



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
DOUTORADO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

ROBÉRIA DE LOURDES DE VASCONCELOS ANDRADE

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

**JOÃO PESSOA
2020**

ROBÉRIA DE LOURDES DE VASCONCELOS ANDRADE

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

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Ciência da Informação.

Linha de Pesquisa: Ética, Gestão e Políticas de Informação

Orientador: Prof. Dr. Wagner Junqueira de Araújo

**JOÃO PESSOA
2020**

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

A553p Andrade, Roberia de Lourdes de Vasconcelos.

Perspectiva da publicação de livros em formato digital
pelas editoras universitárias na América Latina /
Roberia de Lourdes de Vasconcelos Andrade. - João
Pessoa, 2020.

223 f. : il.

Orientação: Wagner Junqueira de Araújo.

Tese (Doutorado) - UFPB/PPGCI.

1. Livro digital. 2. Editoras Universitárias-América
Latina. 3. Cenários prospectivos. I. Araújo, Wagner
Junqueira de. II. Título.

UFPB/BC

ROBÉRIA DE LOURDES DE VASCONCELOS ANDRADE

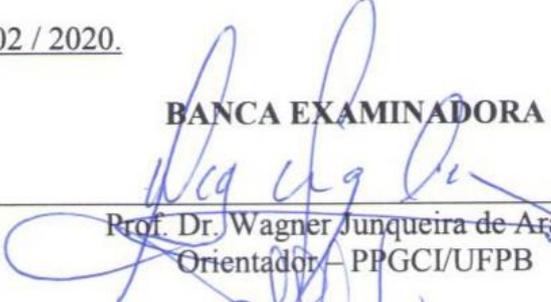
**PERSPECTIVAS DA PUBLICAÇÃO DE LIVROS EM FORMATO DIGITAL
PELAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS NA AMÉRICA LATINA**

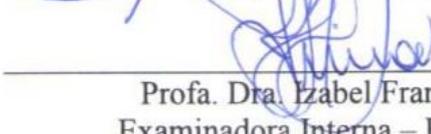
Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Ciência da Informação.

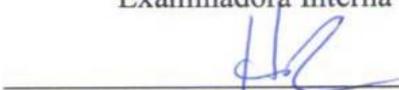
Linha de Pesquisa: Ética, Gestão e Políticas de Informação

Aprovada em: 14 / 02 / 2020.

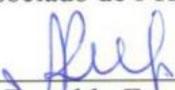
BANCA EXAMINADORA


Prof. Dr. Wagner Junqueira de Araújo
Orientador – PPGCI/UFPB


Profa. Dra. Izabel França de Lima
Examinadora Interna – PPGCI/UFPB


Profa. Dr. Henry Pôncio Cruz de Oliveira
Examinador Interno – PPGCI/UFPB


Profa. Dra. Luciana Ferreira da Costa
Examinadora Externa – Programa Associado de Pós-Graduação em Artes Visuais UFPB/UFPE


Prof. Dr. Ronaldo Ferreira de Araújo
Examinador Externo – PPGCI/Universidade Federal de Alagoas

DEDICO

A Deus, meu Senhor,
à Virgem Santíssima e
à Santa Catarina de Alexandria,
por me guiarem e iluminarem os meus passos.

Aos amores da minha vida, minha fortaleza,
meus pais Maria Oneide e Roberto Andrade e
meus pequeninos príncipes Heitor e Helton.
Esse título de doutora é para, é de vocês.

“O futuro não é somente o que pode acontecer,
ou aquilo que tem as maiores chances de suceder.
Ele é, também, em uma proporção que não para de crescer,
aquilo que nós gostaríamos que ele fosse”.

Gaston Berger (2004, p. 317)

AGRADECIMENTOS

A todos aqueles com que fizeram que a jornada do doutorado fosse menos solitária. A caminhada foi árdua e, sobretudo, cheia de ensinamentos e construção na vida pessoal e profissional.

A minha família, por sempre acreditarem, incentivarem a seguir em frente e por compreenderem as ausências. Ao meu esposo Wellington Campos que desde a graduação me acompanha nessa jornada, obrigada por toda paciência, carinho e estímulo. Dedico com carinho e gratidão esse título aos meus pais, em especial a minha mãe que por diversos motivos não teve a oportunidade de ter uma formação superior. Obrigada a todos, amo vocês.

Ao meu querido orientador Wagner Junqueira, volto a repetir o que digo desde o mestrado, sem você nada seria possível. Muito obrigada por sua brilhante, paciente e competente orientação, a você o meu reconhecimento e agradecimento.

À banca examinadora pela disponibilidade em participar e pelas valiosas contribuições para a pesquisa. Vocês fizeram parte dessa jornada desde o início, contribuíram com suas produções textuais, suas aulas e debates nos eventos.

Aos meus amigos Edilson Melo Filho e a Dayana Pessoa, que me acompanham desde a graduação, sempre me incentivaram e acreditaram que eu alcançaria essa vitória. Aos demais amigos do Círculo de Viena, gratidão.

A todos os professores pelos quais fui educada. Meu muito obrigada aos educadores de Zabelê, vocês foram a base para a vitória que hoje estou conquistando. Aos mestres do Curso de Biblioteconomia e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba que com muita sapiência e estímulo dedicam suas vidas para a construção do conhecimento.

À Universidade Federal de Alagoas e aos meus colegas de profissão pelo incentivo e estímulo que desde o processo de seleção acreditaram na aprovação.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) que apoiou essa pesquisa, com a bolsa de demanda social, durante o período de oito meses (abr./dez. 2015).

Obrigada a todos os diretores das editoras universitárias que concordaram em participar e contribuíram com a pesquisa.

Por fim, minha gratidão a todos que contribuíram direta e indiretamente com essa conquista e com a minha pesquisa.

RESUMO

O uso das tecnologias da informação e comunicação bem como o movimento de acesso aberto estimulam a ampliação dos artefatos informacionais e do acesso a eles. A utilização de ferramentas para auxiliar o processo editorial geram mudanças na elaboração da estrutura do livro, que passa a poder ser disponibilizado apenas no universo digital, não mais precisando passar pelo processo de impressão e distribuição física, o que possibilita uma ampliação da produção e da divulgação científica. Diante desse contexto, o objetivo da pesquisa é investigar 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 ancorada no método de cenários prospectivos de Michel Godet. A pesquisa se desenvolveu em duas etapas: uma amostra constituída apenas das editoras universitárias brasileiras filiadas à ABEU e, em seguida, foram incluídas as editoras universitárias da América Latina filiadas à EULAC. Os instrumentos de coleta dos dados utilizados são: a análise documental dos sites das editoras e o uso do questionário *online* composto de duas partes. Na fase de análise dos dados, utilizou-se a análise de conteúdo e análise das variáveis, com suporte nos princípios e ferramentas da metodologia 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. Como resultado, afere-se que as editoras universitárias públicas brasileiras estão publicando em formato digital, mesmo que a adoção de novos formatos ainda seja lenta e que 89% das editoras universitárias da América Latina publicam em formato digital. Foram pontuadas pelas editoras algumas barreiras para a expansão do livro digital, tais como: a financeira e a falta de equipe especializada. Dos resultados gerados com o uso dos *softwares* dentre as dez variáveis e atores analisados oito variáveis e cinco atores foram indicados como muito influentes. A análise morfológica possibilitou descrever quatro cenários prospectivos, sendo todos eles favoráveis ao desenvolvimento do mercado editorial acadêmico. 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

The use of information and communication technologies (ICT) as well as the open access (OA) movement stimulate the expansion of and access to informational artifacts. The use of tools to assist the editorial process generate changes in the elaboration of the book's structure, which can now be made available exclusively in the digital universe, making it possible for the book to stay in the digital universe, and go without being physically printed and distributed, which contributes to the broadening of science production and communication. In this context, the research objective is to investigate the perspective of digital book publishing and its processes in university presses in Latin America. This research's nature is descriptive and exploratory with a quali-quantitative approach based on the prospective scenarios method. It has developed in two moments: a sample was assembled with Brazilian university presses affiliated to ABEU, then, all university presses affiliated with EULAC in Latin America were included. Data collection instruments are publishers website analysis and a two-part online questionnaire. In the data analysis phase, content analysis and analysis of variables were used, based on the principles and tools of Michel Godet's scenario methodology, including softwares MICMAC for structural analysis, MACTOR for actor strategies analysis and MORPHOL for the morphological analysis. As a result, it is found that Brazilian public university presses are publishing in digital format, even though adoption of new formats is still slow, and that 89% of Latin American presses publish in digital format. Publishers have pointed out some barriers to digital expansion such as: lack of financing or specialized staff. From the results generated by Godet's software, among the ten variables and actors analyzed, eight variables and five actors were indicated as very influential. The morphological analysis allowed to describe four prospective scenarios, all of them favorable to the development of the academic publishing market. It can be concluded that, despite the moderate profile of publishers, there is a rise in digital publishing and the availability of works in open access by university presses in Latin America.

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

RESUMEN

El uso de las tecnologías de información y comunicación así como el movimiento del acceso abierto estimulan la ampliación de los artefactos informacionales y del acceso a ellos. La utilización de las herramientas para auxiliar el proceso editorial genera cambios en la elaboración de la estructura del libro, que pasa a estar disponible apenas en el universo digital, no necesitando más pasar por el proceso de impresión y distribución física, lo que posibilita una ampliación de la producción y de la divulgación científica. Delante de ese contexto, el objetivo de la búsqueda es investigar la perspectiva de la publicación de libros en formato digital y sus procesos en las editoras universitarias en América Latina. La investigación es de naturaleza descriptiva y exploratoria, con un abordaje cualitativo-cuantitativo fundamentado en el método de los escenarios prospectivos de Michel Godet. La búsqueda fue desarrollada en dos etapas: una muestra constituida apenas de las editoras universitarias brasileñas afiliadas a la ABEU y, enseguida, fueron incluidas las editoras universitarias de América Latina afiliadas a la EULAC. Los instrumentos de colecta de los datos utilizados son: el análisis documental de los sitios de las editoras y el uso del cuestionario *en línea* compuesto de dos partes. En la fase de análisis de los datos, se utilizó el análisis del contenido y el análisis de las variables, con soporte en los principios y las herramientas de la metodología de los escenarios de Michel Godet, siendo el *software* MICMAC para el análisis estructural, el MACTOR para el análisis de las estrategias de los actores y el MORPHOL para el análisis morfológica. Como resultado, se estima que las editoras universitarias públicas brasileñas están publicando en formato digital, aunque la adopción de los nuevos formatos aún sea lenta y que el 89% de las editoras universitarias de América Latina publiquen en formato digital. Fueron puntuadas por las editoras algunas barreras para la expansión del libro digital, tales como: la financiera y la falta del equipo especializado. De los resultados generados con el uso de los *softwares* entre las diez variables y actores analizados ocho variables y cinco actores fueron indicados como muy influyentes. El análisis morfológico posibilitó describir cuatro escenarios prospectivos, siendo todos ellos favorables al desarrollo del mercado editorial académico. Se concluye que, a pesar del perfil moderado de esas editoras, hay una ascensión de la publicación en formato digital y de la disponibilidad de las obras en el acceso abierto por parte de las editoras universitarias de América Latina.

Palabras-clave: Libro Digital. Editoras Universitarias-América Latina. Escenarios Prospectivos.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Roda da Ciência Aberta	21
Figura 2 – <i>Open Science Monitor</i>	22
Figura 3 – Modelo Tradicional de Comunicação Científica de Garvey e Griffith	33
Figura 4 – Modelo de Comunicação Científica de Julie M. Hurd	34
Figura 5 – Diagrama publicações de monografias	36
Figura 6 – Diagrama estudo da publicação	37
Figura 7 – 101 Inovações em Comunicação Científica	41
Figura 8 – Exemplos típicos do fluxo de trabalho	42
Figura 9 – Fluxo editorial do OMP	60
Figura 10 – O Método dos cenários de Michel Godet	83
Figura 11 – Diagrama do caminho metodológico	86
Figura 12 – Fluxo da análise dos dados	101
Figura 13 – Diferentes tipos de variáveis sobre o plano de influência e de dependência	104
Figura 14 – Diagrama de influência e dependência dos atores	106
Figura 15 – Estrutura da análise morfológica	107
Figura 16 – Distribuição geográfica das editoras universitárias que publicam livros digitais	110
Figura 17 - Distribuição geográfica das editoras universitárias da América Latina que participaram desta pesquisa.....	117
Figura 18 – Fluxo do processo de avaliação	118
Figura 19 – Fluxo editorial das editoras universitárias	134
Figura 20 – Matriz de Influência Direta I	143
Figura 21 – Mapa de Influência e Dependência Direta I	144
Figura 22 – Grafo de Influência Direta I	146
Figura 23 – Classificação das variáveis de acordo com o grau de influência	147
Figura 24 – Mapa de deslocamento das variáveis I	147
Figura 25 – Matriz de Influência Direta II	148
Figura 26 – Mapa de Influência e Dependência Direta II	149
Figura 27 – Grafo de Influência Direta II	150
Figura 28 – Mapa de deslocamento das variáveis II	151
Figura 29 – Matriz de Influências Diretas dos Atores I	155

Figura 30 – Matriz de Posições Valoradas I	155
Figura 31 – Mapa de Influências e Dependências entre Atores I	156
Figura 32 – Histograma das relações de força MIDI I.....	157
Figura 33 – Matriz Máxima de Influência e Dependência I	158
Figura 34 – Histograma das relações de força MMIDI I.....	158
Figura 35 – Grafos de convergências entre atores I.....	160
Figura 36 – Histograma da mobilização dos atores sobre os objetivos 3MAO I.....	161
Figura 37 – Matriz de Influências Direta dos Atores II	162
Figura 38 – Matriz de Posições Valoradas II	162
Figura 39 – Mapa de Influências e Dependências entre Atores II	163
Figura 40 – Histograma das relações de força MIDI II	164
Figura 41 – Matriz Máxima de Influência e Dependência II	165
Figura 42 – Histograma das relações de força MMIDI II	165
Figura 43 – Grafos de convergências entre atores II	166
Figura 44 – Histograma da mobilização dos atores sobre os objetivos 3MAO II	167
Figura 45 – Índice de motricidade das variáveis	173
Figura 46 – Quadro de cenários indicados	174
Figura 47 – Variáveis e hipóteses excluídas	177
Figura 48 – Matriz de proximidades	179
Figura 49 – Matriz de indicadores	180
Figura 50 – Mapa de proximidades	180
Figura 51 – Grafo de proximidades	181
Figura 52 – Quadro de cenários para o mercado editorial acadêmico na América Latina	183
Figura 53 – Mapa de cenários do mercado editorial acadêmico na América Latina	184

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Produção e comercialização livros digitais ano 2016	50
Gráfico 2 – Participação digital no número de exemplares de livros de interesse geral vendidos no Brasil	51
Gráfico 3 – Títulos segundo o formato registrado nos primeiros semestres de 2012 a 2017	53
Gráfico 4 – Distribuição dos agentes editores por país na América Latina	66
Gráfico 5 – Publicações de títulos com ISBN no Brasil em 2017	67
Gráfico 6 – Disponibilização das obras	112
Gráfico 7 – Número de obras disponibilizadas no catálogo	114
Gráfico 8 – Acesso as obras em formato digital	115
Gráfico 9 – Vinculação estrutura editorial e administrativa	119
Gráfico 10 – Formato de publicação	121
Gráfico 11 – Extensões dos livros digitais	123
Gráfico 12 – Elaboração de planos de marketing	127
Gráfico 13 – Canais para divulgação dos produtos	128
Gráfico 14 – Canais de comercialização	129
Gráfico 15 – Acesso as obras em formato digital	130
Gráfico 16 – Plataformas de comercialização dos livros digitais	131
Gráfico 17 – Canais para disponibilização dos livros em acesso aberto	132
Gráfico 18 – Plataformas de gestão editorial	138
Gráfico 19 – Motivos para uso do Open Monograph Press	139
Gráfico 20 – Comparativo da Matriz de Influência Direta e Indireta	169
Gráfico 21 – Comparativo da Matriz Máxima de Influência Direta e Indireta	170
Gráfico 22 – Comparativo do histograma da mobilização dos atores sobre os objetivos	171

