



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA**

**IVONE DE LOURDES RODRIGUES DOS SANTOS**

**EDITORAS UNIVERSITÁRIAS NA INTERNET:  
UM ESTUDO EM BELÉM (PA)**

**BELÉM  
2022**

**IVONE DE LOURDES RODRIGUES DOS SANTOS**

**EDITORAS UNIVERSITÁRIAS NA INTERNET:  
UM ESTUDO EM BELÉM (PA)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Pará como requisito final para a obtenção do título de Bibliotecária.

Orientador: Prof. Dr. Rubens da Silva Ferreira.

**BELÉM  
2022**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD  
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará  
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a)  
autor(a)

---

S237e

Santos, Ivone de Lourdes Rodrigues dos.

Editoras Universitárias na Internet: Um estudo em Belém  
(PA) / Ivone de Lourdes Rodrigues dos Santos. – 2022.  
52 f. : il. color.

Orientador(a): Prof. Dr. Rubens da Silva Ferreira

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do  
Pará, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Faculdade de Biblioteconomia,  
Belém, 2022.

1. Editoras Universitárias. I. Título.

CDD 070.59

---

**IVONE DE LOURDES RODRIGUES DOS SANTOS**

**EDITORAS UNIVERSITÁRIAS NA INTERNET:  
UM ESTUDO EM BELÉM (PA)**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Faculdade de Biblioteconomia  
do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da  
Universidade Federal do Pará como requisito  
final para a obtenção do título de  
Bibliotecária.

Banca examinadora:

---

Prof. Dr. Rubens da S. Ferreira - FABIB/ICSA/UFPA  
Orientador

---

Prof<sup>a</sup>. Me<sup>a</sup>. Telma Silva Sobrinho - FABIB/ICSA/UFPA  
Membro

---

Prof. Me. Luiz Otavio da Silva Maciel - FABIB/ICSA/UFPA  
Membro

*A Jesus Cristo, “tudo posso naquele que me fortalece” (FILIPENSES, 4:13).*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus que permitiu que eu chegasse até o final do curso.

A nossa Senhora do Perpétuo Socorro, a qual sou eternamente devota, quem nunca me desamparou nos momentos mais difíceis, fortalecendo a minha fé.

Ao meu filho Arthur Santos, o maior motivo de não me fazer desistir do curso em meio às dificuldades vividas em um período pandêmico que o mundo sofreu entre 2020-2021.

Agradeço ao meu esposo, Walmir Souza, que cuidou do nosso filho nos momentos que precisei me ausentar para ir à Faculdade.

Aos meus pais, José Santos e Domingas Rodrigues, que sempre acreditaram que um dia conseguiria cursar uma universidade federal.

Um agradecimento especial ao meu professor e orientador, Rubens Ferreira, por todo o conhecimento repassado e pela ajuda na elaboração da monografia.

Também faço questão de agradecer a professora Telma Sobrinho por ter sido uma excelente docente e pessoa para a turma de Biblioteconomia.

Aos demais docentes, que terão a minha eterna gratidão por todos seus esforços com seus discentes.

## **EDITORAS UNIVERSITÁRIAS NA INTERNET: UM ESTUDO EM BELÉM (PA)**

### **RESUMO**

O estudo tem como foco as editoras universitárias, visando entender de que forma elas contribuem para a disseminação do conhecimento na sociedade e como usam a Internet na divulgação e nas vendas de suas obras. O trabalho foi conduzido por meio da pesquisa bibliográfica e documental, com dados obtidos do site das seguintes editoras de instituições de ensino superior públicas em Belém, Pará: Editora da Universidade do Estado do Pará - EDUEPA; Editora da Universidade Federal do Pará - EDUFPA; e Editora da Universidade Rural da Amazônia - EDUFRA. Embora o lucro não seja o principal objetivo dessas editoras, foi verificado que a tecnologia é uma importante aliada para o sucesso delas, em especial na disseminação do conhecimento produzido no âmbito das universidades. Ao utilizar a Internet para divulgar as obras que editam, as editoras universitárias mostram que não é possível promover a ampla divulgação dos seus produtos editoriais sem romper o isolamento geográfico por meio de recursos que possibilitam a venda remota.

**Palavras-chave:** editoras universitárias - Belém (PA); conhecimento científico.

## UNIVERSITY PUBLISHERS ON THE INTERNET A STUDY IN BELÉM (PA)

### ABSTRACT

The study focuses on university publishers, aiming to understand how they contribute to the dissemination of knowledge in society and how they use the Internet in the dissemination and sales of their works. The work was conducted through bibliographic and documentary research, with data obtained from the website of the following publishers of public higher education institutions in Belém, Pará, Brazil: Editora da Universidade do Estado do Pará - EDUEPA; Editora of the Federal University of Pará - EDUFPA; and Editora of the Rural University of the Amazon - EDUFRA. Although profit is not the main objective of these publishers, it was found that technology is an important ally for their success, especially in the dissemination of knowledge produced within universities. By using the Internet to publicize the works they edit, university publishers show that it is not possible to promote the wide dissemination of their editorial products without breaking the geographical isolation through the use of resources that make remote sales possible.

**Keywords:** university publishers - Belém (PA); scientific knowledge; websites; technology.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Portal de periódicos EDUEPA.....	33
Figura 2- Podscat EDUEPA .....	33
Figura 3- "Sobre a editora" EDUEPA .....	34
Figura 4 - "Como comprar" EDUEPA .....	34
Figura 5 - Formulário EDUEPA .....	35
Figura 6 - Parceiros da EDUEPA .....	36
Figura 7 - A EDUEPA nas mídias Sociais .....	36
Figura 8 - Post de inauguração do site de vendas da EDUEPA.....	37
Figura 9 - Post Home page do site de vendas da EDUEPA.....	38
Figura 10 - Vendas da EDUFPA .....	38
Figura 11 - Guia catálogo do site de vendas da EDUFPA .....	39
Figura 12 - Endereço da EDUFPA .....	39
Figura 13 - Política editorial da EDUFPA em formato pdf .....	40
Figura 14 - Normas editoriais da EDUFPA.....	41
Figura 15 - Guia "Fale conosco" da EDUFPA .....	41
Figura 16 - Site da EDUFRA .....	42
Figura 17- Guia Inicial: EDUFRA.....	43
Figura 18 - Guia Catálogo EDUFRA .....	44
Figura 19 - Guia Acesso à Informação .....	44

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABEU - Associação Brasileira das Editoras Universitárias

ASCOM - Assessoria de comunicação

BB - Banco do Brasil

CBL - Câmara Brasileira do Livro

CFE - Conselho Federal de Educação

EDUEPA - Editora da Universidade do Estado do Pará

EDUFPA - Editora da Universidade Federal do Pará

EDUFRA - Editora da Universidade Federal Rural da Amazônia

EAA - Escola de Agronomia da Amazônia

FCAP - Faculdade de ciências Agrária do Pará

FIOCRUZ - Fundação Oswaldo cruz

IFE - Instituição Federal de Ensino

IFES - Instituição Federal de Ensino Superior

MEC - Ministério da Educação e Cultura

MPEG - Museu Paraense Emílio Goeldi

PDI - Programa de Desenvolvimento Institucional

PFD – Portable Document Format

TI - Tecnologia da Informação

UFPA - Universidade Federal do Pará

UFRA - Universidade Federal Rural da Amazônia

UFRR – Universidade Federal de Roraima

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2 EDITORAS UNIVERSITÁRIAS: UMA VISÃO TEÓRICA</b> .....	13
<b>3 EDITORAS UNIVERSITÁRIAS DE NATUREZA PÚBLICA EM BELÉM.....</b>	18
<b>3.1 Universidade Estadual do Pará- UEPA.....</b>	18
3.1.1 A Editora da Universidade Estadual do Pará - EDUEPA .....	19
<b>3.2 Universidade Federal do Pará - UFPA.....</b>	20
3.2.1 A Editora da UFPA .....	21
<b>3.3 A UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA - UFRA .....</b>	25
3.3.1 Editora da Universidade Federal Rural da Amazônia - EDUFRA.....	26
<b>4 METODOLOGIA.....</b>	28
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	31
<b>5.1 O site da EDUEPA.....</b>	32
<b>5.2 O site da EDUFPA.....</b>	37
<b>5.3 O site da EDUFRA .....</b>	42
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	46
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	48

## 1 INTRODUÇÃO

As editoras universitárias assumem o papel de externalizar toda a produção e o saber científico produzido no interior das universidades, proporcionando a disseminação da informação baseada nos princípios indissolúveis de suas instituições criadoras que são o ensino, a pesquisa e a extensão. Desse modo, pode-se dizer que parte do conhecimento produzido nas universidades por seu corpo docente e discente é difundida para a sociedade por meio das editoras.

Para Nunes (2018), pilares que sustentam a tríplice missão das universidades correspondem ao seguinte entendimento: o ensino é o processo de construção do saber com a apropriação do conhecimento historicamente produzido pela humanidade; a pesquisa é a prática de materialização do saber com base na produção de novos conhecimentos sobre antigos e novos problemas que surgem da esfera social; e, por fim, a extensão é entendida como o processo educativo, cultural e científico de intervenção no espaço social externo, funcionando com base na identificação dos problemas que afetam a sociedade.

