



# XXI ENANCIB

Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação

50 anos de Ciência da Informação no Brasil:  
diversidade, saberes e transformação social

Rio de Janeiro • 25 a 29 de outubro de 2021

## XXI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXI ENANCIB

### GT-7 –Produção e Comunicação da Informação em Ciência, Tecnologia & Inovação

#### PERSPECTIVAS DA PUBLICAÇÃO DE LIVROS EM FORMATO DIGITAL PELAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS NA AMÉRICA LATINA

##### *PERSPECTIVES OF DIGITAL BOOK PUBLISHING IN UNIVERSITY PRESSES IN LATIN AMERICA*

**Roberia de Lourdes de Vasconcelos Andrade** - Universidade Federal de Alagoas (UFAL)  
**Wagner Junqueira de Araújo** - Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

#### **Modalidade: Resumo Expandido**

**Resumo:** Esse estudo investigou a perspectiva da publicação de livros em formato digital e seus processos nas editoras universitárias na América Latina. A pesquisa é de natureza descritiva e exploratória, com uma abordagem quali-quantitativa com suporte nos princípios e ferramentas de cenários de Michel Godet, sendo o software MICMAC para análise estrutural, o MACTOR para análise das estratégias dos atores e o MORPHOL para análise morfológica. Conclui-se que, apesar do perfil moderado das editoras, há uma ascensão da publicação em formato digital e da disponibilização das obras em acesso aberto por parte das editoras universitárias da América Latina.

**Palavras-chave:** Livro Digital; Editoras Universitárias-América Latina; Cenários Prospectivos.

**Abstract:** This study investigated the perspective of e-book publishing and its processes in university publishing houses in Latin America. The research is descriptive and exploratory in nature, with a quali-quantitative approach with support in the principles and tools of the Michel Godet scenarios, being the MICMAC software for structural analysis, the MACTOR for analysis of the actors' strategies and the MORPHOL for morphological analysis. It is concluded that, although the moderate profile of the publishers, there is a rise of publication in digital format and the availability of works in open access by university publishers in Latin America.

**Keywords:** Digital Book; Latin American University Presses; Prospective Scenarios.

## **1 INTRODUÇÃO**

Na comunidade científica, a comunicação é o processo que incorpora as atividades ligadas à produção, disseminação, acesso e uso da informação. De acordo com Targino (2000, p. 10), “é a comunicação científica que favorece ao produto (produção científica) e aos

produtores (pesquisadores) a necessária visibilidade e possível credibilidade no meio social em que produto e produtores se inserem”. Logo, é fundamental tornar público o conhecimento individual e particular produzido na academia, pois a disseminação da produção científica permite que os resultados de pesquisas não fiquem represados em suas instituições de origem, produzindo assim novos conhecimentos.

O *Open Access* (OA) ou Movimento de Acesso Aberto é um exemplo das mudanças no cenário da comunicação científica. Pela disponibilização online e sem limitações dos resultados de pesquisas científicas, esse movimento vem buscando melhorar a qualidade e o alcance da publicação acadêmica. O movimento de acesso aberto tem contribuído muito para as mudanças nos modelos tradicionais de comunicação científica, especialmente pela utilização de *software* de código aberto, que vem proporcionando um crescimento exponencial e permitindo uma maior produção, acesso e uso de pesquisas científicas. Entre os movimentos de acesso aberto, a Ciência Aberta (*Open Science*) representa uma nova abordagem na comunicação científica pelo uso das tecnologias e de novas ferramentas de colaboração que possibilitam a disseminação do conhecimento de forma gratuita.

Nesse cenário, multiplicam-se os produtos e fontes de informação que são utilizados para disseminação da produção científica. Destaca-se aqui a importância do livro digital e o seu processo de produção e divulgação, pois este tem sofrido mudanças significativas, possibilitando atualmente à comunidade científica o acesso a uma diversidade de funcionalidades antes associadas a outros canais de disseminação da informação.