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Países, associações e número de editoras associadas a EULAC	88
Quadro 2 – Amostra da pesquisa	90
Quadro 3 – Objetivos, variáveis e questões	92
Quadro 4 – Variáveis da pesquisa e suas descrições	93
Quadro 5 – Modelo da Matriz de Análise Estrutural das Variáveis	94
Quadro 6 – Grau de influência de uma variável sobre a outra	95
Quadro 7 – Atores da pesquisa e suas descrições	96
Quadro 8 – Modelo da Matriz de Influência Direta dos Atores	97
Quadro 9 – Grau de influência de um ator sobre o outro	97
Quadro 10 – Atores e a descrição dos objetivos	98
Quadro 11 – Modelo da Matriz de posição dos atores por objetivos	99
Quadro 12 – Grau de influência de um objetivo versus atores	100
Quadro 13 – Descrição das variáveis e dos graus de influência	103
Quadro 14 – Editoras universitárias que publicam livros digitais	110
Quadro 15 – Números, descrições e abreviaturas das variáveis no MICMAC	142
Quadro 16 – Resumo dos resultados obtidos através da análise estrutural/MICMAC	151
Quadro 17 – Índices de motricidade das relações diretas	152
Quadro 18 – Índices de dependência das relações diretas	153
Quadro 19 – Número, descrição e abreviatura dos atores no MACTOR	154
Quadro 20 – Resumo dos resultados obtidos através do MACTOR	168

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

1MAO	Matriz de Posição Simples
2MAO	Matriz de Posições Valoradas
3MAO	Matriz de Posição Valorada Ponderada
ABEU	Associação Brasileira das Editoras Universitárias
ALTEXTO	<i>Editoriales Universitarias y Académicas de México</i>
ASEUC	<i>Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia</i>
BDTD	Biblioteca Digital de Teses e Dissertações
BOAI	Budapest <i>Open Access Initiative</i>
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CBL	Câmara Brasileira do Livro
CEIC	Curso de Especialização em Inteligência Competitiva
CERLALC	<i>Centre for Research on Latin America and the Caribbean</i>
CM	Máxima Compatibilidade
CT	Compatibilidade Total
CTC-ES	Conselho Técnico Científico da Educação Superior
CTP	Científicos, Técnicos e Profissionais
CX	Indicador de Exclusão
DAISY	<i>Digital Accessible Information System</i>
DDA	<i>Demand Driven Acquisition</i>
DID	Didáticos
DOAB	<i>Directory of Open Access Books</i>
DOI	<i>Digital Object Identifier</i>
DRM	<i>Digital Rights Management</i>
EBS	<i>Evidence Based Selection</i>
EDUFPB	Editora da Universidade Federal da Paraíba
EDUFPE	Editora da Universidade Federal de Pernambuco
EDUNB	Editora da Universidade de Brasília
ENANCIB	Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação
ePUB	<i>Electronic Publication</i>
e-SIC	Sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão
EUA	Estados Unidos da América
EULAC	<i>Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe</i>
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas

GBN	<i>Global Business Network</i>
GLOALL	<i>Global Alliance of Open Access Scholarly Communication Platforms</i>
HEFCE	<i>Higher Education Funding Council for England</i>
HTML	<i>Hyper Text Markup Language</i>
IBICT	Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
IES	Instituições de Ensino Superior
InTechOpen	<i>Intech Open Access Publisher</i>
ISBN	<i>International Standard Book Number</i>
KDP	<i>Amazon Kindle Direct Publishing</i>
KU	<i>Knowledge Unlatched</i>
LIPSOR	<i>Laboratoire d'Innovation de Prospective Stratégique et d'Organisation</i>
MACTOR	Método, Atores, Objetivos, Resultados de Força
MDI	Matriz de Influência Direta
MICMAC	Matriz de Impacto Cruzado de Multiplicação Aplicada a uma Classificação
MIDI	Matriz de Influência Direta e Indireta
MII	Matriz de Influência Indireta
MMIDI	Matriz Máxima de Influência Direta e Indireta
MOBI	<i>Mobipocket e-books</i>
MPDI	Matriz de Potenciais de Influência Direta
MPII	Matriz de Potenciais de Influência Indireta
OA	<i>Open Access Initiative</i>
OAI	<i>Open Archives Initiative</i>
OAPEN	<i>Open Access Publishing in European Networks</i>
OBP	<i>Open Book Publishers</i>
OCS	<i>Open Conference Systems</i>
OG	Obras gerais
OHS	<i>Open Harvest Systems</i>
OJS	<i>Open Journal Systems</i>
OMP	<i>Open Monograph Press</i>
OPS	<i>Open Preprint Systems</i>
PDF	<i>Portable Document Format</i>
PIDL	Programa Interuniversitário para Distribuição de Livro
PKP	<i>Public Knowledge Project</i>
Pr	Preferências
Re	Cenário pré-selecionado

REL	Religiosos
REUDE	<i>Red de Editoriales Universitarias del Ecuador</i>
REUN	<i>Red de Editoriales de Universidades Nacionales de la Argentina</i>
REUP	<i>Red de Editoriales de Universidades Privada</i>
SCIELO	<i>Scientific Electronic Library Online</i>
SEDUCA	<i>Sistema Editorial Universitario Centroamericano</i>
SEER	Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas
SMIC	Matrizes de Impactos Cruzados
SNEL	Sindicato Nacional dos Editores de Livros
SPARC	<i>Scholarly Publishing and Academic Resources Coalition</i>
SRI	<i>Stanford Research Institute</i>
STL	<i>Short Term Loans</i>
TIC	Tecnologias de Informação e de Comunicação
UFCA	Universidade Federal do Cariri
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UPCC	<i>University Press Content Consortium</i>

SUMÁRIO

1	CONTEXTUALIZAÇÃO	18
2	COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA	29
2.1	Breves reflexões acerca da comunicação científica	29
2.2	Modelos de comunicação científica	31
2.3	Comunicação científica e o movimento de acesso aberto	38
3	LIVRO DIGITAL	45
3.1	O livro digital e o seu crescente desenvolvimento	45
3.2	Mercado do livro digital	48
3.3	Plataformas para livros digitais	53
3.3.1	<i>Open Monograph Press</i>	59
4	EDITORAS UNIVERSITÁRIAS	63
4.1	Delimitações históricas e aspectos conceituais	63
4.2	O contexto atual das editoras universitárias	66
5	CENÁRIOS PROSPECTIVOS	74
5.1	Cenários: origem, abordagens e conceitos	74
5.2	Métodos de elaboração de cenários prospectivos	78
5.2.1	<i>O método descrito por Schwartz</i>	78
5.2.2	<i>O método de cenários industriais de Michael Porter</i>	79
5.2.3	<i>O método descrito por Grumbach</i>	80
5.2.4	<i>O método descrito por Michel Godet</i>	81
6	PERCURSO METODOLÓGICO	86
6.1	Natureza da pesquisa	87
6.2	Universo e amostra da pesquisa	88
6.3	Procedimentos de coleta dos dados	91
6.3.1	<i>Análise Estrutural</i>	93
6.3.2	<i>Análise das Estratégias dos Atores</i>	95
6.4	Procedimentos aplicados para a análise dos dados	100
6.4.1	<i>Análise Estrutural</i>	102
6.4.2	<i>Análise das Estratégias dos Atores</i>	105
6.4.3	<i>Análise Morfológica</i>	107

7	O DESCORTINAR DA PESQUISA: APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	109
7.1	Indícios embrionários das publicações em formato digital	109
7.2	Caracterização das editoras universitárias da América Latina	116
7.3	Fluxo editorial	119
7.4	Percepção dos diretores quanto a distribuição e plataformas de gestão	135
8	ANÁLISE E CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	142
8.1	Análise Estrutural	142
8.2	Análise das Estratégias dos Atores	153
8.3	Análise Morfológica	172
8.4	Cenários Prospectivos para o Mercado Editorial na América Latina	182
9	CONSIDERAÇÕES FINAIS	186
	REFERÊNCIAS	194
	APÊNDICES	204

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

O desenvolvimento da imprensa em 1450 por Gutenberg gerou uma revolução, visto que a mecanização do processo de produção do livro ampliou o acesso, facilitando o registro e a disseminação da informação. Meio século depois, destaca-se que é a partir da Segunda Guerra Mundial que o boom informacional, advindo dos processos computacionais, modifica novamente os cenários, permitindo inclusive a formação de novas Ciências, dentre elas a Ciência da Informação.

Assim, tomando como pressuposto a visão de Boroko (1968, p.1), a Ciência da Informação “é uma disciplina que investiga as propriedades e o comportamento informacional [...] visando à acessibilidade e a usabilidade ótima”. Ou seja, a Ciência da Informação é uma ciência que se preocupa com a informação desde sua origem, coleta, organização, armazenamento, disseminação, recuperação, acesso e uso.

Barreto (1994, p. 3) enfatiza a importância do uso da informação e destaca que “a informação, quando adequadamente assimilada, produz conhecimento, modifica o estoque mental de informações do indivíduo e traz benefícios ao seu desenvolvimento e ao desenvolvimento da sociedade em que ele vive”. A produção científica deve estar intimamente ligada ao processo de divulgação, recuperação e acesso das comunicações científicas, possibilitando a geração de novos conhecimentos.

Em 1945, Vannevar Bush identificou o problema da explosão informacional, o irrefreável crescimento exponencial da informação e de seus registros, e imaginou o projeto do Memex (SARACEVIC, 1996). Ele apontou os problemas decorrentes do volume e também do valor da informação (BARRETO, 2008). O uso das Tecnologias de Informação e Comunicação, na Ciência da Informação, contribuiu para o processo de organização, difusão, acesso e gerenciamento da informação. Logo, a informação passou a ser valorizada, e assim, conquistou maior relevância no âmbito da sociedade.

A Ciência da Informação desde os seus primórdios atua com o problema da explosão informacional. Para Saracevic (1996), o problema central a ser resolvido pela Ciência da Informação diz respeito à recuperação da informação. A recuperação da informação trouxe, para a Ciência da Informação, as aplicações tecnológicas em sistemas de informação, proporcionadas pelo computador. Dessa forma, faz parte da área pensar no usuário e nos problemas que se referem à localização da informação. O problema e a solução apontados por Bush permitiram que outros cientistas e estudiosos comesçassem a trabalhar sobre o assunto.

No cenário atual, as atividades da Ciência da Informação estão direcionadas aos fluxos do processo informacional. Ela deixa de ter em vista apenas a recuperação da informação, e passa a se preocupar com todo o processo que envolve desde a identificação a construção do objeto de estudo, bem como atua com o processo de produção, organização, disseminação, acesso e uso da informação.

Para Le Coadic (1996, p. 26) a Ciência da Informação tem por objeto “o estudo das propriedades gerais da informação (natureza, gênese, efeitos), ou seja [...] a análise dos processos de construção, comunicação e uso da informação”. Corroborando esse pensamento, Smit e Barreto (2002, p. 17-18) dizem que a Ciência da Informação é um “campo que se ocupa e se preocupa com os princípios e práticas da criação, organização e distribuição da informação desde sua criação até sua utilização, e sua transferência ao receptor em uma variedade de formas, por meio de uma variedade de canais”.

Meadows (1999) destaca que o processo de comunicação é constituído por duas etapas: na primeira os cientistas produzem a informação; e na segunda inserem as informações em um ou em vários canais de comunicação. A partir do acesso aos canais de comunicação a sociedade pode fazer uso das informações produzidas pelos outros cientistas e desta forma a comunicação permite essa troca de informação. E é essa troca de informação, esse movimento de informações científicas e técnicas que permitem a geração de novos conhecimentos. Conhecimentos gerados e repassados através de canais de comunicação formais e informais, mas repassados para a geração de um novo fluxo da comunicação.

Assim, para Targino (2000, p. 10) “a informação é um produto, uma substância, uma matéria, a comunicação é um ato, um mecanismo, é o processo de intermediação que permite o intercâmbio de ideias entre os indivíduos”. Nesse sentido, a comunicação é entendida como um fenômeno natural, que pode variar de acordo com os grupos.

Na comunidade científica, a comunicação é o processo que incorpora as atividades ligadas à produção, disseminação, acesso e uso da informação. Ainda 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.

Nesse sentido, diversos são os produtos gerados para a disseminação de pesquisas. No universo da comunicação científica um dos mais produzidos é o artigo de periódico científico,

que vem cada vez mais se ampliando, tendo autores como Meadows (1999), Targino (2000), Mueller e Passos (2000), entre outros destacando a importância de se publicar em periódicos. Entretanto, outros produtos coexistem, tais como: livros, relatórios técnicos, anais de eventos, *preprints*, etc. que estão a cada dia crescendo, não só em número de publicações, como também em termos de sua aceitação pela comunidade científica. Assim, o desenvolvimento das tecnologias tem possibilitado a modificação de hábitos e costumes da sociedade, permitindo a geração de novos produtos científicos que podem ser disponibilizados por uma gama imensa de canais informacionais. As tecnologias de informação e comunicação permitem a criação de novas formas de se fazer e de se comunicar, às vezes modificando o cenário e o seu público devido à sua amplitude.

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.