Nesse contexto, as três atividades basilares da universidade se relacionam com as editoras universitárias, uma vez que esses setores podem dar vazão ao conhecimento construído no ensino, na pesquisa e na extensão por meio das publicações que edita e comercializa. Ao reconhecer a importância desse papel, o presente estudo é construído sobre o tema das editoras universitárias, com foco na capital paraense. Busca-se especificamente responder a seguinte questão: como as editoras universitárias das Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) estão utilizando a Internet para oferecer uma experiência de compra mais sofisticada aos leitores, tal como já fazem as editoras comerciais?

A escolha do tema se deu pelo interesse pessoal em conhecer um pouco mais sobre as editoras universitárias, tendo em vista o *boom* tecnológico ocorrido

na segunda metade do século XX, a fim de entender a experiência de compra do livro fora do eixo editorial comercial. Embora não tenham o lucro como finalidade maior, entende-se que no cenário tecnológico em que vivemos qualquer organização pública ou privada não pode funcionar sem utilizar os recursos oferecidos pela Internet, em especial pelo potencial que a Rede das redes oferece na construção de relações com os consumidores.

Diante do exposto, este estudo tem como objetivo geral conhecer o modo como as editoras universitárias de instituições públicas em Belém utilizam a Internet para promover e comercializar os produtos editoriais.

São do interesse deste estudo as seguintes editoras universitárias públicas existentes em Belém, Pará: Editora da Universidade Estadual do Pará - EDUEPA; Editora da Universidade Federal do Pará - EDUFPA; e Editora da Universidade Federal Rural da Amazônia - EDUFRA. Partindo do entendimento de que as editoras universitárias são necessárias à disseminação do conhecimento produzido nas universidades, é importante que elas estejam alinhadas à tríplice missão institucional representada pelo ensino, pela pesquisa e pela extensão.

Quanto ao desenho metodológico do estudo, tem-se a pesquisa de abordagem qualitativa conduzida sob as orientações da pesquisa bibliográfica e documental. Para Dias e Silva (2010, p. 46), “[...] a pesquisa qualitativa envolve o uso de dados de dados qualitativos obtidos em entrevistas, documentos e observações para compreensão e explicação dos fenômenos [...]”. A fonte da coleta de evidências correspondeu ao site das editoras universitárias investigadas, o que permitiu a recolha de dados e informações sobre o modo como duas editoras universitárias de natureza federal e uma de natureza estadual utilizam a Internet na divulgação e na venda de seus produtos editoriais.

## 2 EDITORAS UNIVERSITÁRIAS: UMA VISÃO TEÓRICA

A atividade de editoração nas universidades retrata bem a importância dos diferentes tipos de conteúdos disponibilizados por essas instituições, bem como o forte papel que elas desempenham na divulgação do conhecimento científico produzido pela comunidade acadêmica. As editoras universitárias envolvem também uma dimensão socioeconômica, que integra pessoas encarregadas de várias funções na produção e comercialização do livro (avaliação, copidesque, revisão, diagramação, fotocomposição, design gráfico, contabilidade, atendimento ao público, marketing, etc.). Contudo, a função principal das editoras universitárias reside na conexão entre o conhecimento produzido na universidade e a sociedade.

Segundo Argollo (2019, p. 19), na década de 1960 é que começaram a surgir a maioria das editoras universitárias brasileiras:

Grande parte das editoras universitárias nas Instituições Federais de Ensino (IFE) surgiram na década de 1960, com objetivo de melhorar os custos e o aproveitamento dos equipamentos disponíveis nas gráficas dessas instituições. Outro motivo determinante para a criação das editoras universitárias foi fazer com que as IFE passassem a publicar cada vez mais suas produções científicas. Muitas dessas editoras se originaram de suas próprias Universidades; outras, a partir da chamada Imprensa Universitária. Anos após o surgimento das editoras universitárias foram criados os conselhos editoriais, criando os regimentos dessas editoras.

Outro fator importante que contribuiu para a difusão das editoras universitárias no Brasil foi o aumento dos cursos de pós-graduação. Segundo Oliveira Júnior (2016), o aumento dos cursos de pós-graduação fomentou a produção de artigos científicos e a criação de periódicos, gerando o notável crescimento no número anual de publicações entre os anos de 1981 e 2014, indo de 2.000 a mais de 40.000 registros na plataforma *Web of Science*.

Apesar da importância social das editoras universitárias para diversos setores, seja econômico, político ou social, elas enfrentam entraves ao seu trabalho. Em geral as dificuldades são de ordem financeira. Tal como explica Carvalho (2013), as editoras universitárias são entes que não possuem

capacidade jurídica, portanto, não respondem por si mesmas, de modo que não podem firmar contratos e convênios. Por esse motivo as editoras universitárias devem trabalhar em parcerias com outras instâncias da universidade para que o seu trabalho ocorra de modo efetivo.

De acordo com Silva e Carvalho (2017), as editoras universitárias são órgãos pertencentes às instituições de ensino superior, e como tais, responsáveis pela produção e pela publicação de trabalhos técnicos, literários e/ou científicos, destinados tanto ao público acadêmico quanto à sociedade em geral. Estes trabalhos precisam ser avaliados e respaldados por decisão do conselho editorial, além de estarem em conformidade com a política editorial adotada.

Ainda que as editoras universitárias não tenham sido criadas com o intuito de obter lucros, mas com a finalidade de dar vazão ao conhecimento técnico, literário e/ou acadêmico produzido ou derivado da tríade ensino, pesquisa e extensão, elas ainda fazem parte do negócio do livro ao comercializarem obras produzidas com qualidade gráfica e de conteúdo.

O fato de as editoras universitárias não possuírem em sua essência fins exclusivamente lucrativos faz com que as publicações sejam orientadas para o interesse científico ou cultural, destinadas a um público específico, e geralmente divulgando produções locais e/ou regionais, o que é identificado nas palavras de Marques Neto (2000, p. 171):

As editoras universitárias principalmente aquelas ligadas às universidades públicas e comunitárias não têm fins exclusivamente comerciais. Esta condição permite a elas traçar inúmeros projetos de interesse científico ou cultural e dependendo de seu projeto editorial e institucional, poderá ser desde uma editora que divulgará a produção científica internacional até aquelas que preservam a produção acadêmica de uma micro-região.

Com base em Rocha (2014) e Bufrem (2016), verifica-se que embora as editoras universitárias contrastem com as editoras comerciais (interessadas no retorno financeiro), em comum elas compartilham da função de produzir bens culturais, os quais representam as ideias, a história, a cultura e a memória das pessoas e dos grupos no passado e no presente.

O sucesso e o desenvolvimento das editoras universitárias se deu ao progresso tecnológico, aliado ao desenvolvimento técnico-científico que vinha ocorrendo no mundo em processo acelerado a partir dos anos de 1990. Segundo Kawasaki (1997, não paginado), as “[...] Tecnologias da Informação e Comunicação - TICs modificaram significativamente as formas de produção e circulação do conhecimento entre setor produtivo e as instituições educativas”.

Diante da difusão tecnológica alcançada na passagem do século XX para o século XXI, os livros digitais progressivamente alcançaram mais espaços nas editoras universitárias, à medida que o processo se tornou mais rápido, envolvendo não somente tecnologias, mas também a qualificação de pessoas envolvidas diretamente na atividade editorial. Processos e tecnologias antes envolvidos na produção do livro como a diagramação, a fotocomposição, a impressão, o marketing e a comercialização foram aperfeiçoados, tornando mais ágil a produção do livro destinado à venda nas livrarias ou nos sites.

O esforço de ajustamento das editoras universitárias ao imperativo tecnológico se deve à necessidade de *conexão* das universidades para o aproveitamento das possibilidades do mundo virtual. A este mundo estruturado em rede (CASTELLS, 1999) podem estar conectados simultaneamente estudantes, professores, pesquisadores e leitores em geral, com potencial interesse nas publicações que resultam das atividades de ensino, de pesquisa e de extensão nas universidades.

No atual cenário tecnológico, a produção das editoras universitárias não se restringe apenas às publicações impressas, envolvendo também a criação de livros em formato digital. Para Marques Neto (2000, p. 171):

Num país como nosso, em que a educação básica não pode deixar de desenvolver também o conhecimento desbravador de novas fronteiras, cabe sim, às instituições de ensino superior o papel de difundir editorialmente o conhecimento. Para esta missão, a universidade tem suas editoras e centros de publicações, devendo ter sempre a preocupação de utilizá-los e incentivá-los a participar de novas e das tradicionais tecnologias.

Apesar de a maioria das editoras universitárias terem focado sua produção voltada para as especialidades do conhecimento científico que

abarcam em sua estrutura de pesquisa, algumas vêm realizando trabalhos editoriais de caráter didático, isto é, voltado ao apoio às atividades de ensino. Conforme observam Guedes e Pereira (2000, p. 80) em: “[...] mais recentemente, tem surgido – acompanhando uma tendência das universidades do exterior – a preocupação com a publicação de obras facilitadoras do trabalho do professor universitário em sala de aula [...]”. Esse tipo de produção passa, então, a competir com as publicações didático-pedagógicas produzidas pelas grandes editoras comerciais, às vezes a um preço menor, oferecendo qualidade gráfica e de conteúdo.

O marketing como um fator de sucesso para qualquer organização – seja ela privada ou governamental – também faz parte do dia a dia das editoras universitárias. Esse papel é mais visível na promoção das publicações, pois as vendas precisam de um produto bem apresentado ao leitor, assim como estratégias de lançamento e divulgação em sites Silveira (2016, p. 231) diz que:

O marketing científico digital, voltado para portais de periódicos, por exemplo, aproxima a sociedade da ciência e aumenta a disseminação, o que leva à maior visibilidade da produção científica; e que a criação de um plano de marketing envolve mídias sociais (SILVEIRA, 2016, p. 231).