Assim, diante do crescente avanço da comunicação científica, da disponibilidade de obras em acesso aberto e de plataformas para publicação de livros digitais, questiona-se: Qual a perspectiva da publicação de livros em formato digital pelas editoras universitárias da América Latina? Portanto, considerando o exposto, esta pesquisa teve como objetivo investigar a perspectiva da publicação de livros em formato digital nos processos das editoras universitárias na América Latina.

## **2 COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA E EDITORAS UNIVERSITÁRIAS**

Diferentes autores corroboram a ideia de que “não há ciência sem comunicação e não há comunicação sem informação”, palavras textuais de Targino (2000, p. 5). Por exemplo, para William Garvey e Belver Griffith (1979), a comunicação do conhecimento científico

envolve aspectos que vão desde a produção até a interiorização desse conhecimento pelos pares daquele determinado campo do saber.

É cada vez mais notório e crescente a necessidade de se ampliar os canais de publicação e divulgação da produção científica. Essa é uma demanda que aumenta juntamente com a aceleração da produção, com as mudanças dos fluxos de trabalho. Nesse sentido, durante o Fórum WSIS 2019, seis plataformas de divulgação científica (AmeliCA, AJOL, Érudit, J-STAGE, Open Edition Books e Rede SciELO) uniram-se na criação da Aliança Global de Plataformas de Comunicação Científica em Acesso Aberto (*Global Alliance of Open Access Scholarly Communication Platforms – GLOALL*). O objetivo da GLOALL é fortalecer e promover a democratização do conhecimento científico. “A aliança busca aprimorar a interoperabilidade operacional e subjetiva, a fim de fortalecer o envolvimento com a pesquisa em todo o mundo” (LAUNCH..., 2019, *online*, tradução nossa).

Ademais, como se trata de uma atividade consensual, a comunidade científica precisa de informação para que possa produzir ciência. Assim, os modelos de comunicação científica são como um fluxo informacional que não necessariamente tem um fim, mas sempre um novo recomeço. Diversos modelos conceituais representam esse fluxo informacional, conforme destacam Fernandes e Vilan Filho (2021). Inicialmente é constituído a partir do momento que o pesquisador tem uma ideia, um problema de pesquisa, este faz pesquisas na literatura e com o seu objeto de estudo para que consiga obter resultados, quando concluído geram um produto informacional, fruto dos resultados da pesquisa e disponibilizam a sociedade. Este produto pode ser de diversas formas: artigo, livro, relatório, *preprints* etc. que podem estar no formato digital ou impresso.

O uso das tecnologias da informação auxiliam o fluxo informacional e a constituição de novas pesquisas, permitindo o acesso à informação de um modo rápido e interativo. O Movimento de Acesso Aberto, com a utilização de *softwares* de código aberto, tem buscado trabalhar com a disseminação e divulgação da informação acadêmica de forma livre e gratuita. Essas mudanças são tão importantes quanto desejáveis já que é a democratização do saber, construída a partir da produção científica comprometida com os princípios éticos e com os valores morais da divulgação científica, que possibilita à sociedade o processo de tomada de decisão e o exercício da cidadania.

Nesta perspectiva, destaca-se as editoras universitárias que desempenham um papel fundamental para a produção e disseminação das publicações acadêmicas. O mercado

editorial tem o desafio de, a cada dia, fazer evoluir o modelo tradicional das publicações, visando atender uma demanda que surge da própria sociedade, para um novo consumidor digital. Tal público tende a se tornar crescente, principalmente, diante do número de ferramentas digitais e da democratização das mídias. Procópio (2013, p. 112) pontua que “o livro da era digital ainda não mantém um mercado tão consolidado quanto [...] o livro impresso, mas já permite uma flexibilidade no que diz respeito a novas formas de produção de obras, novos percentuais de direitos autorais e, principalmente, novos modos de ler um livro”. Tais características impelem as editoras a se atualizarem para a *cyber* economia e em muitos casos a competirem com empresas que já nascerem dentro deste modelo econômico.