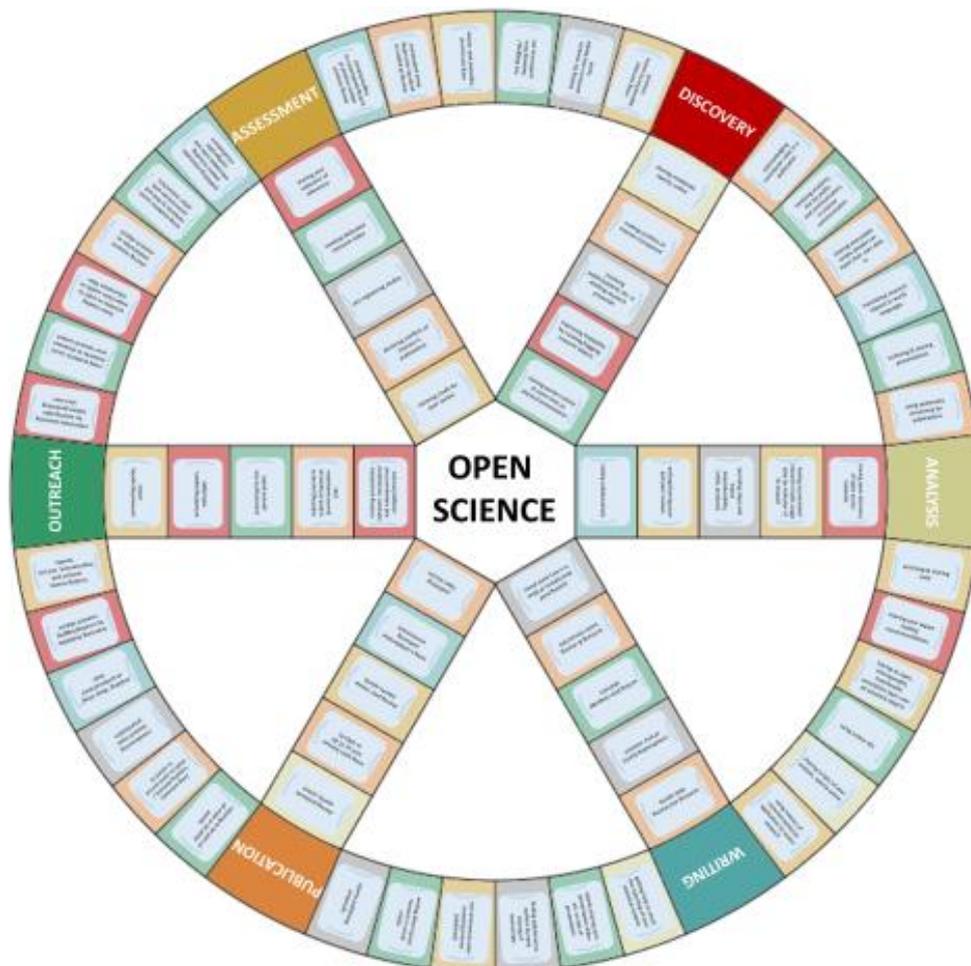
Quanto a comunicação científica, traz-se como exemplo a pesquisa de Kramer e Bosman (2016) que apresentam, como resultados da pesquisa “Inovações em Comunicação Científica”¹, a seleção de 101 ferramentas inovadoras que mudaram a maneira de fazer pesquisa e de fazer ciência. A pesquisa teve a colaboração de mais de 20 mil pessoas entre pesquisadores, bibliotecários, editores, etc. de diversos países. Devido ao grande número de ferramentas, a seleção se deu estritamente sobre ferramentas inovadoras, mas os autores destacam que possuem um banco de dados com mais de 600 ferramentas de inovação em comunicação científica. As ferramentas podem ser utilizadas para a busca, análise dos dados, compartilhamento, colaboração, gerenciamento de referências, divulgação e mensuração da pesquisa de forma eficaz. A organização se dá em seis fases de acordo com o ciclo de

¹ Projeto *Innovations in scholarly communication* disponível em: <https://101innovations.wordpress.com/>. Acesso em: 20 dez. 2019.

investigação do pesquisador, que são: descoberta (*Discovery*), análise (*Analysis*), escrita (*Writing*), publicação (*Publication*), divulgação (*Outreach*) e avaliação (*Assessment*).

Kramer e Bosman (2017) disponibilizaram a roda da ciência aberta², que possui uma visualização interativa e mostra as várias práticas da Ciência Aberta de acordo com os ciclos de investigação, conforme se pode visualizar na Figura 1.

Figura 1– Roda da Ciência Aberta



Fonte: Kramer e Bosman (2017)

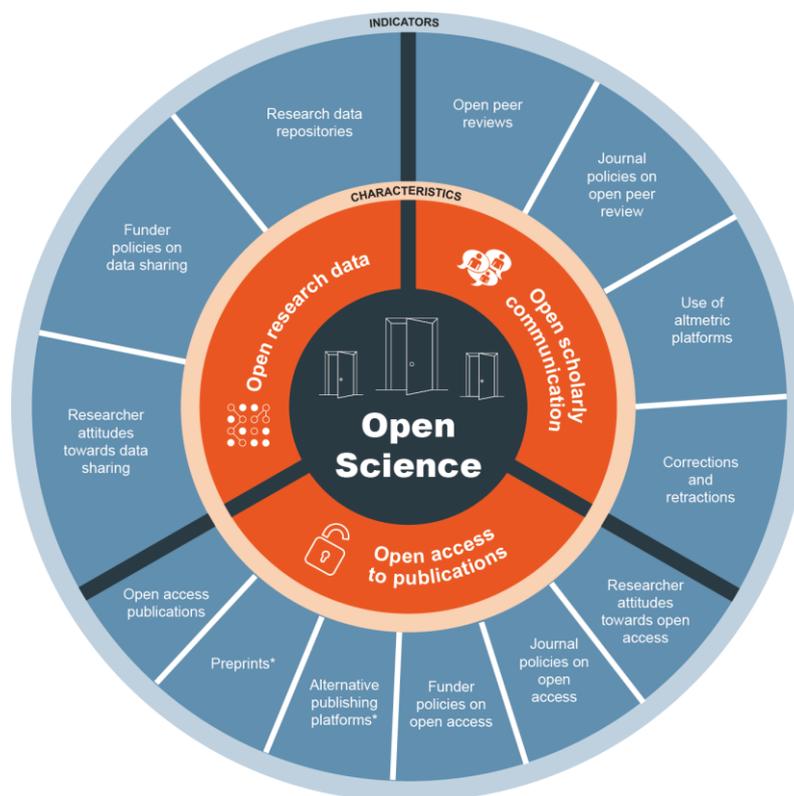
Outra pesquisa que se destaca é o *Open Science Monitor*³ que foi desenvolvido pela RAND Europe com o apoio da Deloitte e Digital Science & Research Solutions, incluindo Altmetric.com e Figshare. O estudo consistiu em monitorar e medir as tendências da ciência

² Disponível em: https://figshare.com/articles/Wheel_of_Open_Science_practices_image_/4628014. Acesso em: 10 jan. 2019.

³ Disponível em: https://ec.europa.eu/research/openscience/pdf/os_skills_wgreport_final.pdf. Acesso em 10 jan. 2019.

aberta nos Estados-Membro da União Europeia países associados e outros parceiros científicos. O projeto tinha, ainda por objetivo, o desenvolvimento de um site para hospedar o monitor. Dentre os objetivos específicos está o desenvolvimento de uma metodologia para o monitoramento futuro, avaliar as barreiras, o impacto da ciência aberta e avaliar o próprio monitor desenvolvido. (SMITH *et al.*, 2017).

Figura 2 – Open Science Monitor



Fonte: European Commission (2017)

O estudo estabeleceu uma caracterização da ciência aberta e a identificação de indicadores científicos abertos. As características da ciência aberta analisadas no monitor foram: acesso aberto às publicações, dados de pesquisa aberto e comunicação acadêmica aberta. Outras características podem ser inseridas em um monitor futuro, tais como: código aberto, *software* aberto e infraestrutura de pesquisa, avaliação aberta, recursos educacionais abertos e inovação aberta. Os indicadores foram construídos a partir de fontes de dados já estabelecidos como o projeto de Kramer e Bosman 101 inovações, Altmetric, F1000 *Research*, *ArXiv*, *OpenAIRE*, entre outros. Ao selecionar cada indicador é possível ver a sua descrição, os dados e visualizar as fontes de dados. Os indicadores *Preprints* e *Alternative*

Publishing Platforms se destinam tanto ao acesso aberto as publicações, como à comunicação aberta.

Assim, percebe-se que os modelos de comunicação científica tradicionais foram e estão sendo modificados a partir do uso das tecnologias e da Internet, novos modos de se comunicar e de produzir a informação vão surgindo diariamente. A diversidade de ferramentas de inovação *online* pontuadas por Kramer e Bosman (2016) e o *Open Science Monitor* são apenas alguns modelos de como a comunicação científica mudou ao longo dos anos e tende a se modificar ainda mais. É possível dizer que a Ciência da Informação tem muito a ganhar e a contribuir com a utilização dessas tecnologias. A inserção no universo da comunicação científica *Open* só tende a contribuir para o desenvolvimento e fortalecimento da ciência e da sociedade.

Reitera-se que o advento da Internet ampliou ainda mais o processo da explosão informacional. Antes o que era apenas impresso, passou a ser produzido em dígitos binários e publicado na *Web*. O que, por um lado, inclui e acelera o acesso à informação, por outro condena, aqueles que não estiverem inseridos nesse universo, a ficarem excluídos por esse avanço tecnológico.

Conforme já pontuado, é crescente o uso das tecnologias para disponibilização da literatura científica. Apesar das dificuldades quanto a recursos humanos e financeiros, a produção editorial no Brasil tem se desenvolvido exponencialmente, apesar do número de graduandos ainda ser pequeno para um país como o Brasil. Mas, esse número é bastante representativo ao analisar a produção científica dos autores, algo que tende a crescer ainda mais, tendo em vista os programas governamentais de incentivo à formação de nível superior. De acordo com Meadows (1999), basta imaginarmos o crescimento da comunidade científica juntamente com o da população, o que significa que ambas as comunidades deverão estar crescendo mais rapidamente com o passar dos tempos. Nota-se, cotidianamente, além da diversidade de informações que se encontra na *Web*, o crescente número de estudantes que estão se inserindo nas Instituições de Ensino Superior (IES), tanto para a formação em cursos superiores, quanto à continuidade da formação com o desenvolvimento de pesquisas na Pós-Graduação. A consequência dessa inserção é um aumento da quantidade de pessoas com formação em nível superior e em cursos de pós-graduação e, conseqüentemente, o aumento da literatura científica.

Segundo Meadows (1999, p. 161) “a realização de pesquisas e a comunicação de seus resultados são atividades inseparáveis”. Logo, a comunicação científica desempenha um papel fundamental para a ciência, visto que está centrada na validação e certificação do

conhecimento científico, que depende da avaliação dos pares para sua publicação. A comunicação dos resultados exige não só rigor científico, como também apresenta um grande potencial para a melhoria da qualidade da educação superior.

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 que tem sofrido mudanças, possibilitando atualmente à comunidade científica o acesso a uma diversidade de funcionalidades.

Chartier (1999, p. 134) já nos dizia que o texto eletrônico, que antes era um sonho da humanidade, agora pode se resumir em “universalidade e interatividade”. As mudanças na indústria editorial provocaram um impacto na economia, na educação e nas relações sociais, afinal não é mais possível pensar o mercado editorial sem a utilização de plataformas e ambientes digitais tanto para a produção, como para a disseminação, acesso e uso das produções científicas.

As editoras universitárias desempenham um papel fundamental no processo de produção e divulgação da produção científica gerada a partir de pesquisas desenvolvidas por suas instituições de origem. Assim, a inserção das editoras universitárias no universo da *Web* utilizando ferramentas que foram desenvolvidas especificamente para a ampla promoção dos livros digitais, permite que a universalidade e interatividade, já colocada por Chartier (1999) seja cada vez mais uma realidade.

Diferentes são as plataformas para a publicação de livros digitais que podem ser utilizadas. Dentre elas destacam-se: *Amazon*, *iBooks*, *Wattpad*, *My eBook*, *Open Monograph Press*, etc. As suas características e funcionalidades são diferenciadas, contudo as plataformas compartilham um objetivo principal: a disseminação e promoção do livro em formato digital. Para esta pesquisa, optou-se por estudar o *Open Monograph Press*. Trata-se de uma plataforma para publicações de livros que segue a mesma filosofia do *Open Journal Systems*, amplamente utilizado no Brasil para publicações de periódicos científicos eletrônicos. Ambos têm como base o *Open Archives Initiative* (OAI) que desenvolve e promove padrões de interoperabilidade que visam facilitar a disseminação da informação. O *Open Monograph Press* é um sistema de gerenciamento e publicação de livros acadêmicos, que busca expandir e melhorar o acesso à pesquisa científica.

Portanto, 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?**

Tomando como pressuposto que a produção desenvolvida por uma instituição e/ou um pesquisador propaga os resultados de pesquisas realizadas, essa produção é denominada “comunicação científica”. Assim, a temática desta tese aborda o processo editorial das comunicações científicas. Esta evidência deve-se a diversos fatores, mas de modo marcante, está fortemente ligado ao cenário informacional contemporâneo e em especial ao Movimento de Acesso Aberto, entendido como a disponibilização livre, gratuita e sem barreiras de restrições financeiras e técnicas, à literatura científica por meio da Internet. O único limite à liberdade de acesso e uso a reprodução e distribuição dos conteúdos deve ser respeitado o direito moral, ou seja, a integridade e os créditos da obra.

Nesta tese, de modo mais específico, o foco são os livros digitais acadêmicos, os quais compõem o contexto da produção científica. A utilização de plataformas digitais possibilitou uma mudança significativa no processo de construção do livro, que já se inicia no universo digital. Esse elemento, conseqüentemente, acabou por modificar o processo editorial, a disseminação e o acesso, implicando em mudanças nas editoras.

De acordo com a 4ª edição da Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2015), 41% dos entrevistados já ouviu falar de livros digitais, e entre os leitores, o percentual de quem já leu livro digital é de 34%. Destaca-se que 88% disse que a forma de acesso aos livros digitais foi baixa-lo gratuitamente da Internet. Outro dado interessante é referente aos tipos de livros digitais lidos, os livros técnicos (para formação profissional) e os escolares ou didáticos (são os utilizados nas disciplinas do curso) juntos representam 54%, ou seja, os brasileiros estão cada vez mais lendo livros que perfazem o universo acadêmico. Como muitas produções das editoras já são de acesso aberto, o acesso à produção científica é facilitado.

O mercado editorial apresenta diversos relatórios anuais sobre o cenário do livro digital. Embora esses dados não representem a totalidade do mercado, constituem-se indicadores do crescimento do livro digital. Segundo o Informe Anual do Livro Digital elaborado pela Librandia (2018), o crescimento do mercado livro digital em língua espanhola é contínuo há nove anos consecutivos, excluindo-se dessa análise os livros acadêmicos. Os dados mostram que a Espanha segue sendo o mercado principal, seguido do México e Estados Unidos. O relatório da Bookwire também destaca o crescimento do mercado do livro digital na Espanha e América Latina, com um aumento nas vendas em 2018 (GUERRERO *et al.* 2019).

Na América Latina, o Brasil, a Argentina, a Colômbia e o México são os quatro países líderes, no que tange ao mercado do livro. As editoras universitárias são as que têm a maior

participação de títulos em formato digital e Brasil e Colômbia se destacam como os que mais publicam (DIEGO GONZÁLEZ; WISCHENBART, 2019). A pesquisa de Diego González e Wischenbart (2019) pontua também que desde 2005 a América Latina registra uma proporção de títulos maior do que a Espanha, que em 2017 foi de 64,19%. Os autores destacam que Espanha e Brasil são os países que têm o maior número de títulos registrados. Giménez-Toledo, Tejada-Artigas e Mañana-Rodríguez (2018a) ressaltam que 60% das editoras universitárias participantes da pesquisa publicam livros em acesso aberto, contudo destacam que a porcentagem de livros que compõem seus catálogos ainda é pequena. Nesse sentido, pode-se aferir que o mercado do livro digital é crescente e que a publicação em acesso aberto ainda tem muito a ascender no cenário editorial.

Destarte, no que diz respeito ao exposto até aqui e as contribuições para o mercado editorial, considera-se que esta pesquisa se mostra relevante, visto que a partir de um estudo de cenários é possível perceber e refletir sobre o futuro possível e/ou desejável do livro digital acadêmico. Assim, espera-se que este estudo contribua para promover a democratização do conhecimento científico.

Ao que aludem às justificativas pessoais acerca da realização dessa pesquisa, estas advêm do conhecimento acumulado sobre a temática “Livro Digital” a partir de atividades acadêmicas que foram realizadas desde a graduação em Biblioteconomia. No Mestrado em Ciência da Informação, foi desenvolvido o trabalho com o título “Ferramentas Web para a construção de uma biblioteca pública digital livre”. O estudo acerca das bibliotecas digitais e do livro digital no mestrado possibilitou identificar que o mercado editorial para os livros digitais está cada vez mais se consolidando. Nesse sentido, para o doutorado buscou-se trabalhar com os livros digitais acadêmicos e as editoras universitárias. Acredita-se que o livro digital disponibilizado em acesso aberto tende a provocar mudanças significativas no mercado editorial acadêmico, nas bibliotecas e na prática dos profissionais que atuam com o livro digital.

