26º ENANCIB
Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação
A Amazônia na sociedade global em rede: assimetrias e potencialidades informacionais, tecnológicas e ambientais
Belém, Pará, 09 a 13 de novembro de 2026
Universidade Federal do Pará

XXVI ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - XXVI ENANCIB

ISSN 2177-3688

GT 4 – Gestão da Informação e do Conhecimento

EDITORA UFPB: CONTRIBUIÇÕES EDITORIAIS ENTRE 2013 E 2020

UFPB UNIVERSITY PRESS: *EDITORIAL CONTRIBUTIONS (2013 - 2020)*

Geisa Fabiane Ferreira Cavalcante – Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
Anna Raquel de Lemos Viana – Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
Heudja Santana Varela Ribeiro de Araújo – Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
Caroline da Silva Marinho – Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
Izabel França de Lima – Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: Este trabalho tem como objetivo analisar as contribuições da Editora UFPB no âmbito da comunicação científica institucional entre os anos de 2013 e 2020. Trata-se de pesquisa descritiva, de natureza aplicada, desenvolvida por meio de pesquisa-ação e observação participante, com coleta de dados orientada por roteiro baseado no Gerenciamento da Rotina do Trabalho do Dia a Dia. Os resultados evidenciam a adoção de práticas de gestão como a criação de nova identidade visual, a definição de novas políticas editoriais, a digitalização das publicações e dos processos de submissão, a ampliação de parcerias e convênios institucionais, e o reforço de canais de distribuição e divulgação, como o Ponto de Vendas e a Livraria Móvel. No período analisado, foram alcançadas 908 publicações e investidos recursos expressivos em publicização científica. Os resultados indicam que as transformações de gestão implementadas ampliaram o alcance e a visibilidade da produção editorial da Editora UFPB, consolidando seu papel como unidade de informação no contexto da UFPB.

Palavras-chave: Unidades de informação; editoras universitárias; comunicação científica; gestão editorial; Editora UFPB.

Abstract: This study analyzes the contributions of the UFPB University Press to institutional scholarly communication between 2013 and 2020. Adopting a descriptive and applied research design, the study was conducted through action research and participant observation, with data collection guided by a protocol grounded in the Daily Work Routine Management framework. The results demonstrate the implementation of several managerial initiatives, including the development of a new visual identity, the establishment of updated editorial policies, the digitalization of publications and submission workflows, the expansion of institutional partnerships and cooperation agreements, and the strengthening of dissemination and distribution channels, such as the Bookstore Outlet and the Mobile

Bookstore. During the period examined, the Press published 908 titles and invested substantial resources in the dissemination of scientific knowledge. The findings indicate that these managerial transformations expanded the reach and visibility of the Press's editorial production, reinforcing its role as an information unit within UFPB.

Keywords: Information units; university presses; scholarly communication; editorial management; UFPB university press.

1 INTRODUÇÃO

As editoras universitárias brasileiras emergem na década de 1960, algumas instituídas concomitantemente à criação das respectivas universidades, outras resultantes da evolução das imprensas universitárias preexistentes (Bufrem, 2015). Entre as pioneiras, destacam-se a Editora da Universidade de Brasília (1961), a Editora da Universidade de São Paulo (1962) (Bufrem, 2015) e a Editora da Universidade Federal da Paraíba (1962). O traço que as distingue das demais casas editoriais reside na vinculação institucional às Instituições de Ensino Superior (IES) a que pertencem (Bufrem; Garcia, 2014), vinculação da qual decorre seu objetivo precípuo: divulgar a produção intelectual gerada por docentes e discentes e abrir espaço a autores sem acesso a parcerias no mercado editorial tradicional (Oliveira *et al*., 2013).

As editoras universitárias constituem unidades de informação ao agregar estoques e comunicar estrategicamente a informação para produzir conhecimento (Barreto, 2000). Nessa perspectiva, publicar é necessário, mas insuficiente: sua contribuição à comunicação científica depende de fazer o livro chegar ao leitor (Marques Neto, 2000) e de exercer os papéis político, didático, pedagógico e cultural da edição universitária (Bufrem, 1993).

O exercício desses papéis, contudo, esbarra em restrições recorrentes. Martins (2016) identifica, entre as editoras universitárias paranaenses, distribuição inadequada, ausência de autonomia gerencial e financeira, equipes reduzidas e pouco qualificadas e limitações orçamentárias e de infraestrutura; Oliveira (2016) acrescenta, no contexto latino-americano, o modelo de gestão inadequado, a política editorial ineficiente e a endogenia. Trata-se, em sua maioria, de restrições de ordem gerencial, o que desloca a questão da comunicação científica institucional para o terreno da gestão: são as práticas adotadas por cada editora que definem, em larga medida, o alcance efetivo de sua produção. A literatura brasileira sobre o tema, entretanto, tem se constituído sobretudo por mapeamentos de caráter panorâmico: Bufrem e Freitas (2017) analisam as políticas editoriais de 104 editoras universitárias e concluem que os modos ideais de funcionamento dessas unidades permanecem distantes do que efetivamente se realiza; Shintaku *et al.* (2023), ao examinarem

191 editoras universitárias brasileiras, caracterizam o cenário tecnológico do conjunto do setor. São menos frequentes, nesse quadro, os estudos que acompanham longitudinalmente como um conjunto articulado de práticas de gestão respondem a tais restrições em uma editora específica. No caso da Editora UFPB, a produção existente é de natureza memorialística e cobre sobretudo os "anos dourados" do parque gráfico e o período de descaso que se seguiu (Oliveira; Lima, 2014), não alcançando o ciclo de reposicionamento iniciado em 2013, quando a instituição "reposiciona sua imagem de marca e retoma com novo fôlego o seu papel no cenário acadêmico" (Editora UFPB, 2014, p. 3).