As editoras universitárias, diferentemente das editoras comerciais, atuam com a produção de livros científicos, técnicos e acadêmicos. Possuem um conselho editorial que possibilita uma avaliação pelos pares, com prioridade sempre para a qualidade na seleção e avaliação das informações técnicas e científicas a serem produzidas e divulgadas, assegurando a cientificidade das obras produzidas. De acordo com Bufrem e Garcia (2014, p. 154), compete à editora universitária “o papel de produção e difusão do conhecimento”.

Para Marques Neto (2000, p. 167) “não basta publicar, mas divulgar e fazer chegar o livro às mãos do leitor, disseminando conhecimento, fazendo do livro e da revista produzidos pela Universidade parte integrante da vida do profissional que mais do que nunca precisa de formação contínua e abrangente”.

Corroborando o mesmo pensamento, Bufrem (2001, p. 22) entende a editora universitária como instituição crítica que deve “viabilizar o acesso da sociedade ao produto intelectual originado nela ou não, desde que considerado como contribuição para a melhoria dessa mesma sociedade”. Logo, a editora universitária atua, por meio de suas publicações, no processo de intercâmbio entre a comunidade acadêmica e a sociedade.

### **3 PERCURSO METODOLÓGICO**

A pesquisa possui uma abordagem mista quali-quantitativa e se caracteriza como descritiva e exploratória, possui fundamento metodológico no método de cenários prospectivos de Michel Godet. Dentro do modelo proposto por Godet (2000, p. 19), distingue-se os cenários em dois grandes grupos: exploratórios e normativos ou de

antecipação. Assim, no contexto dessa pesquisa, os cenários foram caracterizados como prospectivos e exploratórios, ou seja, partem de dados do passado e do presente para estimar possíveis cenários do futuro. De acordo com Souza e Takahashi (2012, p. 110), “os cenários exploratórios tentam explorar situações ou suposições que são consideradas como possíveis em diversas perspectivas”.

O universo da pesquisa tem como escopo as editoras universitárias da América Latina. Nessa região a integração e fortalecimento do mercado editorial acadêmico se dão por meio da *Asociación de Editoriales Universitarias de América latina y el Caribe* (EULAC) e por associações de editoras universitárias nacionais. Reitera-se que foi enviado um *email* para todas as associações que integram a EULAC. O questionário foi compartilhado pelas associações REUN, ASEUC, REUDE e EDUPUC, via *email* com as editoras filiadas. No tocante as editoras brasileiras, o contato foi feito individualmente por editora. Portanto, temos uma amostra não probabilística intencional, onde os participantes foram incluídos pela disponibilidade de acesso à pesquisa. De acordo com Gil (2011, p. 94), esse tipo de amostragem “consiste em selecionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população”.

**Quadro 1 - Amostra da pesquisa.**

EDITORAS RESPONDENTES		
PAÍSES	CARACTERIZAÇÃO	CENÁRIOS
Argentina	2	-
Brasil	49	17
Colômbia	14	6
Costa Rica	2	1
Cuba	1	1
Equador	1	1
El Salvador	1	-
México	6	2
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>28</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

A pesquisa foi desenvolvida em dois momentos, sendo o primeiro a caracterização, em que foi aplicado um questionário com 76 editoras disponíveis. No segundo, composto pela descrição das relações entre as variáveis, da avaliação das relações de força entre os atores e do posicionamento dos atores em função dos objetivos, colaboraram com a pesquisa 28 editoras de seis países. Diante da amostra da pesquisa é importante destacar Cuba, um país que não possui associação. Por outro lado, a editora respondente atua de maneira colaborativa com outras editoras universitárias e centros de investigação.

O questionário foi aplicado junto aos diretores das editoras universitárias durante os meses de junho e julho de 2019 e disponibilizado via *software* LimeSurvey.

Para esse estudo utilizou-se de três fases principais apontadas por Godet: Análise estrutural; Análise das estratégias de atores; e Análise Morfológica. Compreendeu-se que essas três seriam essenciais para a elaboração dos cenários. Por fim, após as três análises, desenvolveu-se os cenários prospectivos para o mercado editorial do livro acadêmico na América Latina.