Analisando o real sentido da pesquisa, o tema das editoras universitárias se torna relevante ao levarmos em consideração a forma como a tecnologia vem sendo introduzida na realidade das pessoas, das empresas e de qualquer instituição que trabalhe com seres humanos e máquinas, tal como ocorre nas editoras universitárias. Lima, Pinto e Laia (2002, p. 75), em artigo sobre Tecnologia da Informação (TI) descrevem bem o desenvolvimento da informação ao longo dos tempos quando citam que:

A comunicação se baseava nas lembranças das pessoas, em especial em suas memórias auditivas. A escrita quando se tornou possível, a imprensa que agilizou a transmissão da comunicação..., finalmente a eletrônica que potencializou a disseminação da informação.

Diante do contexto apresentado, vê-se a necessidade de adaptações por parte das editoras universitárias ao atual cenário tecnológico, pois a adoção de

tecnologias e de novas estratégias de marketing, articulando publicidade e vendas agregam valor ao negócio do livro às editoras não comerciais.

Considerando que este estudo está delineado em torno de três editoras que integram as universidades públicas na capital paraense, sendo duas de natureza federal e uma de natureza estadual, na parte seguinte nos ocuparemos de cada uma delas.

### 3 EDITORAS UNIVERSITÁRIAS DE NATUREZA PÚBLICA EM BELÉM

Em caráter contextual, vejamos a seguir um pouco sobre cada uma das editoras universitárias instaladas em Belém e sobre as quais conduzimos este estudo. Antes, cabe conhecermos um pouco sobre as universidades nas quais essas editoras desenvolvem seus trabalhos.

#### 3.1 Universidade Estadual do Pará- UEPA

Segundo informações contidas no *site* da Universidade Estadual do Pará (2020), esta universidade de âmbito estadual foi criada pela Lei nº 5747, de 18 de maio de 1993, a partir da fusão das faculdades estaduais de Enfermagem, Medicina, Educação Física e Educação.

A UEPA é composta por 132 cursos de graduação distribuídos em 21 *campi*, dos quais cinco estão na capital e os demais nos municípios de Paragominas, Conceição do Araguaia, Marabá, Altamira, Igarapé-Açu, Barcarena, Vigia de Nazaré, Cametá, Salvaterra, Castanhal e Bragança. Além dos *campi* citados, também integram a universidade o Centro de Ciência e Planetário do Pará, a Editora EDUEPA, as brinquedotecas e o Instituto Confúcio.

Dados institucionais mostram que a Universidade Estadual do Pará (2020) conta com 17 mil alunos matriculados, 20 *campi*, 94 grupos de pesquisas, 35 mil visitantes por ano no planetário, iniciativas em extensão (10 programas e 36 subprogramas), 50 mil atendimentos por ano, serviços de saúde (48 especialidades e 250 mil atendimentos/ano, 937 docentes, 329 doutores em sala de aula, 23 especialização, seis mestrado acadêmico, cinco mestrado profissional, um MBA e 14 doutorados, ainda possuindo acordo internacional com 14 países e 31 instituições, assim é composta a Universidade Estadual do Pará.

### 3.1.1 A Editora da Universidade Estadual do Pará - EDUEPA

A EDUEPA foi criada em 2001, conforme informações obtidas junto à Associação Brasileira das Editoras Universitárias - ABEU (2012, não paginado), tendo como missão “[...] apoiar a Universidade Estadual do Pará-UEPA, na missão de fomentar o conhecimento na Amazônia”. Ela desenvolve seus trabalhos pautada no ensino, na pesquisa e na extensão. Neste sentido, esforços têm sido empreendidos em disseminar para a sociedade os conhecimentos produzidos na UEPA. A EDUEPA soma a sua história o prêmio Jabuti concedido ao planetário do Pará em 2000 pela Câmara Brasileira do Livro - CBL para a categoria de Melhor Livro Didático.<sup>1</sup>

Atualmente, a EDUEPA está estruturada da seguinte forma: Coordenação e chefia de edição, editoração, livraria e apoio técnico, Conselho editorial e Comitê de artes humanas, Editora da Universidade Estadual do Pará EDUEPA (2020).

A editora conta com apoio de vários parceiros para produção e divulgação dos seus trabalhos, fazendo com que alcancem diversas regiões do Brasil. Alguns desses parceiros são: Universidade Federal de Roraima - UFRR; Associação Brasileira das Editoras Universitárias - ABEU; Valer Editora; e Editora da Fundação Oswaldo Cruz - FIOCRUZ.

A página da EDUEPA apresenta *layout* moderno e amigável. Nele encontramos as atividades desenvolvidas pela editora. Também é disponibilizado o link de acesso a um *podcast* com entrevistas realizadas com escritores. Há informações sobre como realizar compras das obras produzidas

---

<sup>1</sup> Criado em 1958 e outorgado anualmente pela CBL, o prêmio Jabuti é o mais tradicional e prestigiado pelo segmento editorial do país, conferindo aos vencedores o reconhecimento da comunidade leitora (CONSELHO CURADOR 64º PRÊMIO JABUTI, 2022).

pela EDUEPA, mas estas só podem ser realizadas de modo presencial, pois a editora não possui recurso no site para vendas *online*.

Outro traço característico que também pode ser encontrado na página da editora é a sua política editorial, que prioriza as produções científicas da UEPA, bem como obras literárias e de relevância acadêmica, como:

- Os trabalhos desenvolvidos pela UEPA no ensino, na pesquisa e na extensão;
- Periódicos realizados por programas de pós-graduação e grupos de pesquisas;
- Memórias reeditadas (obras relevantes à cultura amazônica).

A editora também disponibiliza na sua página normas contratuais para publicação e etapas das edições dos livros editados por ela, assim como as normas de submissão de originais à editora.

Apesar de a EDUEPA não oferecer recurso *online* para vendas, ela participou da I Feira Virtual das Editoras Universitárias, que ocorreu de 1 a 8 de julho de 2020. O objetivo desse evento editorial foi facilitar o acesso aos livros de caráter científico e fomentar a difusão do conhecimento acadêmico.

### **3.2 Universidade Federal do Pará - UFPA**

Segundo informações extraídas do site da Universidade Federal do Pará (2019), a instituição foi criada pela Lei n°. 3.191, em 2 de julho de 1957, no governo de Juscelino Kubitschek, por meio do Decreto n°. 42.427. No mesmo ano foi aprovado o primeiro estatuto da universidade, que definia a política educacional da instituição que naquele momento oferecia onze cursos.

Em setembro de 1963 ocorreu a primeira reforma estatutária da universidade. Dois meses após a universidade foi reestruturada com a implementação de novos cursos e novas atividades, com o objetivo de promover o desenvolvimento regional e o aperfeiçoamento das atividades-fim da instituição.

Uma nova reestruturação na UFPA ocorreu em 1969, com a emissão de vários diplomas, estabelecendo novos critérios para o funcionamento da instituição. Em 1975, o Conselho Federal de Educação (CFE) aprovou o Regimento Geral da UFPA. No ano de 1985, o Regimento da universalidade sofreu nova reestruturação, e, em 2007, passou por nova atualização, resultando na configuração vigente.

De acordo com informações extraídas do *site* da UFPA, esta universidade conta com a seguinte estrutura:

A UFPA é constituída por 15 institutos, oito núcleos, 36 bibliotecas universitárias, dois hospitais universitários e uma escola de aplicação. Segundo o Anuário Estatístico de 2018, ano base 2017, elaborado pela Pró-reitoria de Planejamento, o ensino de graduação alcançou a marca de 38.865 mil estudantes; a pós-graduação, em torno de 9.249 estudantes; o ensino fundamental e médio, 1.051 alunos. Há, ainda, 6.769 estudantes matriculados em cursos de ensino técnico e cursos livres das Escolas de Música, Teatro e Dança e de Línguas Estrangeiras. A maior universidade pública da Amazônia possui 4.411 alunos matriculados no mestrado; e 2.271, no doutorado. São 120 cursos, distribuídos por 40 doutorados, 58 mestrados acadêmicos e 22 mestrados profissionais. Dos 85 programas da UFPA, 12 estão em campi do interior do Estado (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ, 2019).

Os dados apresentados acima fazem da UFPA a maior universidade no Norte do Brasil, portanto, desempenhando papel importante não somente no ensino, mas também na pesquisa e na extensão.

### 3.2.1 A Editora da UFPA

Para Tourinho (2019) a Editora da UFPA - EDUFPA representa papel fundamental no auxílio ao cumprimento da missão da Instituição, pautada em “Produzir, socializar e transformar o conhecimento na Amazônia para a formação de cidadãos capazes de promover a construção de uma sociedade inclusiva e sustentável”.

A EDUFPA possui como um de seus objetivos a difusão do conhecimento na Amazônia, e isso faz com que ela desenvolva papel importante na promoção da ciência, contribuindo para o sucesso da Universidade Federal do Pará

(UFPA), instituição à qual está vinculada. No catálogo de publicações desta editora podem ser percebidos os mais variados temas estudados por diversas autorias consideradas consagradas no mundo literário, científico, artístico e cultural. Constam no catálogo obras originais e/ou reeditadas de autores vinculados ou não à UFPA.

Segundo publicação da Assessoria de comunicação da Universidade Federal do Pará (2019), foi publicado que, na comemoração dos 50 anos da EDUFPA, nomes de grandes autores foram destacados pela editora, dentre os quais: José Saramago, Benedito Nunes, Ernesto Cruz, Inglês de Souza, Dalcídio Jurandir, Inocêncio Coelho, Domingos Antônio Domingos Raiol (o Barão de Guajará), Paulo Plínio Abreu, Roberto Santos, Vicente Salles, Max Martins, João de Jesus Paes Loureiro, Age de Carvalho, Carlos Reis e muitos outros.