Diante dessa lacuna, formula-se a questão que orienta o estudo: que contribuições a Editora UFPB produziu para a comunicação científica institucional a partir das práticas de gestão adotadas entre 2013 e 2020? Em resposta, este artigo tem por objetivo analisar as contribuições da Editora da Universidade Federal da Paraíba no âmbito da comunicação científica institucional no período compreendido entre 2013 e 2020. Para tanto, realizou-se pesquisa descritiva quanto aos objetivos (Gil, 2010) e aplicada quanto aos fins (Vergara, 2010), desenvolvida por meio de pesquisa-ação (Thiollent, 2011), com dados coletados por observação participante (Roesch, 2009) orientada por roteiro elaborado a partir do Gerenciamento da Rotina do Trabalho do Dia a Dia (Campos, 2004).

Os resultados evidenciam práticas articuladas de gestão, reformulação da identidade visual, redefinição da política editorial, inserção digital, acesso aberto, adoção do *Open Monograph Press* (OMP), ampliação de parcerias e criação de canais de distribuição, resultando em 908 títulos publicados, 688 originais avaliados e R$ 1.634.378,59 executados em publicização científica. Tais ações constituem respostas, ainda que parciais, às restrições apontadas por Martins (2016) e Oliveira (2016), articulando os papéis da edição universitária (Bufrem, 1993) à comunicação estratégica da informação (Barreto, 2000).

O estudo apresenta, assim, um caso longitudinal que relaciona práticas gerenciais e resultados de comunicação científica. O artigo está organizado em cinco seções: após esta introdução, discute-se a edição universitária e caracteriza-se a Editora UFPB; em seguida, descrevem-se os procedimentos metodológicos; apresentam-se e discutem-se os resultados; e, por fim, expõem-se as considerações finais.

2 EDIÇÃO UNIVERSITÁRIA

O principal fator que distingue as editoras universitárias de suas antecessoras, as imprensas universitárias, reside no trabalho de edição do texto. Embora as imprensas universitárias fossem responsáveis tanto pela produção do material de expediente necessário ao funcionamento administrativo da universidade, aspecto que, mesmo após a transição para o modelo editorial, perdurou por anos, quanto pela impressão de textos científicos, a elas não competia o aprimoramento textual que viria a caracterizar as editoras universitárias propriamente ditas. Esse deslocamento da impressão para a edição confere às editoras universitárias posição fundamental na realização da atividade-fim das universidades. Conforme afirma Marques Neto (2000, p. 167), "cada vez mais a universidade brasileira se dá conta de que a atividade editorial acadêmica é, inicialmente, parte constitutiva da maturidade intelectual da instituição". Tais editoras configuram-se, portanto, simultaneamente como projeto político na medida em que estabelecem prioridades voltadas ao alcance dos propósitos institucionais e como projetos culturais, ao se orientarem para as especificidades regionais, a exemplo da Coleção Nordestina, mantida pelas editoras universitárias do Nordeste (Bufrem, 2015).

Bufrem (1993) sistematiza os papéis desempenhados pelas editoras universitárias: integrar o projeto político da universidade, disseminando o conhecimento; fomentar a qualidade do ensino, o fluxo de informações científicas e a função didática; estimular o debate crítico, novos autores e temas; aprimorar autores, processos e produtos editoriais, em função pedagógica; e atuar como projeto cultural, contribuindo para que a instituição se afirme como vanguarda e liderança intelectual. Oliveira *et al.* (2013, p. 6) acrescentam o papel social dessas editoras, que, ao reduzirem o custo dos livros, em boa parte obras técnico-científicas, de elevado preço no mercado editorial, e ampliam o acesso da sociedade, e de docentes e discentes em particular, ao conhecimento científico. O cumprimento desses papéis, contudo, não se esgota no ato de publicar: é preciso assegurar a presença das editoras nos circuitos de disseminação do livro brasileiro, para que a obra chegue ao leitor (Marques Neto, 2000).

Martins (2016), ao estudar as editoras universitárias do Paraná, identifica um conjunto de problemas recorrentes: distribuição inadequada, falta de autonomia gerencial, comercial e econômica, reduzido número de servidores e carência de qualificação profissional, restrições orçamentárias, elevado custo operacional e deficiências de infraestrutura. Tais problemas estendem-se a outras editoras universitárias da América Latina, às quais se somam, segundo Oliveira (2016), um modelo de gestão inadequado, uma política editorial ineficiente e a endogenia.

2.1 A EDITORA UFPB

Com 64 anos de atuação, a Editora UFPB ultrapassa a marca de mil títulos publicados, consolidando seu espaço entre as demais editoras universitárias do país (Oliveira; Lima, 2014). Trata-se de órgão suplementar de natureza técnica, diretamente vinculado à Reitoria da UFPB, regulamentado pela Resolução nº 388/1979 do Conselho Universitário da UFPB (CONSUNI/UFPB) (Universidade Federal da Paraíba, 1979).