#### 4 ANÁLISE E CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS

A Análise Estrutural é caracterizada pela identificação das variáveis-chave e foi realizada utilizando o *software* MICMAC. Sua principal função é identificar, dentro de um conjunto de variáveis, aquelas que efetivamente são relevantes para o sistema em estudo. No MICMAC, o primeiro passo foi inserir as dez variáveis. Para possibilitar a identificação das variáveis, o MICMAC produz resultados que demonstram as relações de influência e dependência existentes entre as variáveis dividindo em cinco setores. Cada setor organiza características da variável, são eles: no setor 1 (quadrante superior esquerdo) ficam as **variáveis de entrada** ou explicativas, elas são muito influentes e pouco dependentes, sendo objeto de ações prioritárias; o setor 2 (quadrante superior direito) inclui as **variáveis de ligação** que são muito influentes e muito dependentes, ou seja, qualquer ação sobre elas repercute sobre as outras; no setor 3 (quadrante inferior direito) estão as **variáveis de resultado** ou dependentes, pouco influentes e muito dependentes; e no setor 4 (quadrante inferior esquerdo) tem-se as **variáveis excluídas** ou autônomas que são ao mesmo tempo pouco influentes e pouco dependentes, não sendo consideradas relevantes como determinantes para o futuro; o setor 5 agrupa as **variáveis do pelotão**, aquelas que exercem média influência e média dependência e que também não possuem características suficientes para afetar o sistema (GODET; DURANCE, 2011, p. 65-66).

Os resultados obtidos pela Matriz de Influência Direta (MID) das editoras, indicam que para os diretores das editoras do Brasil: no setor 1 consta a variável legislação; setor 2 as variáveis gestão, cultura, capacitação, tecnologia, distribuição, produção e divulgação; no setor 3 não tem variável; setor 4 a variável avaliação. Para os demais países obteve-se: setor 1 e 3 sem variáveis; no setor 2 as variáveis gestión, producción, divulgación, tecnología, cultura, distribución, capacitación e economía; e o setor 4 com legislación e evaluación.

Fazendo um paralelo entre as duas matrizes tem-se que a variável legislação é a única que se desloca de setor, contudo continua como uma variável que tem característica de uma variável pouco dependente. Outra similaridade na análise é o setor 3 que não apresentou variáveis. A avaliação foi indicada como pouco influente e pouco dependente nas duas análises, localizada no setor 4. Todas as demais variáveis estão posicionadas no setor 2, em ambas as matrizes, representando assim um consenso entre os diretores, algo fundamental segundo Godet e Durance (2011).

Analisando o índice de motricidade foi possível visualizar o posicionamento de cada variável, ele é calculado pela soma das motricidades de cada variável em relação às outras. Na **classificação de influência**, a gestão está posicionada como a variável mais influente. As outras variáveis que não mudam de posição são a distribuição e a avaliação. Para os diretores brasileiros, as variáveis externas são mais influentes que as variáveis internas. Já para as demais editoras acontece o inverso: as variáveis internas possuem maior influência. As variáveis menos influentes são legislação e avaliação. Da mesma forma, analisando-se o **grau de dependência** para todos os diretores, legislação e avaliação são as variáveis menos dependentes. Já a gestão é variável mais dependente, a distribuição e a produção ocupam a mesma posição em ambas as MDI. As variáveis internas são as mais dependentes nas duas MDI. Aqui destaca-se quão alterado é o valor de dependência da variável cultura, sendo considerada pelos diretores brasileiros como muito dependente e localizada na segunda posição, enquanto que para as demais editoras ela ocupa a sétima posição. O inverso acontece com a divulgação que, da oitava posição no Brasil, passa a segunda posição com as editoras estrangeiras. Observa-se também que, no Brasil, as variáveis capacitação, economia, tecnologia e divulgação possuem o mesmo valor de dependência. Portanto, a gestão é a variável mais influente e mais dependente e a legislação e avaliação são as menos influentes e menos dependentes. Assim, a partir da identificação e análise dos índices de motricidade e dependência, é possível realizar a análise estratégica dos atores.