Esse estudo também é justificado pela ausência de pesquisas envolvendo cenários prospectivos acerca dos livros digitais acadêmicos, refletindo o seu caráter de ineditismo, contributo para a sociedade, a comunidade científica e para a Ciência da Informação. Essa tese se insere no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba, na linha de pesquisa Ética, Gestão e Políticas de Informação, e sua adequação está em ter pesquisado sobre o mercado do livro digital acadêmico, possibilitando o desenvolvimento de políticas para o setor.

A delimitação pelas editoras universitárias se deve ao reconhecimento do relevante papel que elas desempenham na divulgação e democratização do conhecimento científico. As editoras universitárias estão timidamente se inserido nesse universo, contudo elas têm um papel importante na ciência e tecnologia, possibilitando assim o desenvolvimento social do país. A inserção das editoras universitárias no mercado editorial digital não depende exclusivamente da disponibilização de páginas na *Web*, mas de toda uma mudança em suas políticas editoriais e no seu modo de produção. Dois movimentos tendem a auxiliar essa inserção: o movimento de acesso aberto e a utilização de plataformas para a publicação e gerenciamento dos livros digitais, conforme já pontuado.

Portanto, esta pesquisa tem a intenção de apresentar a perspectiva da produção de livros em formato digital no processo editorial, de modo que se possa direcionar políticas para o melhor desenvolvimento do mercado editorial do livro digital acadêmico. Tal orientação pode, não só consolidar os estudos do mercado editorial no campo da Ciência da Informação, como contribuir para a criação de estratégias consistentes para a produção científica aberta.

Assim, considerando o cenário exposto, esta pesquisa tem por Objetivo Geral: **“Investigar a perspectiva da publicação de livros em formato digital nos processos das editoras universitárias na América Latina”**.

Para atingir tal objetivo traçaram-se os objetivos específicos, que são:

- a) Caracterizar o fluxo editorial das editoras;
- b) Identificar as editoras universitárias que publicam em formato digital;
- c) Analisar a percepção dos diretores quanto à distribuição e ao uso de plataformas para gestão editorial;
- d) Elaborar cenários por meio do método de prospecção de Michel Godet.

Esta tese foi estruturada em oito seções.

A primeira seção, **Contextualização**, busca apresentar o tema. Introduce-se a problemática do estudo, apresenta as justificativas da pesquisa e os objetivos geral e específicos que norteiam seu desenvolvimento.

A segunda seção, **Comunicação Científica**, discute a comunicação científica, as mudanças advindas com o uso das tecnologias e o movimento de acesso aberto. Aborda, também, a maneira como o livro digital acadêmico se insere nesse contexto.

Na terceira parte, trata-se do **Livro Digital**, seus conceitos, problemas encontrados na sua adoção, o mercado para este tipo produto e apresenta-se as plataformas mais utilizadas

para hospedagem, distribuição e acesso aos livros digitais. Dentre as plataformas, aprofunda-se com mais detalhe no *Open Monograph Press*, apresentando uma visão de suas funcionalidades e discussões sobre seu potencial.

Na sequência abordam-se as **Editoras Universitárias**, seu papel social, desafios e dificuldades. Comenta-se como elas estão abordando o livro digital como produto de comunicação científica.

Na quinta seção, apresenta-se um delineamento do Método de **Cenários Prospectivos**, suas origens, abordagens, conceitos, alguns métodos, com destaque para o método descrito por Michel Godet e a caixa de ferramentas.

Na sexta seção, o **Percorso Metodológico**, apresentam-se os métodos e ferramentas para elaboração de cenários prospectivos, que serão utilizados como aporte metodológico para se atingir os objetivos da tese.

Na sétima seção é apresentado o **Descortinar da Pesquisa**, com os dados e a interpretação dos resultados que compuseram as duas etapas empíricas da pesquisa.

A oitava seção, **Análise e construção de cenários**, é composta pela descrição e análise do método de Godet aplicado às editoras universitárias da América Latina e a construção dos cenários prospectivos.

Em seguida, por fim, apresentam-se as **Considerações Finais**, seguidas das Referências e dos Apêndices.

2 COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

A comunicação científica é o processo que envolve a produção, divulgação, disseminação e o uso das produções científicas. Os modelos tradicionais de comunicação científica surgiram em uma época onde o suporte informacional predominante era o papel e a disseminação acontecia essencialmente nos canais formais, como os livros e periódicos, e os informais, como eventos e relatórios técnicos. Com o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação e, sobretudo, com o uso da Internet, esse cenário foi evoluindo e sofrendo modificações. Periódicos, livros, anais de eventos, entre outros podem ser disponibilizados no formato impresso como no digital, conseqüentemente, tanto o modo de produção, como o de disseminação, acesso e uso são alterados. Nesse contexto, o desenvolvimento do Movimento de Acesso Aberto vem cada vez mais alargar as possibilidades de uma democratização do conhecimento. Os modelos tradicionais de comunicação, bem como o que seria um canal formal e informal, passam a ser modificados com o uso de novas ferramentas tecnológicas e de ambientes digitais.

2.1 Breves reflexões acerca da comunicação científica

A raiz da comunicação científica está atrelada à criação e à expansão da imprensa que, por sua vez, encontra-se associada intimamente ao desenvolvimento da ciência e tecnologia (C&T) ao longo dos séculos. Para Meadows (1999), dentre os critérios utilizados para identificar o crescimento da ciência, está o número de pesquisadores, o volume de verbas investidas e a produção científica. Cada um destes pode ser verificado tanto em fontes diretas como indiretas e acrescidos de outros indicadores, como número de periódicos, publicações de artigos, de livros, pessoal formado nos programas de pós-graduação etc.

Retomando a concepção de comunicação científica, para Christóvão e Braga (1997), trata-se tão somente de processo amplo e inesgotável de geração e transferência de informações científicas dentre a comunidade científica, em primeiro lugar e em meio às coletividades, posteriormente. Isto porque, a priori, a produção de novos conhecimentos se dá a partir da ação teórica e/ou prática dos atores (pesquisadores) desenvolvida no âmbito acadêmico e científico, tendo como ponto de partida as atividades de ensino, pesquisa e extensão, as quais possibilitam a divulgação dos resultados de estudos e pesquisas empreendidas.

Garvey (1979, p. ix, tradução nossa) define comunicação científica como “todo espectro de atividades associadas com a produção, disseminação e uso da informação, desde a busca de uma ideia para pesquisa, até a aceitação da informação sobre os resultados dessa pesquisa como componente do conhecimento científico”.

O processo de comunicação se dá a partir de duas etapas: a produção e a inserção nos canais de informação, os formais e informais. Para a consecução dos objetivos subjacentes à comunicação, é essencial a interveniência dos canais de informação, que, na realidade, efetivam a divulgação, o acesso e o uso da informação, permitindo o avanço da C&T, da comunicação científica, da circulação dos fluxos informacionais e do exercício funcional das fontes de informação. Os canais de informação permitem o desenvolvimento da ciência, da comunicação científica, dos fluxos e de fontes de informação (MUELLER, 2000), possibilitando a troca de informações entre a comunidade.

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. Dizendo de outra forma, para que tal assimilação se concretize, é imprescindível que a divulgação científica lance mão de diferentes canais de comunicação existentes e, ainda, que o outro, ou seja, o indivíduo a quem a informação alcança, possua o domínio mínimo da chamada alfabetização científica. Eis condição *sine qua non* para que possa compreender e assimilar o que está lendo e, então, possa fazer uso das informações obtidas. Somente assim, isto é, apenas a partir do acesso e da utilização da informação se dá início a um novo processo de produção de conhecimento científico.

Considerando esse ciclo, de acordo com Kobashi e Tálamo (2003, p. 19), “compete à Ciência da Informação estabelecer os princípios e as práticas relacionadas à produção da informação, sua distribuição e formas de acesso”.

De acordo com Le Coadic (1996, p. 27):

As atividades científicas e técnicas são o manancial de onde surgem os conhecimentos científicos e técnicos que se transformarão, depois de registrados, em informações científicas e técnicas. Mas, de modo inverso, essas atividades só existem, só se concretizam, mediante essas informações. A informação é o sangue da ciência. Sem informação, a ciência não pode se desenvolver e viver. Sem informação a pesquisa seria inútil e não existiria o conhecimento. Fluido precioso, continuamente produzido e renovado, a informação só interessa se circula, e, sobretudo, se circula livremente.

Na comunidade científica, a comunicação é o processo que incorpora as atividades ligadas aos fluxos e processos informacionais. Em suma, a comunicação científica fornece ao produto e, também, aos produtores (pesquisadores) a necessária visibilidade e possível credibilidade no meio social em que produtos e produtores se inserem, como Targino (2000) acrescenta.

É 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. Portanto, os modelos de comunicação científica são como um fluxo informacional que não necessariamente tem um fim, mas sempre um novo recomeço. 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. A disponibilização da produção científica é tão mais importante à medida que o desenvolvimento, a comunidade científica, a sociedade em geral tem o direito de ter acesso à informação. Este acesso possibilita à construção de novos conhecimentos, a resolução de problemas e as mudanças em sua comunidade.

2.2 Modelos de Comunicação Científica

O fluxo da informação científica vem sendo reestruturado a partir da utilização das tecnologias da informação e da comunicação e, sobretudo, com o uso da Internet que tem possibilitado mudanças culturais, sociais e econômicas. O uso das tecnologias suscita novas relações sociais e novos modos de produção, disseminação e uso da informação, contribuindo

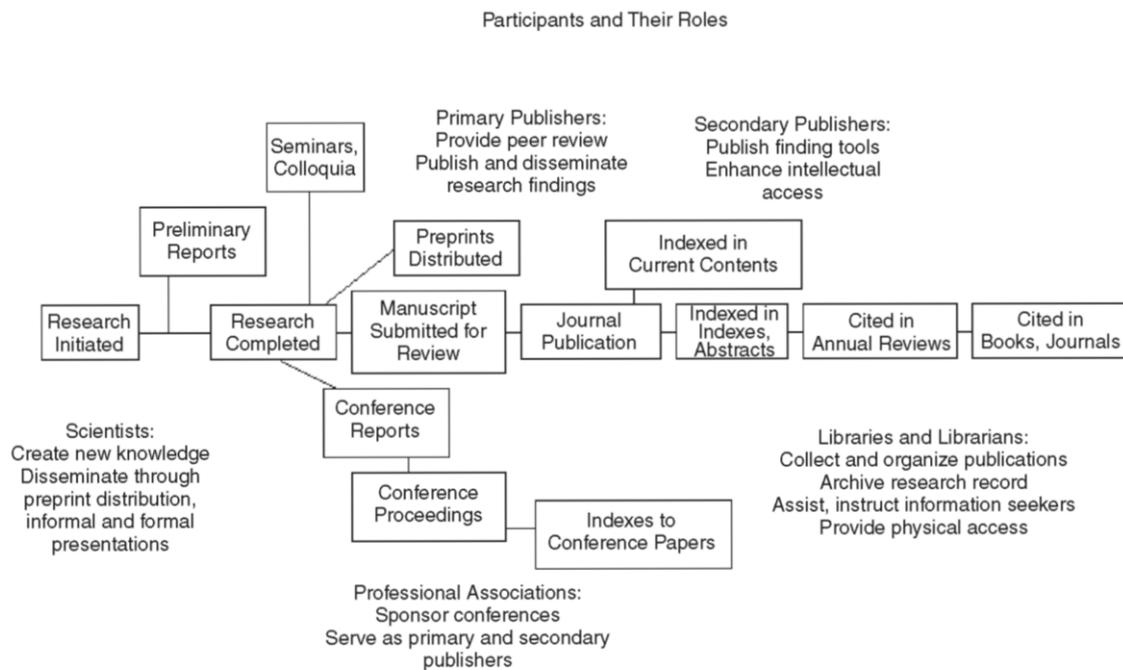
assim para os novos modelos de comunicação científica. Nesse sentido, modelos tradicionais como o de Garvey e Griffith, baseados nas publicações impressas, são adaptados para o universo das publicações eletrônicas e das produções em acesso aberto e ilimitado.

Garvey e Griffith entre as décadas de 1960 e 1970 desenvolveram um modelo de sistema de comunicação científica baseado em pesquisas e observações na área de Psicologia. Em 1979 Garvey publica um livro com colegas em que apresenta mais resultados dessa investigação. Para os autores, os fluxos de informação em psicologia revelam uma série de disseminações para vários públicos em diversos canais de comunicação. Os dados de sua pesquisa fornecem uma base empírica para o modelo consensual de ciência já pontuado por Ziman (GARVEY; GRIFFITH, 1979).

Destaca-se que, no período em que o modelo foi desenvolvido, ainda não existia o domínio de Tecnologias da Informação e Comunicação. Era um período denominado por Hurd (2004) de era da impressão em papel. O modelo descreve o fluxo da informação que revela uma série de etapas que vão desde o início do projeto de pesquisa onde o cientista constrói o seu arcabouço teórico, define quais os dados serão coletados, coleta e os analisa, passando pela fase da disseminação aonde são diversos os canais que esta produção pode circular, até a sua fase final de uso, quando a publicação é citada na literatura. A comunicação científica acontece inicialmente com a utilização dos canais informais, estas etapas podem ser constituídas de relatórios preliminares, audiências, participação em eventos, publicações em anais e *preprints*, até a transferência para os canais formais, como periódicos e livros.

Para os autores, o fluxo da informação científica ocorre de maneira contínua, sendo possíveis diversas ramificações, nas quais cada uma gera um documento diferenciado. Todas as fases são mostradas em uma cronologia, os autores destacam que o trabalho da sua fase inicial até o momento que ele é publicado em um canal formal, como o periódico, dura cerca de três anos. Todo o processo que se inicia com a pesquisa até o depósito nos canais formais, sendo incorporado a fontes secundárias e terciárias até chegar ao processo de citação gerando conhecimento científico ocorre ao longo de um período de 12 a 15 anos (GARVEY; GRIFFITH, 1979). Esses cálculos foram baseados nos eventos da área, no tempo que a publicação fica em processo de avaliação e uma média para ser citado. Reitera-se que, mesmo a pesquisa sendo na área de psicologia, muito desse modelo foi adotado para diversas áreas do conhecimento. Hurd (2004) apresenta o modelo citado com as suas etapas e os profissionais que atuavam nesse modelo de comunicação científica (Figura 3).