A memória institucional da Editora UFPB foi retratada e recuperada por Oliveira e Lima (2014) no artigo intitulado "A memória da Editora Universitária da UFPB: história de vida dos servidores na construção da memória da instituição", a partir das lembranças individuais de servidores e ex-servidores, em uma representação da realidade vivida por aqueles que construíram a história da instituição (Oliveira; Lima, 2014).

Existem controvérsias quanto ao período exato de fundação da Editora UFPB, conforme destacam Oliveira e Lima (2014, p. 50-51): "alguns registros tendem ao embaralhamento entre as datas de sua fundação histórica, contribuindo para embaçar o passado profícuo da produção científica no âmbito da Editora UFPB", o que dificulta o resgate histórico das memórias institucionais. Oliveira e Lima (2014) consideram como ano de fundação 1962, ano de publicação da primeira obra resultante de pesquisas, intitulada “Augusto dos Anjos e sua época”, de autoria do médico e escritor paraibano Humberto Carneiro da Nóbrega (Oliveira; Lima, 2014, p. 50-51).

Com base nos registros de Oliveira e Lima (2014), destacam-se dois grandes períodos na história da Editora UFPB. O primeiro, dos "anos dourados", é marcado pela criação e expansão do parque gráfico, período em que a Editora chegou a ser considerada a "principal casa publicadora do Estado da Paraíba" (Ferreira; Fernandes, 2006, p. 126), pelo trabalho conjunto e pela educação continuada dos servidores. O segundo é de descaso e abandono: os depoimentos registram "certo ar de tristeza quando narram o descaso a que foi submetida a Editora da UFPB" (Oliveira; Lima, 2014, p. 5067), com a ocupação de seus espaços físicos pelo Pólo Multimídia, a depreciação do maquinário, a perda de servidores, a ausência de incentivos salariais e a desativação da Livraria Casa do Livro. A partir de 2013, a Editora iniciou novo ciclo

institucional, marcado pelo reposicionamento da marca e pela retomada de seu papel no cenário acadêmico (Editora UFPB, 2014).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No que tange aos objetivos, a presente pesquisa é caracterizada como descritiva por ter como objetivo a descrição das características de determinado fato ou então, o estabelecimento de relações entre variáveis (Gil, 2010). Considerando Vergara (2010), quanto aos fins, a presente pesquisa é classificada como aplicada, tendo em vista sua finalidade prática, sendo motivada pela necessidade de resolver problemas concretos, imediatos ou não.

Quanto aos meios de investigação, trata-se de pesquisa-ação, definida por Thiollent (2011, p. 20) como pesquisa social de base empírica "concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo", na qual pesquisadores e participantes se envolvem de modo cooperativo — delineamento adequado à intervenção participativa na realidade social (Vergara, 2010).

A coleta de dados ocorreu por meio de observação participante, em que o pesquisador observa, participa, conversa e interpreta os acontecimentos (Roesch, 2009), guiada por roteiro elaborado com base no Gerenciamento da Rotina do Trabalho do Dia a Dia (Campos, 2004).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O artigo 2º da Resolução nº 388/1979 do Conselho Universitário da UFPB (CONSUNI/UFPB) atribui à Editora UFPB incentivar a produção e a divulgação de trabalhos científicos, didáticos, técnicos, literários e artísticos; editar publicações periódicas, textos didáticos e originais aprovados por seu Conselho Editorial; desenvolver atividades de apoio ao ensino, à pesquisa e à extensão; promover intercâmbio bibliográfico com outras universidades, bibliotecas e entidades congêneres; confeccionar o material impresso necessário às atividades administrativas da Universidade; e normalizar, conforme as disposições da ABNT, os periódicos, livros e demais impressos por ela editados (Universidade Federal da Paraíba, 1979, p. 1-2). Publicizar a produção científica, artística e literária da UFPB constitui, portanto, o objetivo principal da Editora.

Para o alcance desse objetivo, foram adotadas novas práticas de gestão, aqui analisadas em diálogo com as restrições que a literatura identifica como estruturais nas editoras universitárias (Martins, 2016; Oliveira, 2016) e com os papéis a elas atribuídos

(Barreto, 2000; Bufrem, 1993; Marques Neto, 2000). Dentre elas, destacaram-se a criação de nova marca e identidade visual; a definição de nova política editorial em articulação com o Conselho Editorial; a inserção da Editora nos meios digitais; a inauguração do Ponto de Vendas e da Livraria Móvel; a revisão dos projetos gráficos e a aquisição de softwares de editoração; e a reativação da filiação à Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU), a associação à Associação Brasileira de Editores Científicos (ABEC) e a filiação à Asociación de Editoriales Universitarias de *América Latina y el Caribe* (EULAC).

A Editora UFPB possuiu, ao longo de sua história, diversas denominações e logomarcas. Em 2013, a logomarca então utilizada pela Editora refletia, de modo particular, o processo de manufatura do livro, o qual, embora constitua etapa crucial da edição universitária, não corresponde ao seu único processo constitutivo. Ademais, por conter a representação ilustrada do referido processo, a logomarca apresentava baixa legibilidade quando aplicada em tamanhos reduzidos. Tal logomarca encontra-se representada na Figura 1.