Como em qualquer editora, na EDUFPA a política editorial define os critérios e as condições de publicação. Os originais devem ser submetidos ao crivo do Conselho Editorial regulamentado pela Resolução n. 001, de 18 de maio de 2010. Este Comitê conta com uma estrutura formada por nove artigos que tratam sobre a publicação de obras em diferentes formatos. Na mesma resolução consta que compete somente ao Conselho editorial da EDUFPA a suspensão e o encerramento da publicação de uma coleção ou série.

Conforme registra a política editorial da EDUFPA, a proposta de publicação de qualquer trabalho deve ser precedida pela avaliação quanto ao mérito, sendo levado em consideração as obras clássicas e as obras aprovadas por mérito em agência nacional e estadual de fomento à pesquisa.

A avaliação por mérito recebe o nome de *ad hoc*, sendo realizada por especialistas indicados pelo Conselho Editorial após a solicitação do Diretor da EDUFPA. É importante frisar que também consta na política editorial que essas publicações só poderão ser impressas se houver previsão orçamentária para esse fim.

A EDUFPA também conta com o seu manual de normas. O documento explica, entre outras coisas, os termos adotados na política editorial e os formatos de materiais aceitos para publicações. De acordo com esse

documento, aprovado pelo Conselho Editorial em reunião realizada no dia 29 de junho de 2010, com alteração em 27 de junho de 2012, destacam-se os termos:

- Coleção: conjunto com eixo comum (temático, autoral e de outra natureza), em que obras são definidas separadamente e publicadas simultaneamente ou sequencialmente;
- Série: conjunto com eixo comum em que as obras são definidas a saber da submissão de propostas à editora e publicada sequencialmente;
- Obras avulsas: obras não integrantes de qualquer coleção ou série da EDUFPA, que se enquadre na política editorial.

Cabe ressaltar que a EDUFPA só aceita obras originais, salvo exceção as de incorporação de prefácio posterior ou equivalente. A editora também adota a o procedimento para submissão de proposta de publicação, o qual deve ser protocolado na sede editorial, ou enviada por correspondência, neste caso, acompanhada dos documentos determinados pela política editorial da editora. Quando aceita a publicação, a produção da obra será de responsabilidade da EDUFPA.

Na linha de publicação da Editora da Universidade federal do Pará (2010) encontramos:

- Coleção: diálogo de Platão, textos clássicos do filósofo;
- Séries: Amazônia reeditada, obras raras;
- Acadêmica: Publicações de autoria de pesquisadores, de diversas áreas do conhecimento;
- Bioma Amazônico: obras dedicadas ao registro cultural e patrimonial da Amazônia;
- Comunicação cultural e sociedade: tem como objetivo difundir o conhecimento científico e culturais;
- Desenvolvimento sustentável: desenvolvimento regional, práticas de projetos voltados para região Amazônica;

- Didática: obras relacionadas ao conhecimento científico relacionando área do ensino médio em diversas áreas do conhecimento;
- Direitos humanos e cidadania: Público geral, especialmente aos dedicados a políticas de cidadania;
- Educação à distância: produção de material didático para auxiliar à educação remota;
- Espaço em enfoque: obras relacionadas a ambiente passado ou contemporâneo, paisagístico, arquitetônico e urbanístico;
- Expressões: artes visuais, música, teatro, cinema, dança dirigidas a grandes públicos;
- Memória da Amazônia: análise sobre o passado amazônico;
- Memória da UFPA: trabalho dedicado ao registro histórico e visual da instituição;
- Pensamento contemporâneo: texto reflexivo sobre a realidade contemporânea;
- Perfis: apresentações, entrevistas, antologia, etc.;
- Saúde: série dirigido aos profissionais da saúde;
- Viajante da Amazônia: trazer ao público o registro sobre expedições e viagens à Amazônia realizadas por pesquisadores.

Como podemos perceber, nos diferentes temas que fazem parte da linha editorial da EDUFPA, as publicações precisam dispor de potencial para uso no ensino, na pesquisa e na extensão.

Em 20 de novembro de 2020, a EDUFPA tornou possível que as publicações possam ser adquiridas pelo site da editora, com entregas para qualquer parte do Brasil realizada via Correios. Segundo Tourinho (2020) a venda online inaugurada por essa editora é uma conquista em tempos de uso crescente das tecnologias digitais pelo segmento editorial. A medida dará mais visibilidade às produções dos autores e à própria UFPA. Trata-se de um avanço significativo, que se soma a vários outros aperfeiçoamentos na gestão da ED

UFPA, como a venda com nota fiscal e a possibilidade de uso de cartão de crédito.

Vale ressaltar que a editora se utiliza da internet através da página editorial e das principais mídias sociais (*Instagram, Facebook e Twitter*) como forma de divulgação dos seus produtos e serviços, onde através desses meios é possível conhecer os lançamentos, promoções e os diferentes tipos de obras publicadas pela EDUFPA.

O site da EDUFPA conta com *layout* moderno, contendo informações sobre lançamentos e promoções. A página usa o recurso de segurança digital, proporcionando aos clientes maior tranquilidade para as compras feitas pela internet.

A EDUFPA possui uma livraria física, localizada no campus básico da universidade, na Rua Augusto Corrêa, 01, Guamá, funcionando de segunda à quinta-feira das 9h às 17h, e sexta com horário diferenciado, das 9h às 14h.

### **3.3 A UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA - UFRA**

Segundo informações contidas no site oficial da Universidade Federal Rural da Amazônia - UFRA (2016), esta universidade sucedeu a antiga Faculdade de Ciências Agrária do Pará - FCAP, criada em 1951 como Escola de Agronomia da Amazônia - EAA, e naquela época possuía somente o curso de Agronomia.

Em 1991, o Conselho Federal de Educação (CFE) aprovou a implantação do curso de Engenharia Florestal e em 1972 a EAA passou a denominar-se FCAP, estabelecimento de ensino superior com o mesmo regime jurídico das universidades federais.

No ano de 1973 o CFE autorizou a criação do curso de Medicina Veterinária na FCAP. No mesmo ano, foi autorizado pelo Ministério da Educação e Cultura - MEC a criação do curso de Engenharia de Pesca e, assim, ao longo dos tempos mais cursos de graduação foram surgindo.

O primeiro curso de pós-graduação foi implantado em 1976. Já no ano de 1984 foi iniciado o mestrado e, em 2001, o curso de doutorado em Ciências Agrárias:

A fase da Pós Graduação iniciou-se em 1976 quando foi implantado o primeiro curso regular de Pós Graduação "Lato Sensu", tendo formado em 17 cursos de especialização em Heveicultura, um total de 425 especialistas. Em 1984, iniciou-se o Mestrado em Agropecuária Tropical e Recursos Hídricos, área de concentração em Manejo de Solos Tropicais, recomendado pela CAPES, o qual foi reestruturado em 1994, criando-se o Programa de Pós- graduação em Agronomia com duas áreas de concentração – Solos e Nutrição Mineral de Plantas e Biologia Vegetal Tropical – e o Programa de Pós-graduação em Ciências Florestais, com área de concentração em Silvicultura e Manejo Florestal. Em março de 2001, numa parceria com a Embrapa Amazônia Oriental, iniciou o Curso de Doutorado em Ciências Agrárias com área de concentração em Sistemas Agroflorestais, recomendado pela CAPES em 2000. Em 2001, a CAPES aprovou a criação do curso de Mestrado em Botânica, em parceria com o Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG), cuja primeira turma foi selecionada em fevereiro de 2002. Ao longo desse período, a FCAP ampliou fortemente sua interação com outras instituições como o MPEG, a UFPA, o CNPq, com a UEPA e o CEFET-PA (UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA, 2021).

Devido ao importante papel científico e social desenvolvido pela FCAP, ela precisou mudar para dar continuidade no desenvolvimento de suas atividades cada vez mais complexas, de modo que a Lei n. 10.611, de 23 de dezembro de 2002, transformou a antiga faculdade na atual Universidade Federal Rural da Amazônia.

### 3.3.1 Editora da Universidade Federal Rural da Amazônia - EDUFRA

Quanto à história da EDUFRA esta é voltada à produção técnico-científica na área das Ciências Agrárias fundada em 1971, teve como seu primeiro trabalho o Boletim da Escola de Agronomia da Amazônia e a obra “Possibilidades agroclimáticas do município de Altamira Pará”.

Segundo informações extraídas do site da editora, ao longo dos seus 45 anos a EDUFRA vem publicando diversos livros, séries e cartilhas, visando proporcionar conhecimento a diferentes categorias da sociedade (EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA AMAZÔNIA, 2020).

A EDUFRA, assim como outras editoras universitárias da região Norte (EDUFPA, EDUEPA) também está associada à Associação Brasileira das Editoras Universitárias - ABEU e co-edita publicações em parceria com outras editoras de pesquisas.

A EDUFRA tem como missão atender as necessidades editoriais em impressos e eletrônicos da UFRA, o que está contemplado na sua política institucional de difusão científica e tecnologia e no Programa de Desenvolvimento Institucional - PDI (EDITORA DA UNIVERSIDADE RURAL DA AMAZÔNIA, 2020).

Em sua estrutura, a Comissão editorial é composta por quatro membros, enquanto o Conselho editorial dispõe de sete integrantes.