Figura 3 –Modelo Tradicional de Comunicação Científica de Garvey e Griffith



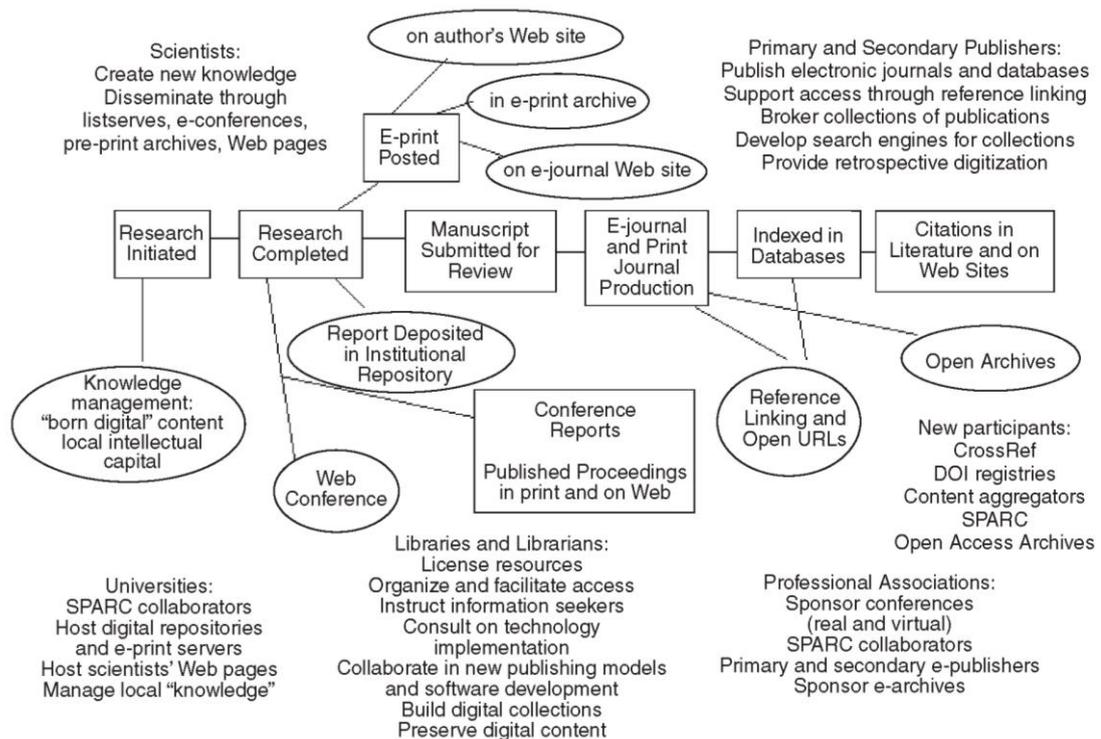
Fonte: Hurd (2004)

Com o desenvolvimento das tecnologias e sua incorporação nas atividades dos pesquisadores, o modelo tradicional de comunicação científica como a ser repensado e, sobretudo, modificado. Assim, Julie Hurd, em meados de 1990, analisou o processo de comunicação científica com base no modelo proposto por Garvey e Griffith que foi desenvolvido em um período que a produção científica era predominantemente impressa. Hurd buscou aperfeiçoar o modelo, a partir da visão de Vannevar Bush, acrescentando funcionalidades advindas do uso das tecnologias da informação e da Internet nos processos de comunicação científica, o qual possibilitou mudanças “na própria natureza da investigação e da publicação e alterou a forma como biblioteca e bibliotecários interagem com cientistas e editores” (HURD, 2004, p. 5). A autora identificou atividades recentes que vêm sendo desenvolvidas no campo científico como a autopublicação (*selfpublishing*), a produção de modo colaborativo, o armazenamento de dados em repositórios institucionais e o depósito dos relatórios de pesquisa em servidores *preprints*.

De acordo com Hurd (2000, p. 1279) “a mídia digital pode trazer novos papéis e funcionalidades aos participantes”. Assim, devemos criar novos papéis que garantam a sobrevivência no futuro eletrônico. A colaboração entre as organizações deve existir para o desenvolvimento de novos serviços e produtos. A autora cita como exemplo a *Scholarly Publishing and Academic Resources Coalition* (SPARC), uma iniciativa de publicações

acadêmicas. Muitas bibliotecas utilizam de consórcios para produção e aquisição de produtos informacionais; serviços de agregação, etc. Para Hurd (2000), a colaboração não deve existir apenas no desenvolvimento da pesquisa, mas também fazer parte da etapa da produção e da disseminação da informação e, conseqüentemente, modificar o acesso e o uso da informação. Na Figura 4 visualiza-se o modelo proposto por Hurd. De acordo com a autora, os retângulos são atividades e funcionalidades duradouras, o que Garvey e Griffith pontuam como etapas (sendo que algumas incorporam tecnologias) e os ovais não faziam parte do sistema impresso e identificam as novas funcionalidades e os novos participantes.

Figura 4 – Modelo de Comunicação Científica de Julie M. Hurd



Fonte: Hurd (2004)

Observa-se que no modelo proposto por Hurd (2004) está incorporado o uso de ferramentas/plataformas de acesso aberto, como repositório institucional, *open archives*, *Web sites* e atividades de colaboração entre as organizações como SPARC citada pela autora. Logo, as etapas que antes eram bem separadas, sendo as primeiras publicações nos canais informais para depois serem transferidas para o formal, não ocorrem mais necessariamente nessa ordem. Para a autora, tanto a revisão por pares como os colégios invisíveis continuam a existir com os novos modelos de comunicação, integrando adequações ao uso das tecnologias. A revisão por pares evoluiu ao longo dos anos como um mecanismo para validar a qualidade

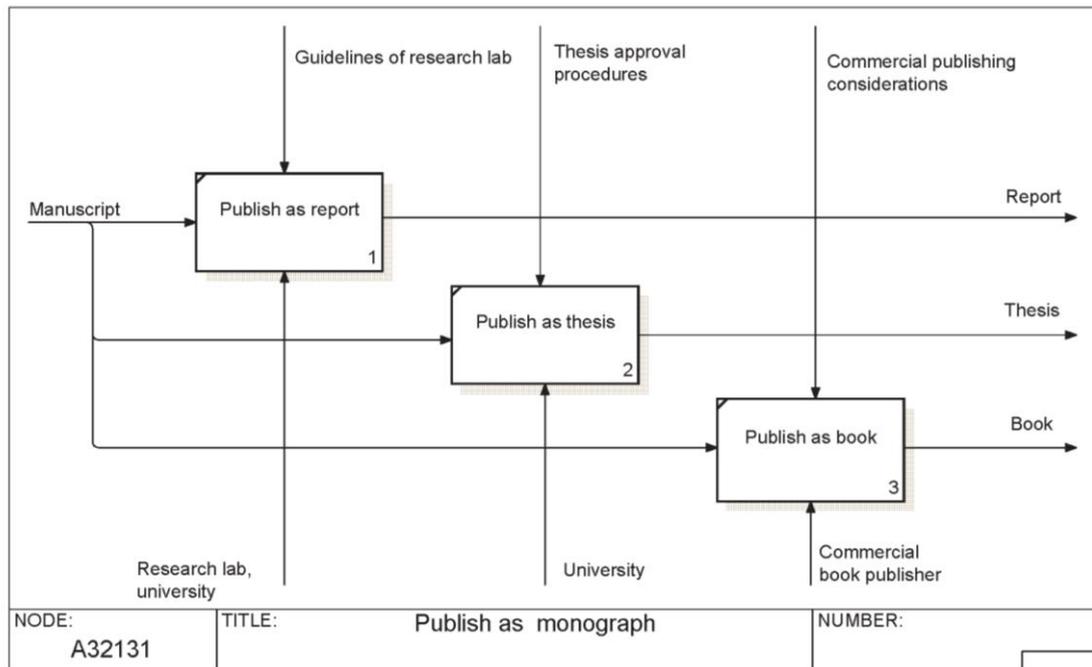
da produção científica e fazia parte quase que exclusivamente das publicações em revistas. Com o uso de plataformas para conferências as avaliações acabam sendo realizadas várias vezes para os diversos canais que se deseje publicar.

Outro modelo de comunicação científica que vem sendo discutido é o proposto por Björk (2007). Com 33 diagramas, o autor apresenta um escopo com o ciclo de vida completo da publicação e as atividades de leitura, que vão desde a pesquisa inicial até a assimilação dos resultados da pesquisa. O modelo abrange a comunicação informal e formal, bem como a publicação de dados, tendo como foco a publicação e indexação de artigos de revistas. A ênfase de seu modelo está na publicação e divulgação dos resultados de pesquisa, que pode apresentar diversas formas de publicações no final, assim como ser impressa ou eletrônica. Diferente dos modelos já mencionados Björk buscou envolver mais atividades que os demais modelos, dentre elas o financiamento das atividades, tendo em vista que muitas pesquisas são desenvolvidas com financiamento público, através das agências governamentais e/ou privadas.

Um dos diagramas é dedicado à publicação de monografias⁴ compreendidas por Björk (2007) como publicações científicas que são publicadas pela universidade do pesquisador e que não fazem parte de um periódico ou de uma conferência. As monografias incluem documentos de trabalho como relatórios de pesquisa, teses de doutorado e livros (Figura 5). O autor destaca que em alguns casos as monografias podem ser publicadas por editoras comerciais. No Brasil, as editoras universitárias publicam a produção de suas instituições, mas atuam também como editoras comerciais, comercializando suas obras em eventos e em seus sites.

⁴ Termo europeu para designar livro acadêmico ou didático.

Figura 5 – Diagrama publicações de monografias

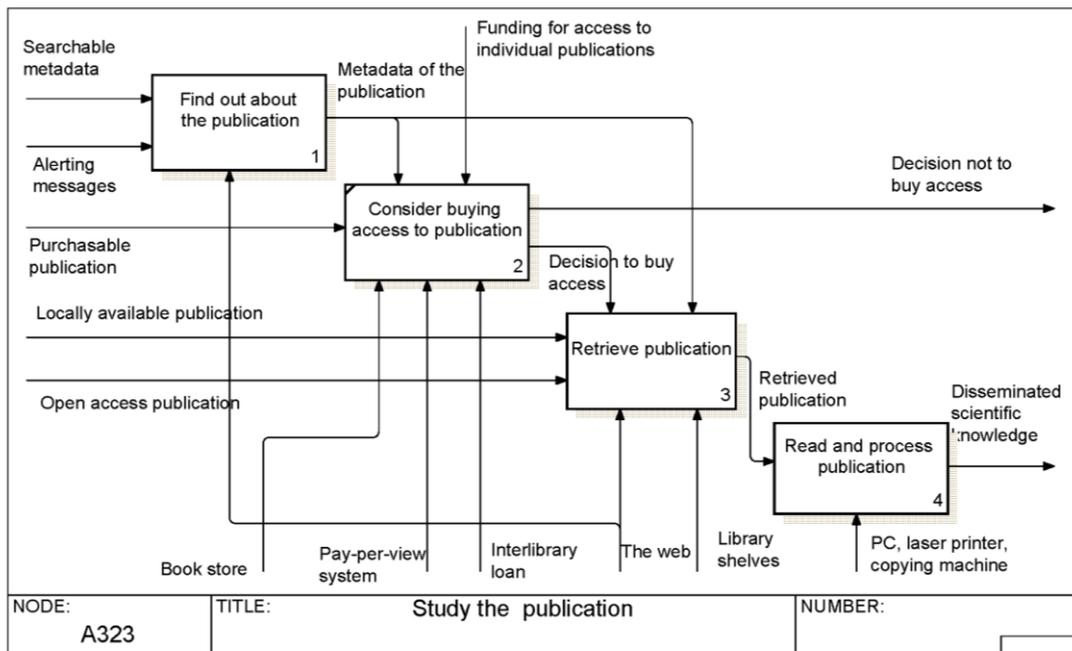


Fonte: Björk (2007)

Como suporte para publicação as editoras universitárias que apresentam as características de publicação de monografia pontuadas por Björk (2007) podem fazer a utilização de plataformas que auxiliam o desenvolvimento. Este é o caso do *Open Monograph Press*, que gerencia o fluxo de trabalho das publicações, possibilitando, inclusive, a avaliação por pares. Essa plataforma é semelhante ao *Open Journal Systems* que já vem sendo utilizada amplamente pelas revistas científicas no Brasil.

Em sua pesquisa, Björk (2007) destaca que em muitos debates a ênfase está sobre os custos e preços da fase de publicação, mas a indexação, o acesso à biblioteca, o custo para a recuperação do usuário e até mesmo a qualidade da pesquisa e o desenvolvimento do produto devem ser considerados. Custos não são apenas monetários, mas incluem o tempo que os leitores gastam para recuperar a informação e ler um artigo, o tempo para revisar e comentar um manuscrito etc.

Figura 6 – Diagrama estudo da publicação



Fonte: Björk (2007)

No diagrama A323, apresentado na Figura 6, Björk (2007) apresenta as estruturas das atividades dos leitores onde as produções podem ser impressas ou eletrônicas e o acesso as publicações pode se dar por compra, local ou de acesso aberto. O leitor pode optar por não comprar o acesso. Se a publicação for de acesso aberto ou decidir pela compra o leitor pode ter acesso via *Web* ou na biblioteca e depois que ele lê e processa a informação, o fluxo segue com a disseminação do conhecimento científico, conforme pontuou Barreto (1994).

Destaca-se que na literatura outros modelos de comunicação científica são apresentados, mas sempre tendo por base o modelo de Garvey e Griffith. Porém, para essa tese, foi eficaz a análise da evolução dos modelos de comunicação científica a partir dos três modelos apresentados, visto que representam a evolução do modo de produção, disseminação, acesso e uso da produção científica ao longo das décadas. Perpassamos um modelo totalmente impresso e por muitas vezes pago para chegar a um modelo onde o impresso ainda existe, mas o destaque está no ambiente digital. Acredita-se que esse cenário ainda tende a ser modificado com as publicações de acesso aberto, que visa o acesso livre, gratuito e irrestrito da produção científica.

2.3 Comunicação científica e o Movimento de Acesso Aberto

Na sociedade contemporânea, as Tecnologias de Informação e de Comunicação (TIC), sobretudo, as infinitas potencialidades da Internet e da *Web*, favorecem a diversificação crescente de novos artefatos informacionais. Eles auxiliam a produção e, por conseguinte, a divulgação do conhecimento científico.

Na comunicação científica as tecnologias e o profissional da informação atuam como mediadores, possibilitando que a comunidade tenha acesso aos produtos informacionais e assim possibilite que as etapas, ou seja, os processos da comunicação científica pontuados por Garvey e Griffith (1979), Christóvão e Braga (1997), Meadows (1999), Targino (2000), Hurd (2000, 2004) e Björk (2007), sejam realizadas.

Segundo Garcia e Targino (2008, p. 38):

É preciso superar a tendência da comunicação somente para e entre cientistas. Se a comunicação científica é básica àqueles que fazem ciência, a produção da C&T não se dá alheia ao contexto social em que se insere. Como sistema social, a ciência deve ultrapassar as fronteiras da comunidade de usuários mais imediatos rumo ao grande público, sob o risco de se tornar desnecessária e inútil.

É necessário refletir sobre as demandas da sociedade, refletir sobre as necessidades informacionais dos usuários, que estão sendo alteradas, sobretudo, com o uso das tecnologias. Possibilitar o acesso da informação para a comunidade científica é um dever de todos os pesquisadores. A academia não deve ficar alheia ao contexto social em que atua e o desenvolvimento de pesquisas e projetos deve possibilitar uma mudança no cenário da sociedade. Destaca-se que não se faz necessário apenas o desenvolvimento de pesquisas, mas que os seus resultados sejam disseminados. Desta forma toda, a sociedade deve ter acesso à produção científica.

Conforme já salientado, o desenvolvimento das tecnologias possibilitou o desenvolvimento de novos artefatos informacionais, permitindo uma ampliação nos canais de disseminação e divulgação da produção científica. Por outro lado, quanto ao uso das tecnologias, autores como Baudrillard (1992) e Virilio (1993) apontam problemas e ameaças, como um perigo do virtual suplantar o real. A preocupação chegou ao ponto de Baudrillard (1992, p. 60) nos dizer que o homem virtual pode vir a “tornar-se um deficiente motor e provavelmente cerebral também”. Pode-se dizer que essas são questões já superadas visto que

já foi dito há quase 30 anos. Contudo, é preciso rejeitar a concepção das tecnologias como ameaçadoras, mas também evitar o determinismo tecnológico.