Figura 1 - Logomarca da Editora UFPB em 2013



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

A revisão da identidade visual buscou modernizar a imagem da Editora UFPB perante a comunidade acadêmica e refletir a totalidade das etapas do processo editorial, consolidando o conceito de edição dos originais, compreendido como o trabalho com o texto e a construção do livro, podendo ser observada na Figura 2.

Figura 2 - Nova Logomarca da Editora UFPB



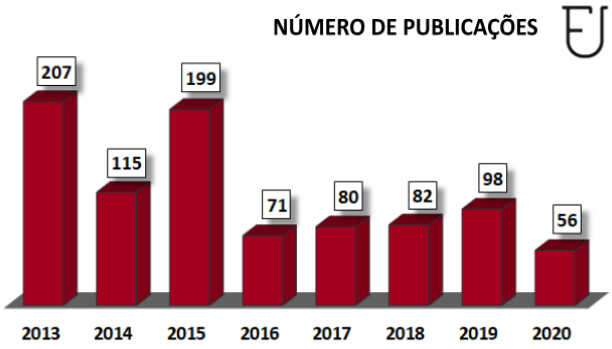
Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Essa substituição não é apenas estética. A logomarca anterior representava precisamente aquilo que distingue a imprensa universitária da editora universitária: a manufatura do impresso, e não o trabalho de edição do texto. Ao deslocar a representação da impressão para a edição, a Editora UFPB tornou visível, em sua identidade institucional, a

transição de modelo que caracteriza a edição universitária propriamente dita, reforçando a vinculação entre a casa editorial e o compromisso da universidade com a divulgação do conhecimento que produz (Bufrem; Garcia, 2014).

Por meio de profícuos encontros e discussões entre a Direção da Editora UFPB e o Conselho Editorial, foram definidas novas políticas editoriais para a publicação de livros com o selo da Editora UFPB — os quais somente recebem tal selo quando editorados pela equipe de diagramação da própria Editora e em observância aos critérios de avaliação do Qualis Livro da CAPES —, além da proposta de alteração no regulamento da Editora UFPB, da validação de pareceres e aprovação de títulos submetidos, e do crescimento das chamadas de submissão por meio de editais, bem como de sugestões diversas para a melhoria da produção científica divulgada pela Editora UFPB. A esse conjunto de decisões correspondem os resultados apresentados a seguir quanto ao número de publicações, ao número de novas submissões e ao volume de recursos investidos em publicização científica.

Gráfico 1 - Número de publicações (2013-2020)



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

A publicação de títulos constitui-se como a atividade basilar de publicização científica desenvolvida pela Editora UFPB. No período entre 2013 e 2020, foram alcançadas 908 publicações, número que inclui os títulos editados pela Editora UFPB, os anais dos eventos realizados na Universidade Federal da Paraíba e os títulos referentes à educação a distância desenvolvidos por essa universidade.

Destacam-se as parcerias firmadas com o Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA/UFPB) para a publicação da Coleção Humanidades, voltada à divulgação da produção científica do referido centro (parceria estabelecida entre 2012 e 2014), bem como com a Pró-Reitoria de Pós-Graduação, por meio da criação do Edital Pró-Publicação de Livros (com chamadas públicas em 2013, 2017-2018 e 2018-2019).

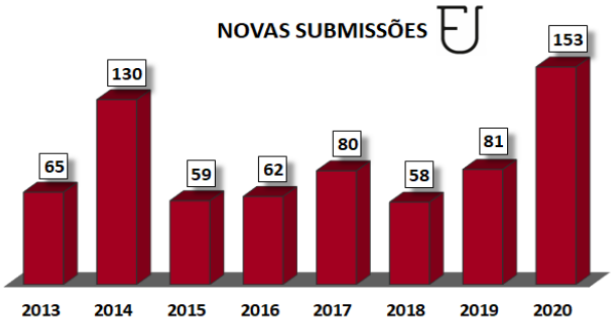
Ressalta-se, ainda, que foi nessa gestão que a Editora UFPB iniciou suas publicações

em formato digital, disponibilizadas em acesso aberto em seu sítio eletrônico. Iniciada em 2014, essa modalidade contabilizava, até 30/08/2020, 87 publicações. Convém dimensionar esse resultado. Convém dimensionar esse resultado: essas publicações representam menos de 10% das 908 do período, proporção que indica um deslocamento para o meio digital ainda incipiente no recorte analisado. Shintaku *et al.* (2023), ao examinarem 191 editoras universitárias brasileiras, verificaram que mais de 72% delas mantinham publicações em acesso aberto, patamar que sinaliza o percurso que a modalidade viria a ter no setor e em relação ao qual a experiência aqui descrita representa um início, e não uma consolidação.

Por fim, destaca-se a contribuição da Editora UFPB para a internacionalização da referida universidade, mediante a publicação de livros e capítulos de livros em outros idiomas, bem como por meio de parcerias com pesquisadores internacionais — sendo mais frequente, entre os títulos publicados, a parceria com autores latino-americanos, portugueses e espanhóis.

