar e socializar o saber. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE EDITORAS UNIVERSITÁRIAS, 3., 1986, Campinas. **Anais...** Campinas: Unicamp, 1986. p. 25-29.

SIQUEIRA, Angela C. **As novas relações entre universidade e sociedade**. Disponível em: <<http://www.anped11.uerj.br/18/SIQUEIRA.htm>>. Acesso em 20 nov. 2015.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS – SNEL. Disponível em: <<http://www.snel.org.br/>>. Acesso em: 21 jan. 2015.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS – SNEL. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro: ano base: 2009**. Disponível em: <http://www.snel.org.br/files/pesquisaMercado/relatorioAnual/relatorio_anual_2009.pdf>. Acesso em: 21 jan. 2015.

VERGER, Jacques. **As universidades na idade média**. São Paulo: UNESP, 1990.

VIEIRA, Sofia L. A democratização da Universidade e a socialização do conhecimento. In: FÁVERO, M^ª. de Lourdes A. (Org.). **A Universidade em questão**. São Paulo: Cortez/Autores Associados, 1989.

VOGT, Carlos. O livro e as editoras universitárias. **Jornal da Ciência**, 11 nov. 2008. n. 3639. Disponível em: <<http://www.jornaldaciencia.org.br/Detail.jsp?id=59867>>. Acesso em: 7 set. 2014.