No site da EDUFRA também é possível encontrar o catálogo de publicações em que se destacam: livros; séries (de produtor anual); série floricultura paraense; leituras digitais e obras gerais. Também conseguimos identificar guias de acesso à informação, editais publicados e instruções de como comprar os livros e vários outros temas.

Levando em consideração os dados e as informações recolhidas nos sites das editoras universitárias, o site da EDUFRA é o que oferece mais conteúdos aos leitores, inclusive com a oferta de conteúdo gratuito.

## 4 METODOLOGIA

Este estudo monográfico caracteriza-se como uma pesquisa de abordagem qualitativa, caracterizada pela interpretação dos fenômenos e atribuição de significados aos fatos que não envolvem dados estatísticos. Por conseguinte, a pesquisa qualitativa tem seu foco na interpretação dos fenômenos por meio das características identificadas pelo pesquisador (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 70).

A razão para a escolha da EDUEPA, EDUFPA e EDUFRA para estudo se deve em função da vinculação a instituições de natureza pública que fazem parte da história do ensino superior em Belém, com as duas primeiras estando presentes em vários municípios do estado do Pará. Isto faz com que elas acumulem vasta experiência não somente na formação profissional, na pesquisa e na extensão, mas também na produção do conhecimento científico, artístico e literário derivado dessas atividades-fim.

Em relação aos procedimentos adotados para o alcance dos objetivos propostos, o estudo fundamentou-se na pesquisa bibliográfica e documental. Para Prodanov e Freitas (2013, p. 54) "Esses métodos de pesquisas conhecidas como bibliográfica e documental são aqueles que se valem das chamadas fontes de papel".

Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 54-55):

Pesquisa bibliográfica é aquela elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. Enquanto que a pesquisa documental é aquela que baseiam-se em materiais que não receberam ainda um tratamento analítico ou que podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.

A pesquisa documental foi conduzida diretamente nos sites das editoras EDUEPA, EDUFPA e EDUFRA, por meio da identificação dos conteúdos das abas que ajudassem a conhecer as editoras, seu funcionamento e organização

das vendas presenciais e/ou remotas. Nos sites dessas editoras foram consultadas guia por guia, procurando identificar os seguintes elementos: informações sobre a editora; catálogos; normas editoriais; endereço e contatos; modalidades de venda, formas de pagamento e entrega.

Como já dito a pesquisa tem como intuito tratar sobre as editoras universitárias da região norte, mais especificamente sobre a EDUEPA, EDUFPA E EDUFRA, todavia pela escassez de informações em bases de dados sobre o tema específico tratado, fez-se necessário a busca pelo descritor “Editoras universitárias” como forma de conhecer um pouco mais sobre a origem dessas editoras universitárias e sua importância no contexto social, discorrendo por meio do método bibliográfico.

A pesquisa bibliográfica fez-se num primeiro momento através das bases de dados Brapci, Scielo, utilizando-se dos descritores: Editoras Universitárias e Editoras Universitárias do Norte, dos quais foram recuperados 21 artigos na base de dados da Brapci e 5 artigos na base de dados da Scielo, dos quais os artigos selecionados para compor informações utilizadas no trabalho tinham como base o surgimento e a importância social que as editoras universitárias possui na sociedade e de que forma elas contribuem para disseminação do conhecimento.

Em um segundo momento foi realizada pesquisas no Google utilizando o descritor: Editoras universitárias que remeteu uma infinidade de termos relacionados a pesquisa, nos quais chamaram atenção para os termos “ABEU” e “CLB” que também foram citados no trabalho desenvolvido. Também analisou-se os sites das editoras pesquisadas visando entender como elas desenvolviam seus trabalhos em meio digital.

Captura de imagens dos sites das editoras universitárias foram necessários para auxiliar o leitor na visualização dos elementos colocados em discussão.

Na etapa da análise propriamente dita buscou-se identificar as características e as semelhanças das editoras estudadas quanto ao modo como utilizam a Internet na divulgação de sua produção editorial e na condução das

vendas. O resultado da estratégia de pesquisa adotada é apresentado no capítulo seguinte.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conhecendo um pouco mais sobre a história das editoras universitárias, elas se originaram no Brasil na década de 1960, após o surgimento dos primeiros cursos de pós-graduação, com a possibilidade de ampliação nas mais diversas áreas do conhecimento, aumentando, assim, cada vez mais a produção científica.

Apesar de a editoração<sup>2</sup> ter se firmado na década de 1960, nos anos de 1950 algumas universidades já possuíam gráficas ou imprensas universitárias. No entanto, ainda não se ouvia falar em conselho editorial e muito menos serviços de divulgação e de distribuição editorial para que essas instituições pudessem ser reconhecidas como serviços editoriais de fato.

Com o passar do tempo, algumas dessas IFES passaram a desempenhar um importante papel no planejamento da produção dos livros, o que envolve a seleção, a edição e a disseminação desses materiais. Contudo, com o advento da tecnologia e das formas de comunicação humana foram mudando, permitindo o aparecimento de novas editoras no mercado.

Fazendo uma análise mais profunda sobre o papel desempenhado pelas editoras universitárias, podemos dizer que elas estão pautadas no fato de serem o principal meio de disseminação das produções científica no contexto das IES, se diferenciando das editoras comerciais pelo fato de almejam o lucro por meio da venda de publicações.

---

<sup>2</sup> Editoração é o conjunto de teorias, técnicas e aptidão artística e industriais destinadas ao planejamento, feitura e distribuição do produto editorial final (DUMONT; AUN; CARVALHO; SAKAI, 1979).

Podemos dizer que o motivo de existência de uma editora universitária reside na função de dar vazão às produções científicas, artísticas e literárias de suas instituições mantenedoras. Neste sentido, para Bufrem e Freitas (2019, não paginado), tem-se que:

Uma editora universitária de fato e de direito é a que compartilha e integra a atividade fim de uma IES definida como a geração e transmissão de conhecimento em benefícios da coletividade que o conhecimento gerado intramuros necessita ser compartilhado, difundido, apropriados por diferentes públicos para que tenha valor.

Com base em Bufrem e Freitas (2019) entendemos que o site das editoras universitárias potencializam a missão de dar visibilidade, ou seja, servem como “vitrine” do que é produzido nas instituições de ensino superior.

### **5.1 O site da EDUEPA**

A EDUEPA tem um papel que a distingue das demais editoras universitárias, pois tem a seu cargo o Portal de Periódicos UEPA, recurso que gerenciam os periódicos científicos dos diferentes centros, núcleos e grupos de pesquisa dessa universidade (Figura 1). Em geral, nas instituições federais essa tarefa tem estados a cargos das pró-reitorias de pós-graduação. Assim, no entendimento institucional da UEPA, todas as publicações sejam elas monografias ou periódicas devem estar sob a responsabilidade da editora.

**Figura 1** - Portal de periódicos EDUEPA



Fonte: Editora da Universidade Estadual do Pará (2020).

Um recurso que chama a atenção no site da EDUEPA é *Podcast*, por meio do qual o público pode ter acesso a entrevistas e discussões sobre obras publicadas pela editora (Figura 2).

**Figura 2-** Podscat EDUEPA



Fonte: Editora da Universidade Estadual do Pará (2020).

Na guia “Sobre a EDUEPA” o leitor pode encontrar informações sobre a linha de publicação da editora, bem como a estrutura organizacional (Figura 3).

**Figura 3- "Sobre a editora" EDUEPA**



Fonte: Editora da Universidade Estadual do Pará (2020).

Na guia “Como comprar” há informações importantes aos leitores sobre como funciona o processo de compra na EDUEPA. O *site* informa o endereço físico da livraria e a forma de envio quando as publicações são adquiridas remotamente (Figura 4). O pagamento é feito por meio de depósito em conta corrente, e chama atenção o fato de a agência da editora não ser do Banco do Estado do Pará - Banpará, mas do Banco do Brasil - BB. Compras remotas têm os livros enviados pelos Correios após a comprovação do pagamento.

**Figura 4 - "Como comprar" EDUEPA**



Fonte: Editora da Universidade Estadual do Pará (2020).

Uma guia que interessa aos professores, pesquisadores, estudantes e pessoal técnico da UEPA está na guia “Como publicar”. Nela está informada a linha editorial adotada, as normas de contratação, as normas para submissão dos originais e as etapas da edição do livro. Uma das etapas inclui o preenchimento de um formulário com informações essenciais do autor e da obra a ser publicada pela EDUEPA (Figura 5).

**Figura 5 - Formulário EDUEPA**

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ

Exmo./ Ilmo. Sr.: **EDUEPA**  
(Cargo do Titular de Sigla)

**IDENTIFICAÇÃO**

Nome Completo: **NONONO NONONO NONONO**

Endereço: \_\_\_\_\_ Fone: **91 XXXX - XXXX**

Bairro: \_\_\_\_\_ Município: \_\_\_\_\_ CEP: \_\_\_\_\_

Cargo/Função: \_\_\_\_\_ Matrícula: \_\_\_\_\_ Orgão: \_\_\_\_\_ Unidade: \_\_\_\_\_

**SOLICITAÇÃO**

Visto requerer que lhe seja concedido:

SOLICITAÇÃO (previdência e indenização em caso de falecimento)

REVISÃO

INCORPORAÇÃO

CESSÃO

EXONERAÇÃO

OUTROS (especificar)

Invalidez Voluntária

Pensão (especificar o período)

Aposentadoria

Reserva

Outros (especificar)

AUXÍLIO FUNERAL

LICENÇA PRÊMIO

LICENÇA PARA TRATAR DE ASSUNTO PARTICULAR

LICENÇA PARA COMPANHAR CONJUGE

Cargo Efetivo

Cargo comissionado

**Publicação de Livro**

Justificar a Solicitação:  
**Publicação de Livro (Nome do Livro)**

Fonte: Editora da Universidade Estadual do Pará (2020).