O recebimento de originais para avaliação constitui o início do processo editorial de um livro. Ao longo do período analisado, foram submetidos 688 originais para avaliação, conforme o Gráfico 2. Destaca-se que o trâmite entre o recebimento do original e a publicação do título apresenta um tempo médio de 12 a 15 meses; assim, os títulos publicados pela Editora em 2013 correspondiam a originais recebidos em períodos anteriores. No número total de publicações constam também os anais de eventos e as publicações da UFPB Virtual, sendo essas as duas principais razões pelas quais o número de submissões difere do número de títulos publicados.

Gráfico 2 - Número de novas submissões (2013-2020)



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Dentre as iniciativas voltadas à modernização institucional, destacam-se: a criação do sítio eletrônico da Editora UFPB, estruturado a partir da plataforma do *Public Knowledge Project* (PKP) (2014); o início das publicações em formato digital (2014); a atualização do referido sítio eletrônico, tornando-o mais moderno e dinâmico (2018); e a criação de páginas institucionais nas redes sociais. Em 2019, foi concluída a implantação do *Open Monograph Press* (OMP) como plataforma para o recebimento de submissões e o gerenciamento do

processo editorial, passando a Editora UFPB a ser a primeira editora universitária brasileira constante na lista de *presses* do PKP no ano de 2019.

Situar essa adoção no cenário do setor confere lastro empírico ao pioneirismo registrado. Shintaku *et al.* (2023) verificaram que apenas cerca de 9% das editoras universitárias brasileiras analisadas utilizavam o OMP, indicando o predomínio de fluxos editoriais manuais. A implantação concluída em 2019 antecede, portanto, um movimento que permaneceria minoritário no conjunto do setor anos depois. Cabe observar, contudo, que a conclusão do processo no penúltimo ano do recorte implica que a maior parte do período analisado operou com fluxos de submissão intermediários, de modo que os ganhos de gestão do processo editorial se concentram na etapa final do ciclo.

Faz-se importante ressaltar tal evolução no processo de submissão de originais à Editora UFPB: as submissões, anteriormente recebidas por *e-mail* ou entregues pessoalmente em arquivos avulsos, passaram a ser protocoladas no Sistema de Protocolos da UFPB (SIPAC/UFPB), o que reduziu consideravelmente o recebimento pelos meios anteriores. Com a finalização do processo de implementação do OMP, as submissões são recebidas em sistema próprio, que permite o devido acompanhamento do processo editorial por todas as partes envolvidas (editor, avaliador, autor e diagramador).

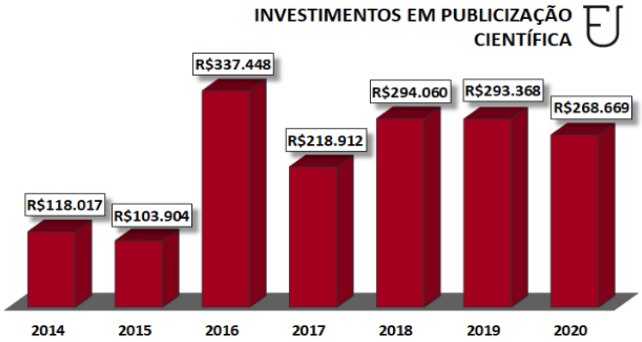
Em conjunto com o Conselho Editorial, optou-se, também, pela redução do recebimento de submissões avulsas e pelo incremento das chamadas via editais de publicação, tendo sido abertas, no período, chamadas públicas para os seguintes editais: Chamada Interna PRPG/UFPB nº 10/2013 (Programa de Apoio à Produção Científica – Pró-Publicação de Livros); Edital nº 04/2017-2018/PRPG/UFPB (Programa de Apoio à Produção Científica na Pós-Graduação da UFPB – Pró-Publicação); Edital nº 05/2017-2018/PRPG/UFPB (Programa de Apoio à Produção Científica na Pós-Graduação da UFPB – Pró-Publicação); Edital nº 01/2018-2019/PRPG/UFPB (Programa de Apoio à Produção Científica na Pós-Graduação da UFPB – Pró-Publicação); Edital nº 01/2018/EDITORA/UFPB (Seleção de Obras Literárias); Edital nº 01/2019/EDITORA/UFPB (Seleção de Poesias ou Obras Poéticas); e Edital nº 01/2020/EDITORA UFPB (Programa de Publicação de E-Books).

A substituição do fluxo de submissões avulsas por chamadas públicas responde diretamente a uma das fragilidades que Oliveira (2016) associa às editoras universitárias latino-americanas, a política editorial ineficiente, ao introduzir critérios públicos, prazos definidos e parâmetros externos de avaliação, no caso, o Qualis Livro da CAPES. Observe-se, entretanto,

que seis das sete chamadas foram dirigidas ao público interno da própria Universidade, o que tensiona a política adotada com a segunda fragilidade apontada pelo mesmo autor, a endogenia: o instrumento que qualificou a seleção também estreitou sua base de origem. Atuam como contraponto parcial a essa tendência a publicação de livros e capítulos em outros idiomas e as parcerias com pesquisadores internacionais, anteriormente referidas, além dos editais de obras literárias e poéticas, abertos a autores não necessariamente vinculados à UFPB. Registre-se ainda que a vinculação do selo à editoração pela equipe própria, embora assegure padrão editorial, concentra toda a demanda em uma equipe reduzida, condição que Martins (2016) identifica como limitação recorrente dessas instituições.