A Estratégia dos Atores se fez por meio do *software* MACTOR. As relações de força são calculadas, simultaneamente, por meio de ações diretas e indiretas. Para Godet e Durance (2011), um ator pode agir sobre outro por intermédio de um terceiro. Os cálculos a partir da MID resultaram na Matriz de Influência Direta e Indireta (MIDI), que representa as relações de influência direta e indireta existente entre os atores, de modo que quanto maior o número, maior será o nível de influência de um ator sobre o outro. Uma forma de

apresentação do que Godet e Durance (2011) chamam de plano de influência e dependência é o mapa que revela quatro posições: os **atores dominantes** (quadrante superior esquerdo) são muito influentes e pouco dependentes; os **atores de ligação** (quadrante superior direito) são tão influentes quanto dependentes; os **atores dominados** (quadrante inferior direito) são pouco influentes e muito dependentes; e os **atores autônomos** (quadrante inferior esquerdo) que nem são influentes, nem dependentes (GODET; DURANCE, 2011, p. 71).

A partir da MDI, podemos aferir que os dados dos respondentes da pesquisa têm um consenso nos setores 2 e 4. O setor 2 em ambos os mapas estão posicionados os atores diretoria, equipe de comunicação e marketing, equipe comercial e autor, ou seja, são atores muito influentes e muito dependentes. Outra similaridade é o setor 4 dos atores autônomos onde estão posicionados os financiadores, porém para as editoras brasileiras, tem-se ainda nesse setor os atores conselho editorial e biblioteca. Esses atores nos demais países são considerados atores dominantes. Já os demais atores se deslocam entre os setores na comparação entre as duas realidades.

Quanto a mobilização dos atores sobre os objetivos a pesquisa mostra que o objetivo hábitos de leitura é considerado como o objetivo mais significativo para os diretores. Em uma análise conjunta dos países percebe-se que o objetivo novas tecnologias é indicado como o segundo objetivo mais importante, em seguida o objetivo preservar e disseminar e, posteriormente promoção e divulgação. Os objetivos aprovar os pareceres e patrocinar a produção são considerados os menos significativos.

Em uma relação dos objetivos com os atores tem-se que o primeiro objetivo está relacionado com o leitor, sendo ele considerado nas matrizes como um ator influente. Sabe-se que o sucesso do mercado editorial depende fortemente da venda, acesso e até mesmo *download* sendo o leitor o ator principal, pois não basta produzir. A credibilidade no meio social, tão almejada pelo autor, só será possível com interação entre produto e produtor, conforme nos destaca Targino (2000). Nos modelos de comunicação científica, o fluxo informacional se torna completo com a citação (GARVEY; GRIFFITH, 1979, HURD, 2004), de modo que o acesso à informação possibilita a construção de novos conhecimentos

A Análise Morfológica propõe-se a “explorar de forma sistemática os futuros possíveis a partir de todas as combinações resultantes da decomposição de um dado sistema” (GODET; DURANCE, 2011, p. 74). Ela é composta por duas etapas: decompor o sistema em subsistemas ou questões-chave; e reduzir o espaço morfológico a subespaço útil.

A construção do espaço morfológico levou-se em consideração os resultados da Análise Estrutural. O número de cenários possíveis foi de 15.625, o que segundo Godet e Durance (2011) pontuaram ser necessário reduzir o espaço morfológico. O *software* só permite a análise de 50 cenários por vez, sendo necessário definir restrições, que totalizaram 24. Com isso os possíveis cenários se reduziram para 625. Diante ainda do número elevado optou-se por um cenário pré-selecionado e preferências, conforme indicado pelo método. Para analisar os cenários e realizar o agrupamento, o Morphol possui duas matrizes a de proximidade e a de indicadores. Por fim, teve-se nove cenários base.