A “Guia parceiros” mostra as relações mantidas pela EDUEPA com outras editoras (Figura 6)

**Figura 6 - Parceiros da EDUEPA****Parceiros**

Fonte: Editora da Universidade Estadual do Pará (2020).

No processo editorial, outra guia importante disponível no site da EDUPA oferece informações sobre os tipos de obras passíveis de atribuição de ISBN e aquelas que dispensam o uso desse dado.

O site também contém informações de contato e os endereços que adota nas principais mídias sociais (Figura 7).

**Figura 7 - A EDUEPA nas mídias Sociais**

Fonte: Editora da Universidade Estadual do Pará (2020).

## 5.2 O site da EDUFPA

A venda online representa um avanço importante para a EDUFPA, principalmente pelo alcance das publicações editadas a um público leitor/consumidor além da capital paraense. A conquista foi marcada pelo anúncio da novidade no site da editora (Figura 8).

### Figura 8 - Post de inauguração do site de vendas da EDUEPA Editora da UFPA inaugura site de vendas

Publicado: Quinta, 19 de Novembro de 2020, 16h33

Tweelar

Curtir 45 mil



Fonte: Universidade Federal do Pará (2020)

No site da EDUFPA direcionado à página de vendas é possível encontrar diferentes serviços que auxiliam os leitores na procura do produto editorial. Na guia “Início” é possível visualizar “combos” de obras, com preços mais atrativos aos leitores (Figura 9).

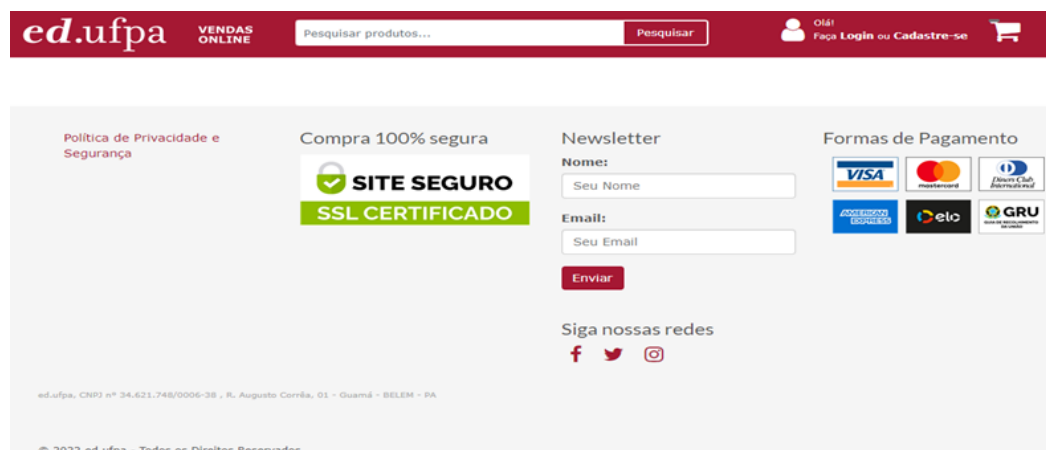
**Figura 9** - Post Home page do site de vendas da EDUEPA



Fonte: vendas *onlines* Editora da Universidade Federal do Pará (2022).

Informações sobre política de privacidade e de segurança na compra online e formas de pagamento são oferecidas aos leitores. Ademais, a EDUFPA também utiliza mídias sociais em sua estratégia de promoção dos produtos que edita (Figura 10).

**Figura 10** - Vendas da EDUFPA

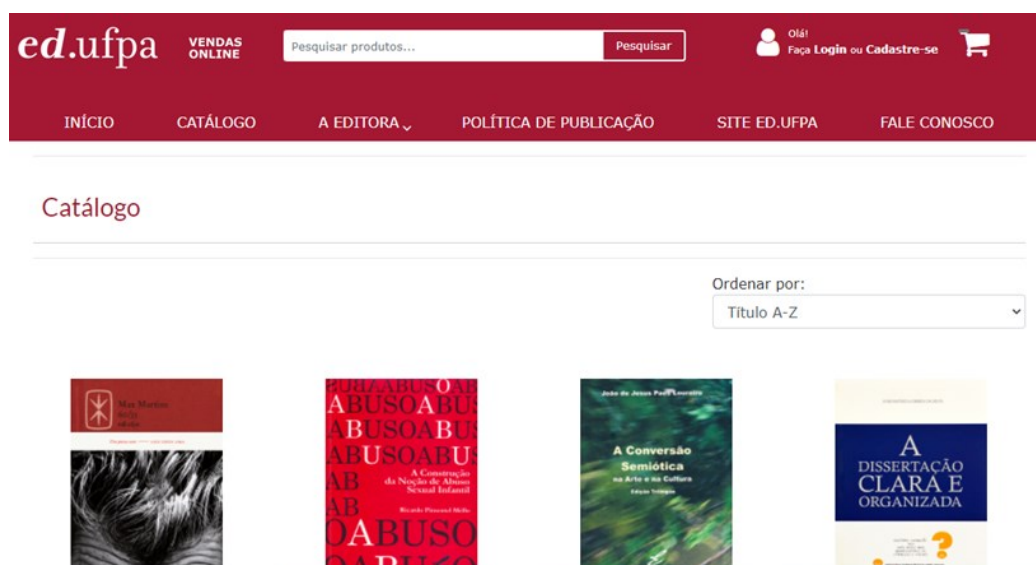


Fonte: vendas *on-line* Editora da Universidade Federal do Pará (2022).

Na guia “Catálogo” são disponibilizadas as diversas obras editadas, com opção de pesquisa alfabética (Figura 11). O catálogo online nada mais é do que a relação das publicações da editora de modo sistematizado. Com o uso da Internet, as editoras estão conseguindo reduzir custos com material promocional

impresso, permitindo que as informações sejam acessadas em diferentes plataformas.

**Figura 11** - Guia catálogo do site de vendas da EDUFPA



Fonte: vendas *on-line* Editora da Universidade Federal do Pará (2022).

O endereço físico da editora e da livraria também são informados aos leitores (Figura 12).

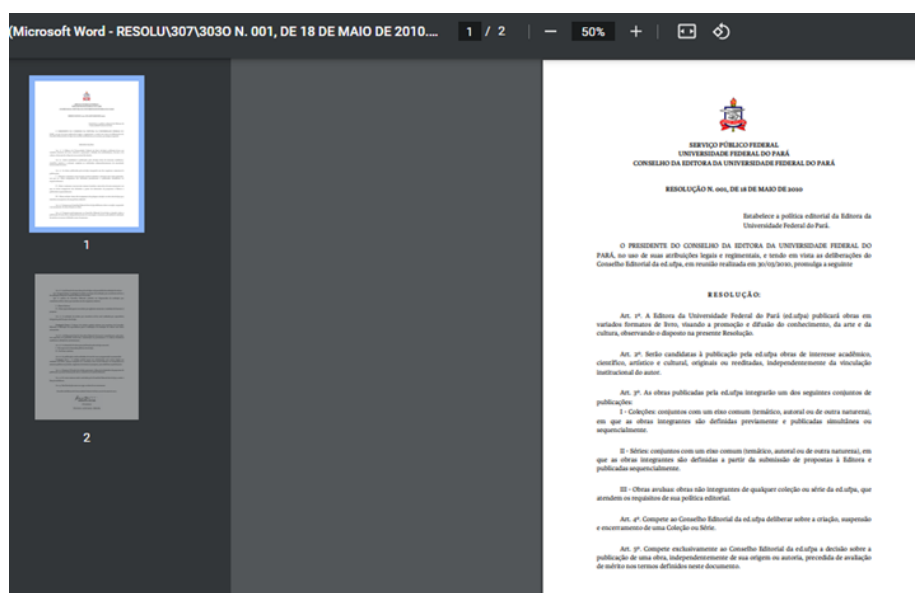
**Figura 12** - Endereço da EDUFPA



Fonte: vendas *on-line* Editora da Universidade Federal do Pará (2022).

Na guia “Política de publicação” tem-se acesso à política editorial da EDUFPA, contendo informações sobre as normas e as linhas de publicação. Este documento disponibilizado em formato *Portable Document Format - PFD* contém um total de treze artigos que orientam os autores interessados em publicar seus livros pela editora (Figura 13).

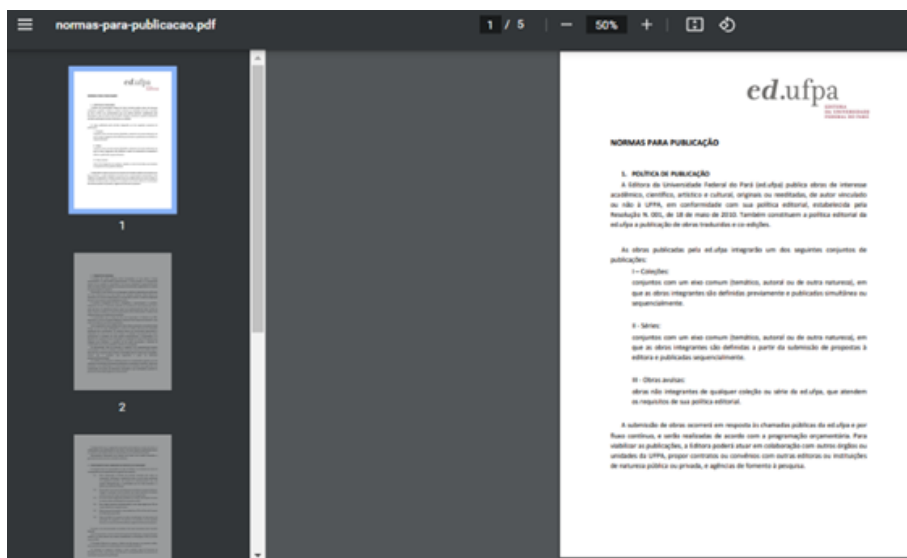
**Figura 13** - Política editorial da EDUFPA em formato pdf



Fonte: vendas *on-line* Editora da Universidade Federal do Pará (2022).