Financiar parte da publicização científica da UFPB constituiu, no período entre 2014 e agosto de 2020, o principal investimento realizado com o orçamento público concedido à Editora UFPB. Foi também a Editora UFPB a responsável pela execução da maior parte dos recursos empenhados pela Universidade Federal da Paraíba para a impressão de livros. No total, considerando-se tanto os recursos próprios da Editora UFPB quanto a execução de empenhos destinados a serviços gráficos de unidades que encaminharam seus originais à Editora, foram executados R$ 1.634.378,59 em publicização científica, conforme pode ser observado no gráfico a seguir.

Gráfico 3 - Volume de recursos investidos em publicização científica (2013-2020)



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

A magnitude do valor executado comporta, no entanto, leitura mais reservada. O montante resulta majoritariamente da operação, pela Editora, de empenhos originados em outras unidades da Universidade, e não de receita própria ou de dotação ampliada. Nessa configuração, a Editora consolidou-se como executora qualificada do gasto institucional com publicação, mas a autonomia gerencial, comercial e econômica que Martins (2016) aponta como ausente nas editoras universitárias não foi conquistada — foi contornada. A dependência de decisões orçamentárias externas permanece, e com ela a vulnerabilidade da

unidade a mudanças de prioridade institucional.

Durante o referido período, os autores não tiveram custos para a obtenção do registro do ISBN (*International Standard Book Number*) de seus títulos; 119 eventos realizados na UFPB obtiveram, gratuitamente, o ISBN para registro da produção científica apresentada em seus respectivos encontros; foi adquirido, financiado e implementado o DOI (*Digital Object Identifier*) institucional para os artigos publicados nos periódicos com melhores avaliações no Qualis-CAPES do Portal de Periódicos da UFPB, prática iniciada em 2018. Tais ações atendem à atribuição de normalização estabelecida pelo artigo 2º, inciso VI, da Resolução nº 388/1979 (Universidade Federal da Paraíba, 1979) e ampliam as condições de recuperação e citação da produção da Universidade.

Não obstante os avanços obtidos com a normalização via ISBN e DOI, a política editorial do período não contemplou, de forma sistemática, iniciativas voltadas ao fortalecimento da indexação da produção científica institucional em bases internacionais de maior impacto, como Scopus, Web of Science, SciELO e Redalyc. A ampliação dessa inserção internacional permanece, portanto, como um desafio a ser aprofundado em estratégias futuras.

Durante o período analisado, por meio do aperfeiçoamento profissional dos servidores da Divisão de Editoração, iniciativa apenas estimulada pela Direção, mas impulsionada, efetivamente, pelos próprios servidores, a Editora UFPB evoluiu na construção de seus projetos gráficos (capa e miolo dos títulos publicados), aperfeiçoando qualitativamente a produção editorial e agregando valor ao livro enquanto objeto de disseminação do conhecimento produzido pela UFPB. Essa qualificação técnica responde à carência de qualificação profissional que Martins (2016) identifica entre as editoras universitárias, mas o fato de ter sido impulsionada pelos próprios servidores, e não por política formal de capacitação, torna-a um resultado tão relevante quanto institucionalmente frágil.

Vale destacar que a Editora UFPB apresentou, em conjunto com outras editoras universitárias nordestinas, proposta de novo projeto gráfico para a Coleção Nordestina, tendo sido o projeto elaborado pela UFPB o escolhido para a referida coleção. A participação nesse projeto coletivo materializa a dimensão de projeto cultural que Bufrem (2015) atribui às editoras universitárias, orientada às especificidades regionais.

Por fim, cabe salientar que, em 2016, a Editora UFPB contratou a licença do *software* Adobe *Creative Cloud* para a editoração de seus títulos. Em 2017, foi firmado contrato de três anos para a referida licença. Com o objetivo de ganhar maior visibilidade perante a comunidade

universitária, a Editora UFPB voltou a contar, em 2017, com espaço físico para exposição de seus títulos, com a inauguração do Ponto de Vendas da Editora, localizado na Biblioteca Central, fruto de parceria entre a Editora e a Biblioteca. Em 2019, após anos dedicados à aquisição e customização do veículo, foi inaugurada a Livraria Móvel da Editora UFPB.

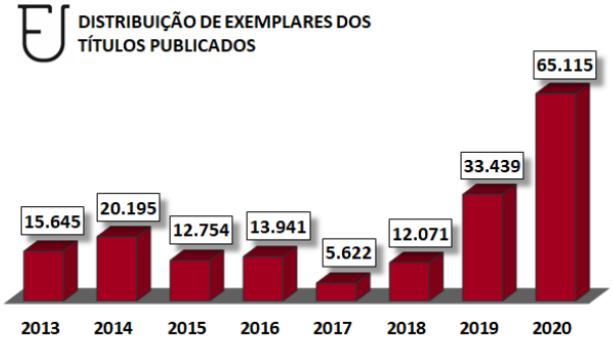
Figura 3 - Ponto de Vendas e Livraria Móvel da Editora UFPB



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Tais ações, associadas à distribuição gratuita dos *e-books* da Editora UFPB por meio de seu sítio eletrônico e à participação em todas as Bienais Internacionais do Livro realizadas entre 2013 e 2019, com estande próprio e lançamentos anuais de títulos no estande coletivo da Associação Brasileira de Editoras Universitárias, permitiram que a Editora UFPB quadruplicasse a distribuição de exemplares de seus títulos publicados, conforme o Gráfico 4, possibilitando que tais títulos alcançassem maior número de usuários.