São perceptíveis os avanços ocorridos com o uso das tecnologias da informação e comunicação em especial a partir do Movimento de Acesso Aberto. O uso de plataformas e *software* de código aberto permitiu a propagação dos artefatos informacionais para a disseminação da produção científica.

O movimento do acesso livre e aberto reforça a nossa tese de que, embora haja algum custo, é inegável o poder das redes eletrônicas na operacionalização da oferta de informação, ampliando o acesso à ciência para maior percentual da população e com isso abrindo novos públicos na busca do conhecimento. (VALERIO, 2012, p. 159).

A utilização de tecnologias de acesso livre e aberto possibilita a consolidação de um novo modelo de comunicação científica, voltado para a produção, disseminação, acesso e uso da informação produzido pela comunidade científica. Isto é possível tendo em vista que o usuário também é produtor da informação.

Assim, o ápice da comunicação eletrônica ora vivenciado possibilita maior velocidade para divulgação de informações em diferentes suportes dentre os pares e/ou com o público geral. Para Bomfá *et al.* (2008, p. 317) “os principais benefícios propiciados por essas mudanças estão relacionados à rapidez, amplitude, visibilidade e transparência no acesso rápido à informação”.

No campo da Ciência da Informação os processos de produção, disseminação, acesso e uso da informação evoluíram nas últimas décadas. Enfatiza-se que um dos mecanismos que tem auxiliado esse processo de disseminação da produção científica é o *Public Knowledge Project* (PKP), com seus sistemas, assim como o *Open Journal Systems* (OJS) para gerenciamento de periódicos científicos; o *Open Conference Systems* (OCS) para eventos e conferências; o *Open Monograph Press* (OMP) para livros; e o *Open Preprint Systems* (OPS) para publicação de *preprints*.

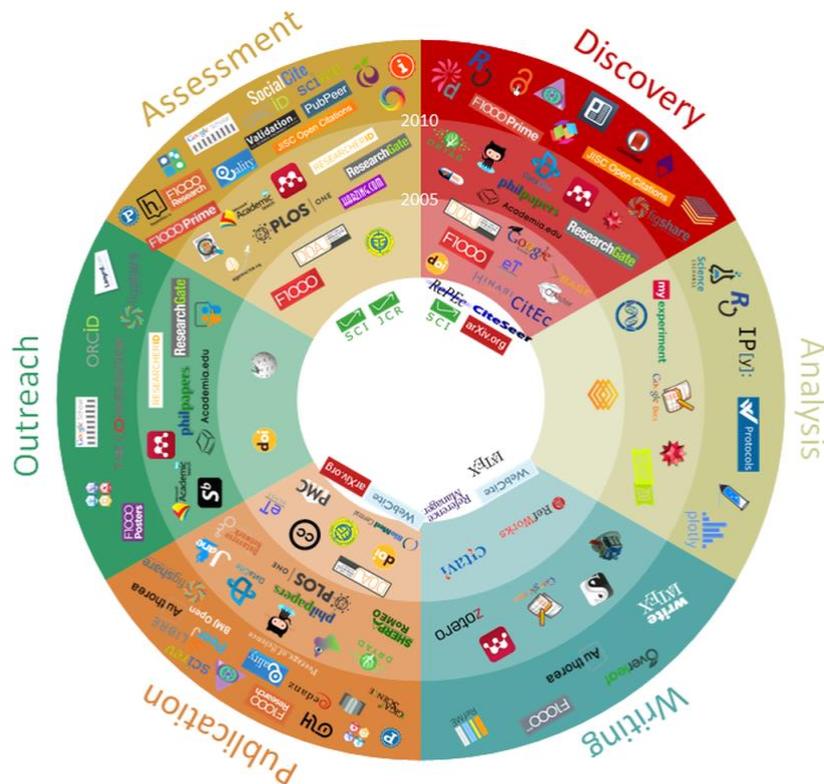
Mueller (2006, p. 27) destaca que “O movimento para acesso livre ao conhecimento científico pode ser considerado como o fato mais interessante e talvez importante de nossa época no que se refere à comunicação científica”. O movimento de acesso aberto vem marcar uma nova era na comunicação científica. Para Córdón García *et al.* (2014) o acesso aberto possibilita um acesso ilimitado à informação científica, de modo que qualquer pessoa pode utilizar as informações digitais sem restrições.

No Brasil, desde o ano de 2000, o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) vem utilizando e adequando padrões estabelecidos pelo OAI. São exemplos a Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD), o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER), o Portal Oásis.Br, entre outros. Destaca-se também a *Scientific Electronic Library Online* (SciELO) que indexa periódicos científicos, as Bibliotecas Digitais e os Repositórios Institucionais que vêm se destacando nos dias atuais e contribuem para preservação e disseminação da produção institucional digital.

Nesse aspecto, percebe-se que, no universo da comunicação científica, o uso das tecnologias é imprescindível e que, se elas devem ser utilizadas com cautela, também podem ser vistas como um canal fundamental para o processo de disseminação e divulgação da produção científica. Canais tradicionais como livros, periódicos e anais de eventos sofreram alterações em suas características e formatos e passam a compartilhar espaço com novos canais como portais, sites, blogs, redes sociais e diretórios de dados, entre outros. O acesso às informações com o uso das tecnologias acontece de modo remoto e a utilização de metadados facilita a recuperação das informações, bem como possibilita o intercâmbio das informações entre instituições.

Diante desse universo de novas ferramentas que auxiliam o desenvolvimento de pesquisas, Kramer e Bosman (2016) apresentam os dados de uma pesquisa que seleciona 101 ferramentas de gestão das atividades de pesquisa e estão buscando identificar e caracterizar os fluxos de trabalho de pesquisa. De acordo com as fases do ciclo de investigação do pesquisador, os autores definiram seis fases do fluxo de trabalho: descoberta (*Discovery*), análise (*Analysis*), escrita (*Writing*), publicação (*Publication*), divulgação (*Outreach*) e avaliação (*Assessment*). Para cada fase foram feitas perguntas com sete opções pré-definidas e outra livre aonde busca identificar as ferramentas de inovação que os pesquisadores utilizam, por fim os autores questionaram a opinião deles sobre o Acesso Aberto e Ciência Aberta. A pesquisa pontua que 85,9% apoiam o objetivo do OA e que 80,9% apoiam os objetivos da *Open Science*. Para representar o resultado da pesquisa, Kramer e Bosman (2016) optaram por utilizar círculos coloridos, as cores usaram três gradientes para denotar o cronograma. As ferramentas mais recentes vão aparecer no exterior e utilizaram o logotipo para facilitar a leitura.

Figura 7 – 101 Inovações em Comunicação Científica



Fonte: Bosman e Kramer (2016)

Diversas são as ferramentas que podem ser utilizadas nas fases de uma pesquisa. Como os autores trabalham com dados abertos, eles seguem realizando novas análises dos dados. Em dezembro 2016, realizaram a combinação de plataformas de modo que os dados ficam livres para análise de outros pesquisadores, no site *101 innovations*⁵. A partir dos dados já apresentados, os autores pontuam que em cada fase o pesquisador utiliza-se de ferramentas diferentes, que podem ser gratuitas ou pagas. Várias combinações são apresentadas pelos autores, que eles chamam de hipotéticas, porque depende do perfil do pesquisador. Exemplos comuns do tipo de trabalho são o tradicional, moderno, inovador ou experimental. Dentre elas, as tradicionais são as ferramentas mais comuns, que não possuem nenhuma funcionalidade em comparação com a era impressa, exceto o acesso *online*; as modernas fazem uso da Internet para tornar o fluxo de trabalho mais poderoso, mais moderno; as de inovação possibilitam ainda mais mudanças no fluxo de trabalho, na sequência de atividades, nos papéis dos pesquisadores; e as experimentais são ferramentas de ponta na comunicação científica, geralmente com grande impacto, apesar de ser pontuado pelos autores que ainda

⁵ Disponível em: <https://zenodo.org/record/49583#.XmTeb6hKhPY>. Acesso em: 20 maio 2017.

estão em desenvolvimento, ou seja, seus resultados ainda são incertos. (KRAMER; BOSMAN, 2016).

Figura 8 – Exemplos típicos do fluxo de trabalho⁶



Fonte: Kramer e Bosman (2015)

Bases de dados, repositórios institucionais, repositórios temáticos *online*, identificador digital de pesquisador, ferramentas de organização e gestão de referências, sistemas de descobertas, biblioteca digital, ferramentas de métricas de impacto, plataformas colaborativas, ambiente computacional interativo, plataforma de publicação científica em acesso aberto, comunidade *online* para discussão, entre outras, todas são ferramentas de inovação identificadas na pesquisa. Diante do crescente avanço das tecnologias Kramer e Bosman (2016) destacam que as ferramentas mais recentes possivelmente não estarão ainda nesses resultados.

Nesse sentido, diversas são as plataformas que são utilizadas pelos pesquisadores, desde a descoberta, fase inicial da pesquisa até a avaliação. Se analisarmos as ferramentas de cada etapa é possível perceber que as etapas tradicionais do modelo de comunicação científica proposto por Garvey e Griffith (1979) ainda permanecem como base, contudo as tecnologias e novas etapas pontuadas por Hurd (2000) e Björk (2007) também são representadas. A diferença persiste no modo como cada etapa é desenvolvida, pois se inicialmente o formato predominante era o papel, agora com a utilização de ferramentas digitais é possível produzir e ter acesso à informação, unicamente, em formato digital.

⁶ Disponível em: https://figshare.com/articles/101_Innovations_in_Scholarly_Communication_the_Changing_Research_Workflow/1286826. Acesso em: 20 maio 2017.

Conforme pontuado por Kramer e Bosman (2016) as fases de publicação e descoberta possuem ferramentas mais recentes. Estas são as fases da comunicação científica que acabam sendo mais alteradas pelo uso das tecnologias e da Internet e que, conseqüentemente, alteram as outras.

Assim, as mudanças nos modelos tradicionais de comunicação científica se deram, com o surgimento de novos produtos e canais informacionais advindos do uso de tecnologias e da Internet.

Para Mueller (2006) a comunidade científica concedeu às revistas indexadas o canal preferencial para a certificação do conhecimento científico. Meadows (1999) também ressalta a importância dos periódicos científicos para a comunicação científica. Os periódicos científicos ao longo dos tempos passaram por diversas mudanças especificamente com os novos moldes de publicação científica e do acesso aberto.

Nesse cenário de ambientes para preservação e divulgação da comunicação científica, o mercado de livros digitais, um produto informacional, vem se ampliando em ritmo cada vez mais crescente no país. Sobretudo, o uso de tecnologias de acesso aberto possibilitam um novo modo de produção, disseminação, acesso e uso da comunicação científica.

O livro sempre teve o seu lugar de destaque na sociedade como produto de guarda, disseminação e preservação da memória. No universo acadêmico, ele é compreendido como um canal de informação formal para veicular uma informação comprovada a partir de estudos. As publicações formais são divulgadas de um modo mais amplo, possibilitando que mais usuários tenham acesso à informação. Se antes pensávamos em qual tipo de material iria produzir um livro, na atualidade o produtor tem diversas ferramentas para escrita. Ao final da escrita podiam-se questionar quais as dimensões e características físicas teria a obra. Hoje, com o digital, tem-se a opção de uma única obra ser publicada em diversos formatos, com vários recursos multimídia e ser disponibilizada em uma diversidade de bases de dados, diretórios, repositórios, livrarias, bibliotecas digitais ou até mesmo em ferramentas específicas para a comercialização.

Conforme pontuado por Hurd (2004), o novo modelo de comunicação científica incorporou não apenas novos canais para a disseminação, mais um novo modo de se produzir e até mesmo de se ter acesso à informação. Isso, conseqüentemente, altera a forma como o usuário consumirá a sua informação. Assim, mesmo que o usuário consuma uma informação disponibilizada de forma paga ou gratuita, o acesso se dará por meio de uma gama de ferramentas e dispositivos, exemplos destes identificados na pesquisa de Kramer e Bosman (2016). Ainda assim, ao analisarmos as ferramentas apresentadas na pesquisa, constata-se

facilmente que há outra diversidade que ainda não foi pontuada. A mudança acontece também nos papéis da sociedade, pois agora o leitor também é produtor e conseqüentemente isso altera o modo se produzir e consumir as produções científicas.

Portanto, 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.

3 LIVRO DIGITAL

O desenvolvimento e a expansão da imprensa, seguido da evolução das TIC permitiram a democratização das mídias. Eles possibilitaram uma ampla produção e divulgação da comunicação científica e, sobretudo, provocaram mudanças nos suportes e produtos informacionais. Nesse cenário, destacam-se os livros digitais como produto informacional que vem ganhando cada vez mais mercado, surgindo novos formatos e plataformas no qual diversos usuários podem ter acesso à produção científica.

3.1 O livro digital e o seu crescente desenvolvimento

A imprensa de Gutenberg se manteve como a principal tecnologia de difusão do conhecimento por aproximadamente 500 anos. Mas, como toda tecnologia, tende a ser suplantada. As ideias de Bush (1945) com o Memex, já previam as mudanças do livro, da produção e da divulgação das publicações científicas. O que parecia ser utópico tornou-se realidade e uma realidade que está em constante processo de evolução.

De acordo com Cordon García, Alonso Arévalo e Martín Rodero (2010, p. 75, tradução nossa) “o livro eletrônico é uma realidade inegável, a qual o setor editorial deve dar uma resposta, desenvolvendo uma oferta atrativa e variada, como a administração, regulando sua conservação e visibilidade”.

As mudanças no cenário editorial do livro impresso para o livro eletrônico estão densamente ligadas ao desenvolvimento da comunicação científica. Como Gomes (2013) sumariza, desde a imprensa com seus tipos móveis; a propagação de informações via almanaques, semanários, revistas; o surgimento de novas disciplinas; a instalação de IES em diferentes nações e no caso brasileiro, em praticamente todos os estados; a criação de associações e sociedades científicas; a edição maciça de títulos de periódicos científicos; todos estes representam elementos que permitiram e permitem a consolidação da comunicação científica como se conhece na contemporaneidade.

Impresso ou eletrônico, o livro consiste em um produto informacional, integrado à comunicação formal, assim como periódicos e seus artigos, relatórios, monografias acadêmicas em diferentes níveis, obras de referência etc. As principais vantagens da comunicação formal são: a possibilidade de alcançar público mais amplo, armazenagem e recuperação mais seguras e maior controle via avaliação prévia. No caso do livro eletrônico, Cordon García, Alonso Arévalo e Martín Rodero (2010) o destacam como o terceiro nível da

revolução digital, atrás das obras de referências e dos periódicos científicos “tradicionais” a tal ponto que as publicações acadêmicas vêm se inserindo nesse universo digital.

De forma similar, para Procópio (2013, p. 18), as ferramentas digitais desenvolvidas com “[...] a democratização das mídias possibilitaram a interferência direta de novos personagens no mercado, e a democratização proporcionou o acesso irrestrito aos modos de produção dos livros e a seu consumo, acesso e leitura”. Logo, inevitavelmente, a edição de livros sofre significativas alterações com a era digital e tais mudanças afetam não só o suporte da escrita, mas também o próprio conteúdo e, por conseguinte, o acesso.