Na Guia “Norma editorial” tem-se os parâmetros a serem seguidos para a escolha das obras a serem publicadas pela EDUFPA (Figura 14).

**Figura 14 - Normas editoriais da EDUFPA**



Fonte: vendas *on-line* Editora da Universidade Federal do Pará (2022).

Na guia “Fale conosco” o leitor encontra os canais de contato da EDUFPA, como e-mails, números de telefones e campo para o envio de mensagem (Figura 15).

**Figura 15 - Guia "Fale conosco" da EDUFPA**



Fonte: vendas *on-line* Editora da Universidade Federal do Pará (2022).

Como no site da EDUEPA, no site da EDUFPA é possível conhecer as instituições parceiras, dentre as quais: Editora da Universidade do Ceará; Editora da Universidade Federal Fluminense; Editora da Universidade Brasília; Editora da Universidade Estadual Rio de Janeiro; Editora da Universidade Federal São Carlos; Editora da Universidade Federal do Paraná; Editora Paka-tatu; Livraria Leitura Belém e Livraria FOX.

### 5.3 O site da EDUFRA

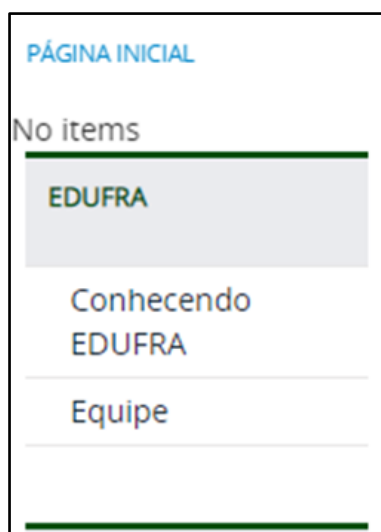
O site da EDUFRA (Figura 15) é visualmente simples como os das demais editoras universitárias contempladas neste estudo. Isto representa uma diferença marcante em relação aos sites das editoras comerciais, que, pautadas no lucro, investem mais na visualidade como estratégia de atração dos leitores/consumidores. Cabe destacar que as editoras das universidades federais também estão sujeitas às normas do Governo Federal quanto à estruturação dos sites na Internet.

**Figura 16 - Site da EDUFRA**



Na guia EDUFRA tem-se a história da editora e trajetória ao longo dos tempos, apresentado informações sobre o corpo técnico assim organizado: Comissão editorial; Conselho editorial; Gerente e Equipe técnica (Figura 17).

**Figura 17-** Guia Inicial: EDUFRA



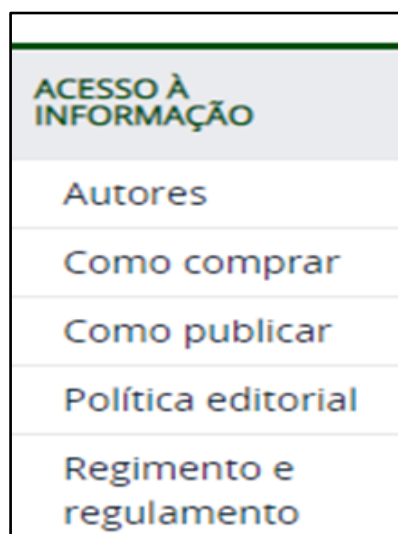
Fonte: Editora da Universidade Rural da Amazônia, (2022).

A guia “Catálogo” contém as publicações da editora em ordem alfabética para facilitar o acesso dos usuários na busca da obra desejada (Figura 18). Um diferencial no site da EDUFRA é o acesso gratuito a livros em formato digital, o que pode ser feito por meio da opção “Leitura digital”, propiciando, deste modo, acesso gratuito ao conhecimento produzido na UFRA.

**Figura 18 - Guia Catálogo EDUFRA**

Fonte: Editora da Universidade Rural da Amazônia, (2022).

Na guia “Acesso à informação” constam orientações importantes sobre compra, publicação e política editorial, normas e a relação dos autores que publicaram trabalhos pela EDUFRA (Figura 19). Ao clicar no nome do autor, o leitor/consumidor tem acesso à imagem da publicação, à sinopse e ao botão de compra que, na opção online, se dá por meio do pagamento via guia de recolhimento e, posteriormente, remessa postal.

**Figura 19 - Guia Acesso à Informação**

Fonte: Editora da Universidade Rural da Amazônia, (2022).

As compras na editora podem ser feitas na própria EDUFRA, localizada no Campus Belém, Av. Perimetral, 2501, bairro da Terra Firme. Neste caso, o pagamento também deve ser realizado por meio da guia de recolhimento. Como foi possível verificar, na EDUFPA e na EDUEPA têm-se formas de pagamento mais simplificadas aos leitores/consumidores.

Assim, ao analisar os sites das editoras EDUEPA, EDUFPA e EDUFRA nota-se formas muito particulares de comunicação com os leitores/consumidores, de modo que cada uma delas assume identidade própria em termos estéticos, de conteúdo e nas formas de pagamento. Por outro lado, elas compartilham do esforço de fazer com que aquilo que publicam seja adquirido por leitores/consumidores de várias partes do Brasil, e mesmo de outros países.

No *site* da EDUEPA foi possível perceber conteúdos informativos bem dinâmicos, as guias se apresentam autodidata e uso bastante expressivos do marketing visual, uma página bem interessante de se navegar, com apresentação de lançamentos, promoções, catálogos, eventos, com destaque para a disponibilização do serviço de *podcast*, pontos que deixam a desejar no site é a falta de informação sobre a história da editora, e o fato desta não possuir site de venda específico editorial.

Quanto a EDUFPA, está possui site próprio de vendas, onde é disponibilizado o catálogo *online* da editora proporcionando a seus leitores o conhecimento de obras publicadas e disponível para venda no formato *online*, além de informações sobre a história da editora, resoluções e normas da editora estabelecidas ao longo dos anos.

No que diz respeito a EDUFRA, apresenta um site visualmente simples, no entanto rico em informações, no que consiste sobre a história da Instituição Federal de ensino e sua editora.

Com todo esse aparato informacional e tecnológicos se torna possível as Editoras Universitárias cumprirem com seu papel de disseminadoras do conhecimento científico produzidos dentro de suas Instituições Federais de Ensino.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o importante papel que as editoras universitárias desempenham na disseminação da informação científica e cultural para a sociedade na qual está inserida, foi possível por meio desta pesquisa conhecer como três casos específicos utilizam a Internet no negócio do livro. Em especial, buscamos conhecer de que forma três editoras universitárias sediadas em Belém, Pará, divulgavam sua produção ao público.

Este estudo não intensivo destacou o surgimento das universidades UEPA, UFPA e UFRA, e, posteriormente, o surgimento de suas respectivas editoras, com enfoque nos sites que essas editoras utilizam para disseminar/comercializar a sua produção editorial.

O estudo permitiu verificar que as publicações editadas pela EDUEPA, EDUFPA e EDUFRA resultam dos trabalhos realizados por docentes, técnicos e/ou discentes nas atividades de ensino, de pesquisa e da extensão.

Quanto à EDUEPA Como no site da EDUFPA, explora bastante o marketing visual. Não faltam informações sobre lançamentos, promoções e eventos, com destaque para *podcast* (EDUEPA). Por outro lado, deixa a desejar em relação a informações sobre a história da editora. Outro aspecto negativo é que os pagamentos podem ser efetuados pelos leitores/clientes apenas por meio de depósito bancário, não oferecendo a opção de pagamento por cartão nas funções de crédito ou de débito.

Quanto à EDUFPA, um dos pontos fortes evidenciados está no *site* que agora permite a venda online, o que faz com que os conhecimentos produzidos na UFPA possam ser acessados na forma das publicações atualmente comercializadas não somente na livraria física existente no campus-sede, em Belém, mas também pela Internet. Essa editora oferece ao leitor/consumidor formas facilitadas de pagamento, o que a aproxima das editoras comerciais.

Quanto à EDUFRA, está se destaca por ser a mais completa entre as editoras universitárias estudadas no que diz respeito ao conteúdo informacional disponível no próprio site, compreendendo entre outras coisas, a história da

editora, as obras publicadas, obras em ofertas e os lançamentos. Ainda, um dos pontos fracos reside na burocracia da compra, que funciona por meio de guia de recolhimento à União.

As três editoras universitárias estudadas em Belém possuem suas peculiaridades e seu distanciamento das editoras comerciais no negócio do livro se deve à própria natureza delas como parte de instituições públicas dedicadas ao ensino superior.