Gráfico 4 - Número de publicações (2013-2020)



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Este é o ponto em que os resultados respondem de forma mais direta à crítica central da literatura. Marques Neto (2000) sustenta que não basta publicar o livro, sendo necessário assegurar que ele chegue ao leitor, e Martins (2016) situa a distribuição inadequada como o primeiro dos problemas enfrentados pelas editoras universitárias. Nesse contexto, a retomada do ponto físico de venda, a criação de um canal itinerante, a adesão a um programa interuniversitário de distribuição e a participação em bienais ampliaram os canais de

circulação. A gratuidade dos e-books e as doações também reforçam a função social das editoras universitárias na redução dos custos de acesso ao livro (Oliveira et al., 2013). Nessa perspectiva, a quadruplicação da distribuição pode ser compreendida como ampliação da comunicação estratégica da informação (Barreto, 2000).

Entretanto, esse crescimento deve ser interpretado com cautela, pois expressa o número de exemplares distribuídos, sem evidenciar o alcance entre leitores ou os usos das obras. Embora o OMP disponha de recurso para contabilizar downloads, esses dados não foram incorporados à análise. Ademais, a dependência de canais presenciais revelou-se vulnerável durante a pandemia. A adoção da feira virtual e a conversão de títulos impressos para o formato digital constituíram estratégias de adaptação, embora ainda em escala reduzida.

Outras ações realizadas pela Editora UFPB que contribuíram para esse resultado foram: reativação da filiação à ABEU e adesão ao Programa Interuniversitário para Distribuição de Livro (PIDL); a participação, durante a pandemia, na 1ª Feira Virtual de Editoras Universitárias, com a distribuição de 108 exemplares de 41 títulos, em parceria com a Livraria UNESP; a doação de livros à Biblioteca Central da UFPB, a outras bibliotecas que compõem o sistema de bibliotecas da UFPB e aos eventos técnico-científicos realizados na instituição, bem como a professores e servidores no âmbito das campanhas de valorização das categorias; a instalação, no OMP, de plugin que possibilitou a contabilização de downloads dos títulos disponibilizados em acesso aberto, mensurando, também, a aderência da distribuição digital dos títulos da Editora; e a disponibilização, durante a pandemia, de títulos originalmente publicados em formato impresso para download em formato digital, a fim de viabilizar a distribuição do conteúdo dessas obras diante das restrições impostas pela pandemia.

Com o objetivo de promover a troca de experiências e o aprimoramento de suas atividades editoriais, a Editora UFPB reativou, em 2013, sua afiliação à Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU) e, em 2016, associou-se à Associação Brasileira de Editores Científicos (ABEC) e filiou-se à *Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe* (EULAC). Desses vínculos decorreram a distribuição de títulos pelo Programa Interuniversitário para Distribuição de Livro (PIDL), a aquisição do DOI institucional para o Portal de Periódicos da UFPB, a capacitação da direção, dos coordenadores e dos servidores em eventos e cursos técnicos promovidos pelas associações, e a divulgação dos títulos no catálogo on-line da ABEU e do sítio eletrônico da Editora no site da EULAC.

O investimento em associações confirma, no caso analisado, o argumento de Oliveira

(2016) quanto à importância do trabalho associativo para as editoras universitárias: dos três vínculos reativados ou estabelecidos derivaram capacitação, infraestrutura de identificação persistente, canal de distribuição e vitrine de divulgação — isto é, respostas a quatro restrições distintas por meio de um único movimento de gestão. Cabe ponderar, todavia, que esses ganhos dependem da continuidade do pagamento de anuidades e da participação ativa nas entidades, o que os torna sensíveis a descontinuidades de gestão.

Cumpre reconhecer, ainda, que as ações implementadas no período, embora tenham produzido avanços tangíveis em normalização, distribuição e capacitação, não representaram, em seu conjunto, uma ruptura estrutural nos modelos de financiamento e gestão editorial. Nesse sentido, a sustentabilidade institucional da Editora UFPB, num cenário de contração dos recursos públicos, permanece como um desafio que demandará estratégias mais robustas e possivelmente inovadoras nos próximos ciclos de gestão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve por objetivo analisar as contribuições da Editora UFPB no âmbito da comunicação científica institucional, no período entre 2013 e 2020. Os resultados indicam que as práticas de gestão adotadas no período, relacionadas à identidade institucional, à política editorial, à modernização tecnológica, à distribuição e ao fortalecimento de parcerias, ampliaram o alcance e a visibilidade da produção editorial da Universidade e reposicionaram a Editora UFPB como unidade de informação, no sentido atribuído por Barreto (2000). Esse movimento respondeu a parte das restrições que a literatura identifica como estruturais nas editoras universitárias, sobretudo à distribuição inadequada apontada por Martins (2016) e à política editorial ineficiente apontada por Oliveira (2016), sem que outras, como a ausência de autonomia econômica, tenham sido superadas.