O livro já pode nascer essencialmente digital, sob formatos digitais diversificados, sendo os mais comuns o *Portable Document Format* (PDF), *Hyper Text Markup Language* (HTML5), *Mobipocket E-books* (MOBI) e *Electronic Publication* (ePub). Os livros podem ganhar novos formatos após sua editoração, além do fato de poderem ser disponibilizados concomitantemente de modo impresso ou digital, para atender aos que resistem à leitura digital e preservam seu amor ao papel.

Ao rever a história do livro e das bibliotecas, vê-se que o suporte da escrita, ao longo dos séculos, se modifica em consonância com as particularidades de cada sociedade e, em pleno século XXI, sofre sérias interferências das inovações tecnológicas. Dos tabletes de argila aos *tablets* há um longo caminho percorrido. Registra-se a passagem da escrita no papiro e sua disposição em *volumen* (organização em rolos). Posteriormente, é a vez do pergaminho, que dá origem ao *códex* (organização em cadernos), formato utilizado até os dias atuais. Por fim, chega-se ao papel, suporte que favorece maiores mudanças no processo da escrita, e, portanto, na circulação do fluxo informacional com impactos na comunicação científica.

No que tange ao conteúdo, as mutações ocorrem, essencialmente, no campo da autoria, uma vez que, a princípio, o ato de ler e/ou escrever está limitado a uma ínfima parcela da população, incluindo religiosos, pessoas cultas e cientistas. Indo de um extremo ao outro, na atualidade, o escritor/autor tem a possibilidade de se autopublicar, isto é, assume a função concomitante de autor e editor, sem precisar se submeter aos ditames de casas editoriais. Destaca-se que os autores que levam o selo de grandes editoras ou distribuidoras acabam tendo mais vantagens, quanto ao *design*, à produção, ao número de acessos, ao processo de *marketing*, distribuição, vendas etc. e até de credibilidade, pois as editoras contam com equipes especializadas em cada etapa da publicação.

A onda de autoria autônoma é tamanha que dados da Nielsen apontam que as vendas do mercado editorial de *ebooks*, ano 2015, diminuiu nos EUA em contraposição ao aumento

das vendas diretas pelos próprios autores-editores, feitas a partir de serviços, como o *Amazon Kindle Direct Publishing* (KDP), *Smashwords* e outros (EDITORAS..., 2016). No entanto, além das dificuldades mencionadas para quem não conta com grandes editoras, no universo acadêmico, os entraves são mais sérios e numerosos. É indispensável que o pesquisador ou cientista ou acadêmico siga normas, padrões e critérios para avaliação de seus escritos por parte de instituições de fomento à pesquisa, a exemplo da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), no caso do Brasil. Mesmo assim, a autopublicação não é um fenômeno restrito ao mundo literário. Viana e Oddone (2016) pontuam que a autopublicação científica no Brasil está avançando, mesmo que lentamente.

À CAPES (2014) compete, desde o ano de 1998, avaliar e classificar a produção científica. A partir do Qualis, a agência adota procedimentos para a estratificação da produção intelectual advinda dos programas brasileiros de pós-graduação. As primeiras produções avaliadas foram periódicos científicos e anais de eventos, com o adendo de que a categorização nas diferentes áreas de conhecimento obedecem a critérios gerais e específicos, disponibilizados nos chamados Documentos de Área. O comitê de avaliadores adota parâmetros definidos pelo Conselho Técnico Científico da Educação Superior (CTC-ES) e os estratos indicativos da qualidade são: A1, o mais elevado; A2; B1; B2; B3; B4; B5; e C – com peso zero.

A partir de 2009, a CAPES introduziu o sistema Qualis para livros. O documento aprovado destaca que os “[...] livros constituem referências para a construção de campos de conhecimento, definindo estilos e escolas de pensamento e não se trata de situação particular da comunidade acadêmica brasileira” (CAPES, 2009, p. 1). Em 2019 foi criado um Grupo de Trabalho⁷ que tem proposta a classificação em cinco níveis de L1 a L5, sendo o L1 corresponde ao estrato superior e o L5 a menor classificação. A avaliação leva em conta aspectos formais, tipo e natureza da obra e avaliação do conteúdo. Como decorrência, o Qualis Livro não permite ou não estimula (a avaliação será sempre baixa) que pesquisadores se “aventurem” na autopublicação de livros, sejam impressos ou eletrônicos.

Entretanto, se o objetivo do autor (mesmo o acadêmico) não é obter o *imprimatur* das instituições oficiais e apenas disseminar sua produção para que a comunidade (universitária ou não) tenha acesso aos resultados de suas pesquisas ou à sua opinião em relação a temas específicos, a autopublicação pode se dar em ambientes digitais, tais como *blogs*, *sites*, redes

⁷ Proposta de Classificação de Livros: Grupo de Trabalho “Qualis Livros”. Brasília, 2019. Disponível em: http://www.capes.gov.br/images/novo_portal/documentos/DAV/avaliacao/12062019_Proposta-de-Classifica%C3%A7%C3%A3o-de-Livros_GT-QualisLivro.pdf. Acesso em: 18 jan. 2020.

sociais, redes acadêmicas, etc. No entanto, não obstante a valorização excessiva do universo tecnológico na atualidade, a afirmação de um dos grandes nomes da comunicação científica, John Ziman (1979, p. 124), embora date da década de 70 do século XX, continua atual: “um artigo publicado numa revista conceituada não representa apenas a opinião do autor; leva também o selo da autenticidade científica através do *imprimatur* dado pelo editor e os examinadores que ele possa ter consultado”.

Indo além, em linha similar de pensamento, Procópio (2013, p. 39) reafirma:

Depois da era digital, os canais se multiplicaram e o autor descobriu outros meios como bibliotecas digitais, *eBookStores* com ferramentas de autopublicação adicionadas, *websites* com curadoria literária, *blogs*, *podcasts* e mais uma infinidade de possibilidades em canais de gigantes da indústria de tecnologia [...].

Do outro lado está o público-alvo que acaba por ter distintas ferramentas/plataformas de suporte para o desenvolvimento de seus escritos. Esses ambientes possuem mecanismos que permitem a sua divulgação direta, como é o caso das autopublicações KDP, *Smashwords*, *Wattpad*, entre outros, bem como os que permitem o desenvolvimento de todas as etapas do fluxo da produção contando com editores, produtores, design etc. Também é comum encontrar editoras que trabalham com o fluxo da produção ainda no modo tradicional transformando apenas um documento em um formato de texto, utilizam extensão em sua maioria PDF e não formatos específicos para livro digital. A utilização de plataformas específicas para livros digitais auxilia o gerenciamento do fluxo informacional, bem como admite que autores e produtores disponibilizem suas obras, facilitando ao usuário o acesso à informação de modo rápido e simples.

Tais mudanças no cenário do livro digital têm potencializado cada vez mais o mercado editorial. Novas formas de negócios têm surgido e vem cada vez mais se consolidando.

3.2 Mercado do Livro Digital

O livro, conforme exposto anteriormente, passou por diversas modificações em sua estrutura física e em seus conteúdos, no período do Renascimento (Séc. XII). Com a multiplicação das escolas, foi impulsionado assim à transição do livro religioso para o livro laico. Paiva (2010) destaca que em 1250 já havia profissionais que recebiam pelo ‘negócio do livro’.

O desenvolvimento da técnica dos tipos móveis foi fundamental para o futuro promissor da produção editorial. O Séc. XVIII ficou conhecido, segundo Paiva (2010, p. 54), como o período da vulgarização do livro, “Não no sentido pejorativo. Mas no de propagação. Difusão, divulgação. Fazer comum. Tornar-se conhecido. Chegar ao leitor comum, não especializado muitas vezes”. A autora ainda destaca que com a Revolução Industrial o processo de produção passa a ser associado ao rendimento, volume, automação e inovação tecnológica.

Os Séculos XIX e XX acabam por acelerar ainda mais a indústria editorial e o conteúdo dos livros abrange assuntos científicos, populares, de entretenimento, literários. A utilização de fotografias, a criação de coleções, novos formatos e capas são utilizados visando atrair o interesse dos leitores.

No Brasil, a indústria editorial de livros foi constituída a partir da vinda da família real com a transferência da corte portuguesa em 1808. A Imprensa Régia, a princípio tinha como objetivo divulgar toda a legislação e papéis diplomáticos do serviço real, passando depois a publicar obras que abrangeram diversas áreas do conhecimento. Autores como Moraes (2006), El Far (2006) e Bragança e Abreu (2010) comentam a história editorial do Brasil. “Nesse novo cenário, tipografias eram abertas, livreiros estrangeiros estabeleciam seus negócios nas ruas centrais da cidade [...]”, destaca El Far (2006, p. 17). A autora ressalta que apesar do Rio de Janeiro ser a principal referência editorial do país, os livros eram encomendados por outros estados. As tipografias foram crescendo no país e o mercado editorial foi se desenvolvendo com novas produções. Moraes (2006, p. 114) explica que, após a independência, o prelo se expande pelo país e marca “uma nova era que se abre para a imprensa e o livro no Brasil”.

Desde 2006 é realizada, anualmente, a Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro, feita pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) sob encomenda da Câmara Brasileira do Livro (CBL) e do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), que possibilita acompanhar o desenvolvimento do mercado do livro no Brasil. A pesquisa caracteriza as editoras por subsetores: Científicos, Técnicos e Profissionais (CTP), Obras gerais (OG), Didáticos (DID), Religiosos (REL). Dados da pesquisa de 2018, referente ao ano de 2017 apontam que o número de exemplares produzidos caiu 7,94% em relação ao ano anterior, já os dados da pesquisa de 2019, referente ao ano de 2018 apontam que o faturamento geral do setor diminuiu 25% no comparativo entre 2006 e 2018. (FIPE, 2018, 2019).

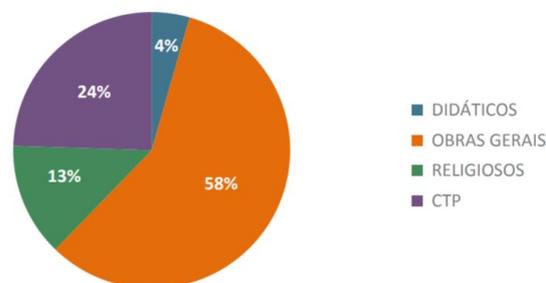
No que tange à produção de livros digitais, os dados que integram a pesquisa são referentes aos anos de 2013, 2014 e 2015. Para o ano de 2016 os livros digitais ganharam um diagnóstico exclusivo, o Censo do Livro Digital. A partir dos dados dos três primeiros anos é possível aferir que as vendas de *ebooks* continuam em alta, tendo em 2015 registrado um faturamento de mais de 20 milhões, contra 13 milhões em 2013.

O censo do livro digital identificou que a produção e comercialização de conteúdos digitais está concentrada nos subsetores de CTP e obras gerais, o que corresponde respectivamente a 23% e 55%. Destaca-se também que a pesquisa foi realizada com 794 editoras, destas apenas 37% produzem e comercializam livros digitais. Esses dados podem ser melhor visualizados no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Produção e comercialização livros digitais ano 2016

SUBSETOR	PRODUZ E COMERCIALIZA CONTEÚDO DIGITAL			(% DE EDITORAS QUE PRODUZ CONTEÚDO DIGITAL)
	SIM	NÃO	TOTAL	
DIDÁTICOS	13	52	65	20
OBRAS GERAIS	170	267	437	38,9
RELIGIOSOS	39	67	106	36,8
CTP	72	114	186	38,7
TOTAL	294	500	794	37

PARTICIPAÇÃO DOS SUBSETORES NO MERCADO DE CONTEÚDO DIGITAL



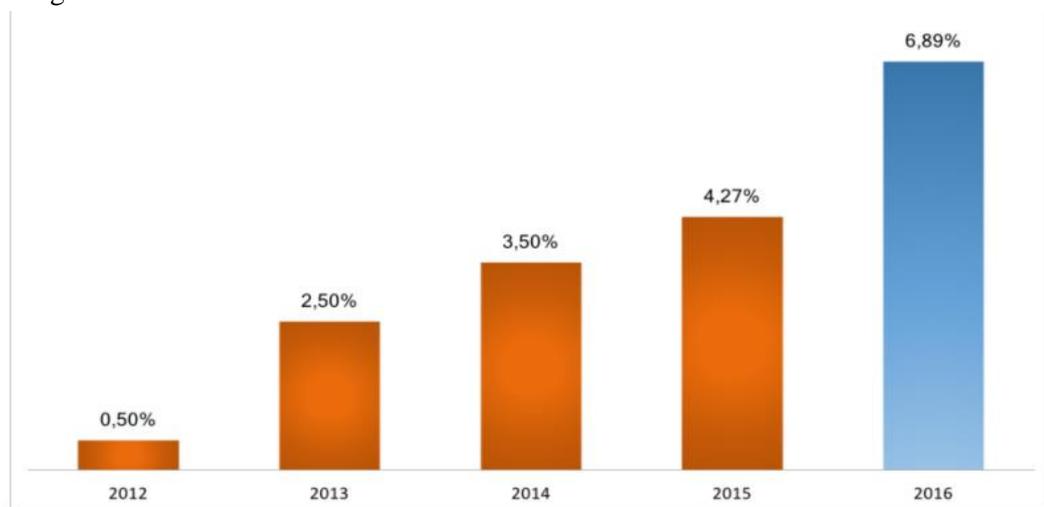
Fonte: FIPE (2017)

O faturamento de livro digital que, conforme já indicado, vem sendo crescente ao longo dos anos, em 2016 foi de mais de 42 milhões, ou seja, dobrou com referência ao ano anterior. Porém, isso representa apenas 1,09% do faturamento de impressos em 2016, excluindo as vendas ao setor do governo.

Destaca-se que os dados do Censo do Livro Digital publicado pela CBL e SNEL não contemplam todo o universo da produção editorial de livros digitais no país, a exemplo dos livros de autopublicação e os de acesso aberto que não foram considerados na pesquisa. Dados esses que podem alterar significativamente os números apresentados.

A edição 2017 do *Global eBook* aponta que no Brasil, 6,89% das unidades comercializadas pelas editoras de interesse geral em 2016 eram livros digitais, representando 3,16% do faturamento das editoras. Nessa pesquisa os dados do Brasil foram coletados por Carlo Carrenho, que destaca, em seu capítulo, que se baseia em uma amostra a partir dos dados de editoras, varejistas e distribuidores que contribuem com a pesquisa, em seguida compara estes dados com os números da *Nielsen Bookscan*. No Gráfico 2, visualiza-se a crescente evolução do mercado digital de acordo com Carrenho.

Gráfico 2 – Participação digital no número de exemplares de livros de interesse geral vendidos no Brasil



Fonte: Carrenho (2017)

Os dados não são iguais aos da pesquisa da FIPE e do Censo do Livro Digital, mas podemos verificar que ambas as pesquisas apontam que a participação do livro digital no mercado editorial é crescente. No capítulo brasileiro, também não foram contemplados os dados de autopublicação. Apesar disso, os dados do *Global eBook Report 2017* pontuam que “a plataforma Publique-se da Livraria Saraiva cresceu de 4.800 para 16.000 títulos em dois anos (2015-2016) e o catálogo do KDP da *Amazon* vem crescendo mais de 1.500 títulos por mês segundo estimativas do mercado”. (CARRENHO, 2017, *online*).