A partir da análise morfológica é possível realizar as (re)combinações e selecionar os cenários possíveis. Cada combinação constitui uma imagem do futuro. Contudo, Godet e Durance (2011, p. 41) reiteram que “um cenário não é a realidade futura, mas um meio de a representar, com vista a esclarecer a acção [sic] presente à luz dos futuros possíveis e desejáveis”. Logo, é fundamental que os atores envolvidos no mercado editorial acadêmico “vejam largo” (BERGER, 1958), tomem consciência da multiplicidade de tendências e futuros possíveis e saibam que suas ações poderão influenciar o destino de suas instituições.

Com base no mapa de proximidades e no quadro de cenários, descreveu-se os seguintes cenários.

**Figura 1 - Mapa de cenários do mercado editorial acadêmico na América Latina.**

<p style="text-align: center;"><b>Cenário 5 (A)</b> 1.2.3.3.2.2</p> <p>As editoras terão uma <b>gestão estruturada</b>, com uma <b>produção</b> de livros digitais nos <b>formatos tradicionais</b>. Realizarão a <b>divulgação</b> de seus produtos de forma <b>eventual</b>. Será utilizada uma <b>tecnologia moderna</b>. Na <b>cultura</b> os <b>investimentos serão regulares</b>. Realizará a <b>capacitação</b> da equipe para que possam atuar com as <b>tecnologias modernas</b>.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cenário 1 (B)</b> 2.2.3.3.2.2</p> <p>As editoras terão uma <b>gestão atuante</b>, com uma <b>produção</b> de livros digitais nos <b>formatos tradicionais</b>. Realizarão a <b>divulgação</b> de seus produtos de forma <b>eventual</b>. Será utilizada uma <b>tecnologia moderna</b>. Na <b>cultura</b> os <b>investimentos serão regulares</b>. Realizará a <b>capacitação</b> da equipe para que possam atuar com as <b>tecnologias modernas</b>.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Cenário 7 (D)</b> 1.2.3.3.2.3</p> <p>As editoras terão uma <b>gestão estruturada</b>, com uma <b>produção</b> de livros digitais nos <b>formatos tradicionais</b>. Realizarão a <b>divulgação</b> de seus produtos de forma <b>eventual</b>. Será utilizada uma <b>tecnologia moderna</b>. Na <b>cultura</b> os <b>investimentos serão regulares</b>. Realizará a <b>capacitação</b> da equipe para que possam atuar com as <b>tecnologias tradicionais</b>.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cenário 2 (C)</b> 2.2.3.3.2.3</p> <p>As editoras terão uma <b>gestão atuante</b>, com uma <b>produção</b> de livros digitais nos <b>formatos tradicionais</b>. Realizarão a <b>divulgação</b> de seus produtos de forma <b>eventual</b>. Será utilizada uma <b>tecnologia moderna</b>. Na <b>cultura</b> os <b>investimentos serão regulares</b>. Realizará a <b>capacitação</b> da equipe para que possam atuar com as <b>tecnologias tradicionais</b>.</p>

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

No que cerne aos cenários descritos é importante rememorar que os atores internos mais influentes identificados no MACTOR são a diretoria, a equipe de comunicação e

marketing e a equipe comercial. Consequentemente, faz-se necessário que esses atores, os responsáveis pela tomada de decisão, possam conduzir a ação para um bom desempenho do mercado editorial. A diretoria é responsável pelo planejamento, organização, controle e direção da editora. É a partir das práticas dos gestores que suas ações podem ser atuante ou ainda bem estruturada. Quanto à equipe de comunicação e marketing, é interessante observar que mesmo ela tendo destaque nos atores, a divulgação em todos os cenários ocorre apenas eventualmente, ou seja, uma mudança desses cenários irá requerer da equipe novos planejamentos e estratégias para essa etapa do fluxo editorial.

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As editoras universitárias produzem e disseminam a produção intelectual que emerge das atividades inerentes ao ensino, à pesquisa e à extensão. Os resultados das pesquisas, muitas vezes realizadas com recursos públicos, devem retornar à sociedade, pois publicar o conhecimento científico produzido nas instituições é um compromisso ético e social do pesquisador e da instituição à qual está vinculado. Para Bufrem (2015, p. 28), o papel da editora universitária consiste em possibilitar “a edição de trabalhos intelectuais de modo a extrapolar os limites da universidade”.