Ao documentar e analisar longitudinalmente um ciclo de gestão, o estudo oferece à literatura sobre editoras universitárias um caso que articula práticas gerenciais e resultados de comunicação científica, dimensão pouco frequente em um campo cuja produção se organiza sobretudo em mapeamentos panorâmicos.

Quatro limitações delimitam o alcance dessas conclusões. A pesquisa-ação pressupõe o envolvimento cooperativo entre pesquisadores e participantes da situação estudada e a observação foi conduzida no interior da própria Editora, o que garante acesso a processos dificilmente documentáveis de fora, mas restringe o distanciamento analítico. A coincidência

do período com editais de fomento e decisões orçamentárias alheias às práticas examinadas impede, na ausência de contrafactual, atribuir os resultados exclusivamente a elas. Os indicadores mobilizados, títulos publicados, submissões recebidas, exemplares distribuídos e recursos executados, são medidas de produção, e não de impacto, nada informando sobre uso, leitura ou citação das obras. Por fim, trata-se de estudo de caso único, e a heterogeneidade documentada entre as editoras universitárias brasileiras desaconselha a generalização dos achados ao conjunto do setor.

Dessas limitações decorre uma agenda de pesquisa. A incorporação de indicadores de uso, a exemplo dos downloads registrados pelo OMP, já disponíveis e ainda não explorados, permitiria deslocar a análise da produção para o alcance efetivo das publicações. A extensão do recorte para além de 2020 possibilitaria examinar em que medida as práticas aqui descritas se sustentaram diante da pandemia e de eventuais mudanças de gestão. E estudos comparativos entre editoras universitárias submetidas a condições institucionais distintas contribuiriam para discriminar o que, nas trajetórias observadas, decorre de escolhas gerenciais e o que decorre do contexto.

REFERÊNCIAS

BARRETO, A. A. Os agregados de informação - memórias, esquecimento e estoques de informação. **DataGramaZero**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 3, 2000. Disponível em: https://brapci.inf.br/v/3777. Acesso em: 26 jun. 2026.

BUFREM, L. S. **Editoras Universitárias no Brasil:** uma crítica para a reformulação da prática. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2015.

BUFREM, L. S. Ação didática das editoras universitárias. **Educar em Revista**, Paraná, n. 9, p. 33-38, 1993. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-40601993000100005&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 26 jun. 2026.

BUFREM, L. S. GARCIA, T. M. B. A editora universitária e o compromisso da universidade com as práticas de divulgação do conhecimento produzido. **Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS**, Rio Grande do Sul,v. 20, n.1, p. 151-164, 2014. Disponível em: http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/40816/32989. Acesso em: 19 jun. 2026.

BUFREM, L. S.; FREITAS, J. L. Editoras universitárias e informação científica: repensando a editora na universidade. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Paraíba, v. 10, n. 1, p. 1-22, 2017. Disponível em: https://revistas.ancib.org/tpbci/article/view/433. Acesso em: 6 set. 2026.

CAMPOS, V. F. **Gerenciamento da rotina do trabalho do dia a dia.** Nova Lima: INDG Tecnologia e Serviços Ltda., 2004.

EDITORA UFPB, Editora da Universidade Federal da Paraíba. **Catálogo 2013-2014.** João Pessoa: Editora UFPB, 2014.

FERREIRA, L. F. G. FERNANDES, D. (org.). **UFPB 50 Anos.** João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2006.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARQUES NETO, J. C. A editora universitária, os livros do século XXI e seus leitores. **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, São Paulo, v. 4, n. 7, p. 167-172. 2000. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832000000200025. Acesso em: 4 jun. 2026.

MARTINS, J. M. **Editoras Universitárias Paranaenses:** distribuição e circulação do livro universitário das Instituições de Ensino Superior do Paraná. 92 f. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas) - Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Universidade Estadual de Maringá, 2016. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=3926672. Acesso em: 2 jun. 2026.

OLIVEIRA, B. M. J. F.; LIMA, I. F. A memória da Editora Universitária da UFPB: história de vida dos servidores na construção da memória da instituição. *In:* ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 15., 2014, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos** […]. Belo Horizonte: UFMG/ANCIB, 2014.

OLIVEIRA, R. C. **Editoras Universitárias e o Ensino Superior na América Latina:** a importância do trabalho em associações. 126 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Tuiuti do Paraná, 2016. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=4666401. Acesso em: 2 jun. 2026.

OLIVEIRA, R. M. A. *et al*. Custos de editoração: estudo de caso na Editora Universitária da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (EDUFRN). *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 20., 2013, Uberlândia. **Anais eletrônicos** […]. Uberlândia. 2013. Disponível em: https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/78/78. Acesso em: 5 jun. 2026.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração:** guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SHINTAKU, M. et al. Cenário tecnológico das editoras universitárias brasileiras. **Gutenberg: Revista de Produção Editorial**, Rio Grande do Sul, v. 3, n. 1, p. 141-161, 2023. Disponível em: https://periodicos.ufsm.br/gutenberg/article/view/70545. Acesso em: 6 set. 2026.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação.** 18. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA. **Resolução nº. 388, de 03 de outubro de 1979**. Aprova o regulamento da editora universitária. 1979.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.