Em suma, foi visto que a EDUEPA, a EDUFPA e a EDUFRA marcam presença na Internet, o que permite que divulguem melhor a produção das universidades a que servem, inclusive com alternativas de pagamento para compras remotas. Esse dado mostra como essas editoras compreenderam que não podem funcionar no negócio do livro sem usufruir das vantagens que a Rede das redes oferece. Como qualquer outra editora, elas contam com pontos positivos e com pontos negativos, e, assim, continuam cumprindo o seu papel como canal de comunicação entre o conhecimento científico, literário e artístico produzido nas universidades e na sociedade.

## REFERÊNCIAS

- ARGOLLO, Rita Virgínia; ROSA, Flávia Goulart;. **Editoras universitárias: Estratégias de gestão**. ABEU, 2019. 233p. Bibliografia: p. 19. ISBN 978-85-60442-03-4. Disponível em: <https://editora.ufsc.br/2019/11/29/editoras-universitarias-estrategias-de-gestao/>. Acesso em: 30 abr. 2022.
- BUFREM, Leilah Santiago. Editoras universitárias no Brasil: uma crítica para reformulação na prática. **Revista da escola de Biblioteconomia da UFMG**, v. 21, n. 1, p. 19-39, 1992. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/71719>. Acesso em: 9 abr. 2022.
- BUFREM, Leilah Santiago. Editoras universitárias no Brasil: uma crítica para reformulação na prática. **Revista perspectiva ciência da informação**, Belo Horizonte, v. 21, n. 4, p. 225-226, 2016. Disponível em: [http://old.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-99362016000400225&script=sci\\_arttext](http://old.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-99362016000400225&script=sci_arttext). Acesso em: 18 abr. 2022.
- BUFREM, Leilah Santiago; FREITAS, Juliana Lazzaroto de. Editoras universitárias e informação científica (2019). **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, 2019. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/>. Acesso em: 23 abr. 2022.
- CARVALHO FILHO, José dos Santos. **Manual de Direito Administrativo**. 26. Ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- DIAS, Donaldo de Souza; SILVA, Monica Ferreira da. **Como escrever uma monografia**. São Paulo: Atlas, 2010. 152 p., Bibliografia: p. 46. ISBN 978-85-224-0544-2.
- DUMONT, Lígia Maria Moreira; AUN, Marta Pinheiro; CARVALHO, Maria da Conceição Rodrigues de; SAKAI, Satie. A editoração no Brasil: aspectos gerais. **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, v. 8, n. 2, 1979. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/75873>. Acesso em: 29 mar. 2022.
- GUEDES, Maria do Carmo; PEREIRA, Maria Eliza Mazzilli. Editoras universitárias uma contribuição à indústria à artesanian cultural?. **São Paulo em perspectiva**. São Paulo, 2000, p. 78-84, 30 maio 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/spp/a/B9ms6rMh5fRZCTwCvHfxBnL/?lang=pt#>. Acesso em: 09 abr. 2022.
- KAWASAKI, Clarice Sumi. Universidades públicas e sociedade: uma parceria necessária. **Revista da Faculdade de Educação**, São Paulo, v. 23, n. 1-2, p. 239-257, jan. 1997. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0102-25551997000100013>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rfe/a/Tk8Bvz43bSdLwH6LHwyZGnN/?lang=pt>. Acesso em: 17 abr. 2022.

LIMA, Gercina Ângela Borém de Oliveira; PINTO, Liliam Pacheco; LAIA Marconi Martins de. Tecnologia da informação: impactos na sociedade. **Informação e Ciência**. v. 7, n. 2, p. 75-94, 2002. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/33938>. Acesso em: 22 de abr. 2022.

MARQUES NETO, José Cartilho Marques. A editora universitária e os livros do século XXI e seus leitores. **Espaço aberto**, p. 167-172, 2000. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/icse/a/QTFVfRtwdNBKMG4XzdVnKSj/?lang=pt>. Acesso em: 21 abr. 2022.

NUNES, Teresa. Ensino, pesquisa e extensão: do que estamos falando?. **Pós graduando**, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://posgraduando.com/ensino-pesquisa-extensao/#:~:text=O%20ensino%20%C3%A9%20o%20processo,problemas%20emergentes%20da%20pr%C3%A1tica%20social>. Acesso em: 30 abr. 2022.

OLIVEIRA JÚNIOR, Osvaldo. Research Landscape *in* Brazil: Challenges and Opportunities. **Journal of Physical Chemistry C**, 120, p. 5273–5276, mar. 2016. Disponível em: <https://search.acs.org/content/search/acs/en/search.html?q=Journal+of+Physical+Chemistry+C%2C+120%2C+p.+5273%E2%88%925276%2C+mar.+2016>. Acesso em: 18 de abr. 2022.

PARÁ. **Lei nº 6828, de 7 de fevereiro de 2006**. Dispõe sobre a reestruturação organizacional da Universidade Estadual do Pará- UEPA e dá outras providências. Pará: Assembleia Legislativa, [2006]. Disponível em: <https://leisestaduais.com.br/pa/lei-ordinaria-n-6828-2006-para-dispoe-sobre-a-reestruturacao-organizacional-da-universidade-do-estado-do-para-uepa-e-da-outras-providencias>. Acesso em: 3 maio 2022.

Prêmio Jabuti. Câmara Brasileira do Livro. **CBL**, 2022. Disponível em: <https://www.premiojabuti.com.br/historia/>. Acesso em: 06 jun. 2022.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: Métodos e técnicas do trabalho acadêmico. 2. ed. Rio Grande do Sul: UNIVERSIDADE FEEVALE, 277p., 2013.

ROCHA, Maria Amália. **A contribuição à educação para além da publicação de textos**: perspectiva histórica do trabalho da editora da Universidade Federal de Uberlândia. 2014. 197 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/17468/1/ContribuicaoEducacaoAIem.pdf>. Acesso em: 18 abr. de 2022.

SILVEIRA, Lúcia. **Portais de periódicos das universidades federais brasileiras**. 2016. 222f. Dissertação (Mestrado profissional em Gestão de Unidades de Informação) – Programa de Pós-graduação em Gestão da Informação, Centro de Ciências Humanas e da Educação, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/178706>. Acesso em: 18 de abr. de 2022.

SILVA, Patrício Inácio da; CARVALHO, Ediane Toscano Galdino. Depósito legal no sistema de bibliotecas da ufpb. **Biblionline**, v. 13, n. 3, p. 79-92, 2017. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/16712>. Acesso em: 21 de abr. 2022.

TOURINHO, Emmanuel. **Universidade Federal do Pará celebra seus 50 anos de Editora**. UFPA, 2019. Disponível em: <https://www.portal.ufpa.br/index.php/ultimas-noticias2/9973-ufpa-celebra-os-50-anos-de-sua-editora>. Acesso em: 1 maio 2022.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ. Ato de criação da Universidade Estadual do Pará. **UEPA**, 2020. Disponível em: <https://www.uepa.br/pt-br/pagina/atos-de-cria%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 3 maio 2022.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ. Sobre a EDUEPA. **Páginas UEPA**, 2020. Disponível em: <https://paginas.uepa.br/eduepa/index.php/sobre-a-eduepa/>. Acesso em: 3 maio 2022.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARÁ. **EDUEPA**. Participa da I feira virtual das editoras universitárias, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://paginas.uepa.br/eduepa/index.php/2020/07/02/eduepa-participa-da-i-feira-virtual-das-editoras-universitarias/>. Acesso em: 11 abr.2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. Conselho Editorial da Universidade Federal do Pará. **Normas para publicação**: em conformidade com a política editorial da Universidade Federal do Pará publicada pela Resolução 001/2010, de 18 de maio de 2010. Disponível em: <https://editora.ufpa.br/como-publicar/normas-para-publicacao.pdf>. Acesso em: 10 abr.2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. Conselho Editorial. **Resolução 001/2010, de 18 de maio de 2010**. Estabelece a política editorial da Universidade Federal do Pará Disponível em: <https://editora.ufpa.br/como-publicar/resolucao-n-001-de-18-de-maio-de-2010.pdf>. Acesso em: 10 abr.2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. Conselho Universitário. **Resolução 10/1969, de 7 de abril de 1969**. Cria a Editora da Universidade Federal do Pará. Disponível em: [https://sege.ufpa.br/boletim\\_interno/downloads/resolucoes/consun/1969/10%20Cria%20a%20Editora%20da%20UFPA.pdf](https://sege.ufpa.br/boletim_interno/downloads/resolucoes/consun/1969/10%20Cria%20a%20Editora%20da%20UFPA.pdf). Acesso em: 09 de abr.2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. Editora da UFPA inaugura site de vendas. **Portal UFPA**, 2020. Disponível em: <https://portal.ufpa.br/>. Acesso em: 1 maio 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. Editoras da UFPA marca presença na 24ª feira Pan-Amazônica do livro e multimarcas. **Portal UFPA**, 2021. Disponível em: <https://portal.ufpa.br/index.php/ultimas-noticias2/13217-editora-da-ufpa-marca-presenca-na-24-feira-pan-amazonica-do-livro-e-das-multivozes>. Acesso em: 2 maio 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. Vendas online. **EDUFPA**, 2022. Disponível em: <https://vendasonline.editora.ufpa.br/>. Acesso em: 1 maio 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA. **EDUFRA**. editora da Universidade Rural da Amazônia, Pará. Disponível em: <https://portaleditora.ufra.edu.br/index.php?lang=pt>. Acesso em: 15 abr. 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZONIA. Editora da UFRA, 2020. **Portal UFRA**. Disponível em: <https://portaleditora.ufra.edu.br/index.php?lang=pt>. Acesso em: 8 maio 2022.