Diante dessa conjuntura, a inserção das editoras universitárias no mercado editorial digital passa a ser uma exigência dos diversos setores da sociedade, imposta pela modernização e transformação da própria sociedade a partir da democratização das mídias, e por que não dizer, visando à democratização do conhecimento.

Conforme evidenciado nessa pesquisa, as editoras universitárias e, consequentemente, o mercado editorial acadêmico têm respondido a essas demandas sociais e estão passando por diversas transformações e evoluções significativas no processo da inserção do livro digital em sua produção.

Os cenários descritos são favoráveis ao desenvolvimento do mercado editorial acadêmico na América Latina, porém requerem uma reflexão em conjunto com todos os atores internos para que ações sejam planejadas e novas ações possam ser desenvolvidas. Como se pode constatar, as mudanças devem ocorrer, mas de forma moderada. Dentro da amostra estudada, verificou-se que a postura das editoras universitárias pode ser caracterizada como conservadora diante das novas tecnologias.

### **REFERÊNCIAS**

BERGER, Gaston. *Revue Prospective*, n. 1, 1958. A atitude prospectiva. Tradução de Nathália Keneipp. **Parcerias estratégicas**, n. 19, dez. 2004.

BUFREM, Leilah Santiago; GARCIA, Tânia Maria Braga. 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**, Porto Alegre, v. 20, n.1, p. 1-14, jan./jun. 2014.

BUFREM, Leilah Santiago. **Editoras universitárias no Brasil: uma crítica para a reformulação prática**. 2. ed., rev. e ampl. São Paulo: Edusp: Com-Arte, 2015.

BUFREM, Leilah Santiago. **Editoras universitárias no Brasil: uma crítica para a reformulação da prática**. São Paulo: Edusp: Com-Arte; Curitiba: EDUFPR, 2001.

FERNANDES, Henrique Denes Hilgenberg; VILAN FILHO, Jayme Leiro. Fluxo da informação científica: uma revisão dos modelos propostos na literatura em Ciência da Informação. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 27, n. 2, p. 138-163, abr./jun. 2021.

GARVEY, William D.; GRIFFITH, Belver C. Communication and information process within scientific disciplines, empirical findings for psychology. In: GARVEY, W. D. **Communication: the essence of science; facilitating information among librarians, scientists, engineers and students**. Oxford: Pergamon, 1979. 332 p. Appendix A, p.127-147.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

GODET, Michel. **“A caixa de ferramentas” da prospectiva estratégica**. Tradução de Júlio Dias e Pedro Ramalhete. Lisboa: Caderno do Cepes, 2000.

GODET, Michel; DURANCE, Philippe. **A prospectiva estratégica para as empresas e os territórios**. [S.l.]: UNESCO, 2011.

HURD, Julie M. Scientific Communication: new roles and new players. **Science & Technology Libraries**, v. 25, n. 1-2, p. 5-22, 2004. DOI: 10.1300/J122v25n01\_02.

LAUNCH of the Global Alliance of Open Access Scholarly Communication Platforms to democratize knowledge. [S.l.]: UNESCO, 12 April 2019.

MARQUES NETO, José Castilho. A editora universitária, os livros do século XXI e seus leitores. **Interface**, Botucatu, v. 4, p. 167-172, 2000.

PROCÓPIO, E. **A revolução dos eBooks: a indústria dos livros na era digital**. São Paulo: SENAI-SP editora, 2013.

SOUZA, Ivan Domicio da Silva; TAKAHASHI, Vania Passarini. A visão de futuro por meio de cenários prospectivos: uma ferramenta para antecipação da inovação disruptiva. **Future Studies Research Journal**, São Paulo, v.4, n.2, p. 102-132, jul./dez. 2012.

TARGINO, Maria das Graças. Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos. **Informação & Sociedade: estudos**, João Pessoa, v. 10, n. 2, p. 1-27, 2000.