Santos e Araújo (2017, p. 15), em pesquisa realizada sobre o cenário do setor editorial nacional do livro digital, constataram que 57,1% das editoras não acreditam que a venda de livros digitais venha a se equiparar ou até mesmo superar a venda de livros impressos. Contudo, pontuam que “61,9% das editoras respondentes consideram boas as perspectivas com relação ao mercado do livro digital e prontas para trabalhar com esse formato”. A

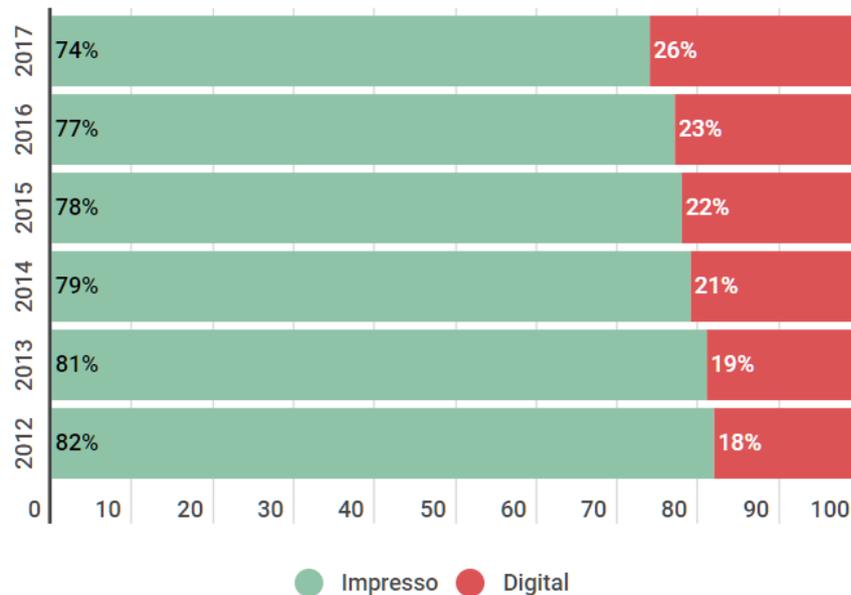
participação das vendas de livros digitais nas editoras pesquisadas varia de 2% a 15% no faturamento, dado não tão diferente do indicado pelas outras pesquisas já mencionadas.

Sabe-se que ainda há editoras que persistem em não produzir e comercializar livros digitais, contudo esse é um mercado em ascensão, mesmo que lentamente. O *Centre for Research on Latin America and the Caribbean* (CERLALC), em seu boletim, apresentou dados de 18 países, incluindo o Brasil. A pesquisa foi realizada com distribuidores, editores e livreiros, referente à percepção do clima empresarial editorial e tendências em curto prazo. Ao abordar as dificuldades referentes ao mercado do livro digital, o hábito de leitura dos consumidores e a insuficiente oferta de dispositivos de leitura foram as principais barreiras apontadas. Outras barreiras com menor percentual de respostas também foram classificadas: “Resistência à mudança por professores; Falta de conhecimento das leis tributárias; Falta de infra-estrutura [sic] do setor educacional para este produto; Não existe uma política de acordo com as novas formas de leitura” (SCHROEDER; MANTILLA, 2010, p. 12).

É notório que o desenvolvimento da Internet e a utilização de tecnologias de informação e comunicação possibilitaram uma nova forma de se produzir o livro. O crescimento de instituições de ensino no país também possibilitou que o país reduzisse o índice de analfabetismo, o qual amplia o número de leitores do país, rompendo assim uma das barreiras conforme pontuado pelos autores supracitados.

Em sua 4ª edição, a Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2015) identificou que 56% dos entrevistados já fizeram leitura de livro digital no celular ou *smartphone* e 18% no *tablet* ou *ipad*. No que tange à proporção de pessoas que já ouviram falar em livros digitais houve um crescimento significativo de 11 pontos percentuais em comparação à edição de 2011 (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2015).

Dados do Cerlalc de 2016 mostram que o formato digital representa 23% do total de obras com registro *International Standard Book Number* (ISBN) na América Latina, no primeiro semestre de 2017 (Gráfico 3). Em uma análise comparativa com o Gráfico 2, pode-se inferir que tanto o registro de ISBN quanto a participação em vendas apresenta um quadro crescente do livro em formato digital no mercado editorial. Em 2017 o percentual de obras digital com registro atingiu 26% (DIEGO GONZÁLEZ; WISCHENBART, 2019), reafirmando assim a crescente presença do formato digital.

Gráfico 3 – Títulos segundo o formato registrado nos primeiros semestres de 2012 a 2017

Fonte: Adaptado de Salinas e Castrillón (2016) e Diego González e Wischenbart (2019)

Reitera-se que todos os dados apresentados, nos Gráficos 1 e 2 sobre o livro digital não possuem relatórios públicos atualizados até janeiro de 2020. Pesquisas que cobrem os anos 2018 e 2019 não haviam sido divulgadas até a apresentação final da versão dessa tese. Para 2020 a CBL⁸ anunciou que a pesquisa do mercado editorial brasileiro deixou de ser realizada pela FIPE e passou a ser realizada pela Nielsen Book. A previsão é que os dados referente ao ano base 2019 sejam disponibilizados em abril de 2020.

Portanto, a produção de livros digitais envolve um processo que ultrapassa as fronteiras da indústria. Mesmo que os dados de mercado não compreendam todo o universo das publicações digitais, observa-se seu crescente desenvolvimento, sobretudo, com a ampliação do universo de leitores e com a diversidade de plataformas para produção, disseminação e acesso.

3.3 Plataformas para Livros Digitais

A democratização das inovações tecnológicas faz com que o leitor/usuário tenha acesso a numerosas e variadas publicações, a partir de diversos *hardwares* (*desktops, tablets, smartphones, electronic readers ou e-readers, ultrabooks*), sistemas operacionais (*Windows*

⁸ Rodrigues, M. F Tradicional pesquisa do mercado editorial deixa de ser feita pela FIPE em 2020. Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/blogs/babel/tradicional-pesquisa-do-mercado-editorial-deixa-de-ser-feita-pela-fipe-em-2020/>. Acesso em: 08 jan. 2020.

Phone, iOS, Android, Mozilla OS, BlackBerry) e formatos (ePub, PDF, Mobi, HTML5, DAISY [*Digital Accessible Information System*]). Procópio (2013) destaca que é importante lembrar que tudo acontece de modo simultâneo e ágil. *Hardwares* e *softwares* estão em constante evolução e mutação.

O Projeto Gutenberg⁹, o mais antigo produtor de livros digitais, surgiu em 1971, criado por Michael Hart. Sua página oferece mais de 60 mil livros digitais gratuitos, que podem ser baixados ou lidos *online*. Muitas outras iniciativas de divulgação de livros digitais foram desenvolvidas ao longo dos anos, a partir da digitalização das obras, cujos títulos eram de domínio público, até a presença de obras que surgem em um universo totalmente digital. Nesse cenário de crescente desenvolvimento das tecnologias surgem os diversos modelos de publicação dos livros digitais, plataformas que possibilitam não só a divulgação, mas também a produção dos livros digitais que facilitam o fluxo da gestão editorial.

A utilização de plataformas de gestão editorial é uma iniciativa que permite a otimização de tempo, custo e distribuição. Segundo Shintaku e Brito (2019, p. 19) “um sistema para uma editora científica deve ofertar funcionalidades que informatizem o fluxo editorial [...]” auxiliando, sobretudo, o processo de gestão editorial e publicações de diversos produtos informacionais, como revistas, livros, acervos documentais e permitindo, assim, uma maior visibilidade e alcance dos conteúdos publicados. Dentre os modelos de plataformas, existem: as comerciais; as híbridas; e as de acesso aberto.

As **plataformas comerciais** são modelos constituídos há mais tempo no mercado editorial. Nelas, o autor paga uma taxa de publicação e o leitor paga para ter acesso à publicação. Dentre elas destacam-se a: Emerald, Ebsco, Cambridge, Ebrary, Springer, Taylor & Francis, Grupo GEN. Em sua maioria são bases que possuem plataforma proprietária, aonde ocorre a leitura das obras. Elas contemplam diversas áreas e atendem especificamente às demandas de instituições acadêmicas, como as bibliotecas universitárias. Larivière, Haustein e Mongeon (2015) destacam que as seis maiores editoras de pesquisa do mundo (ACS, Reed-Elsevier, Springer, Wiley-Blackwell, Taylor & Francis e Sage) têm o controle dos artigos acadêmicos publicados em todo o mundo desde os anos 1970. No universo dos livros digitais elas também têm um grande percentual nesse ‘oligopólio de publicação’.

Dentro do modelo comercial destacam-se também as assinaturas de aluguel, são os serviços “Netflix” de livros, em analogia ao serviço de assinatura de filmes e séries. O

⁹ Projeto Gutenberg. Disponível em: <http://www.gutenberg.org/>. Acesso em: 29 set. 2017.

*Scribd*¹⁰ disponibiliza obras em acesso aberto e a partir de uma assinatura mensal o leitor pode acessar uma quantidade ilimitada. O *Entitle*¹¹ tem disponível mais de 100 mil livros digitais, o usuário pode cancelar a sua inscrição em qualquer momento e manter seus livros. A Amazon disponibiliza esse serviço através do *Kindle Unlimited*¹², o usuário pode fazer o teste grátis por trinta dias, não precisa de *hardware Kindle*, apenas com o aplicativo *Kindle* é possível ler os livros. Em setembro de 2017, a operadora de telefonia TIM lançou o serviço TIM Livros¹³ que oferece livros e audiolivros, a partir de dois aplicativos TIM Leitura e o TIM Audiolivros, para iOS e Android, que contam com catálogos de mais de 20 mil títulos. Outros modelos de assinatura como *Demand Driven Acquisition* (DDA) Aquisição Orientada por Demanda, *Evidence Based Selection* (EBS) Seleção Baseada em Evidência e *Short Term Loans* (STL) Empréstimo de Curto Prazo são ofertados às bibliotecas universitárias. São modelos transitórios que exigem pagamentos recorrentes para se ter acesso ao conteúdo (SERRA, 2017).

As plataformas de **modelos híbridos** são as que oferecem o livro em acesso aberto e também à venda. Os autores, agências financiadoras e/ou instituições pagam uma taxa para publicação, o acesso gratuito é apenas por parte do leitor. As edições para venda ocorrem *online* e também na versão impressa. A impressão pode ser realizada por tiragem definida pela editora ou sob demanda (*Printing on Demand*). Segundo Ferwerda (2014), a impressão sob demanda foi desenvolvida inicialmente pela *National Academies Press*, em 1994. A própria Springer tem trabalhado com uma parte de suas obras em acesso aberto, acessíveis pelo *Springer Open Books*¹⁴. Outra plataforma que opera com um modelo híbrido é a SciELO Livros, que atua como uma rede cooperativa com as editoras universitárias, disponibilizando suas obras em acesso aberto ou comercial. As editoras contribuem com um valor definido para a publicação de cada livro (SCIELO, 2016).

As **plataformas de acesso aberto** são apenas parte de uma grande estrutura que compõe o Movimento de Acesso Aberto. Costa (2006, p. 40) pontua que a ‘filosofia aberta’ compreende questões como o *software* aberto para o desenvolvimento de plataformas,

¹⁰ Scribd Inc. Disponível em: <https://pt.scribd.com/>. Acesso em: 29 set. 2017.

¹¹ Entitle. Disponível em: <http://www.entitlebooks.com/>. Acesso em: 29 set. 2017.

¹² Amazon. Disponível em: https://www.amazon.com.br/kindle-dbs/hz/signup?_encoding=UTF8&ref_=sv_kinc_1. Acesso em: 29 set. 2017.

¹³ Tim Livros. Disponível em: <http://www.tim.com.br/sp/para-voce/servicos-tim/tim-livros>. Acesso em: 29 set. 2017.

¹⁴ Springer Open. Disponível em: <https://www.springeropen.com/books>. Acesso em: 29 set. 2017.

arquivos abertos visando à interoperabilidade em nível global e o acesso aberto para disseminação ampla e irrestrita dos resultados de pesquisas.

As características da ciência aberta envolvem o acesso aberto às publicações, dados de pesquisa aberto e comunicação acadêmica aberta (SMITH *et al.*, 2017). Essas características têm seus indicadores científicos que vêm sendo explorados no Open Science Monitor. Destaca-se que a ciência aberta não deve centrar-se apenas nessas três características, mas deve incluir também o código aberto, *software* aberto e infraestrutura de pesquisa, avaliação aberta, recursos educacionais abertos e inovação aberta (OPEN Science Monitor, 2017).

O acesso aberto vem se consolidando por duas modalidades: a via dourada (*Golden Road*) que publicam todos os artigos em acesso aberto ou os periódicos híbridos que publicam parte dos artigos em acesso aberto; e a via verde (*Green Road*) que ocorre com o arquivamento em repositórios institucionais. São três as declarações que ficaram internacionalmente conhecidas como BBB, referente ao nome das três cidades, *Budapest Open Access Initiative* (BOAI) (2002) com a indicação das duas vias, Declaração de Bethesda (2003) com deliberações sobre a atribuição de licenças de uso e distribuição e a Declaração de Berlim (2003, 2004, 2005, 2006) que tratou sobre a formalização de políticas de informação. (COSTA, 2006; COSTA; LEITE, 2017).

O modelo de acesso aberto para livros digitais difere dos modelos de revistas. Isso acontece porque o livro digital não substitui o impresso, ao contrário do que vem acontecendo, progressivamente, com os periódicos científicos, em que o digital vem substituindo o impresso (FERWERDA, 2014).

Atualmente, o movimento do acesso aberto ainda não extingue todos os custos das publicações, como por exemplo os custos de divulgação das obras, que faz com que o modo de produção através de plataformas de acesso aberto cresça ainda em ritmo mais lento. Nesse sentido, Ferwerda (2014) destaca em seu artigo alguns modelos de publicação em acesso aberto para os livros digitais, tais como: o **modelo híbrido**, já destacado em parágrafo anterior; o **suporte institucional**, onde as instituições recebem um apoio financeiro e não cobram taxas de autores (esse modelo é bem comum no Brasil onde as editoras universitárias frequentemente têm um subsídio), Raju (2017) também descreve a utilização desse modelo de suporte institucional na África do Sul pelas bibliotecas universitárias; **encargos de publicação** são os modelos em que o autor, uma agência de financiamento ou a universidade do autor pagam para publicar, mas o acesso é gratuito para o leitor; no **financiamento colaborativo** os usuários contribuem com o financiamento dos livros, como exemplo pode-se citar a *Free Ebook Foundation* e o Projeto Gutenberg; o **modelo verde** para livros é

semelhante à via verde que já vem sendo desenvolvida com os artigos de periódicos, onde os pesquisadores fazem o autoarquivamento de sua produção nos repositórios.

Diversos modelos de acesso aberto podem ser adotados simultaneamente para diferentes livros, conforme pontuam Ferwerda, Pinter e Stern (2017, p. 34). Segundo Ferwerda (2014), à medida que as editoras adotarem os modelos híbridos de publicação, se torna possível a disponibilização de uma obra em versão aberta. Isso é o que na literatura está se chamando de via verde para livros.

Ainda de acordo com Ferwerda (2014), as editoras têm sido lentas para explorar uma transição para os modelos de acesso aberto, mesmo pontuando que houve um aumento nos últimos dois anos.

Nesse sentido, destacam-se alguns projetos e iniciativas de publicação em acesso aberto que vêm sendo desenvolvidas no mercado editorial acadêmico, no Brasil, na Europa e na América do Norte.

No Brasil, iniciativas como o Portal Domínio Público e Portal do Livro Aberto buscam prover a divulgação do conhecimento científico e cultural, visando atender as demandas da sociedade. O Portal Domínio Público¹⁵, lançado em 2004, foi desenvolvido como uma biblioteca digital construída em *software* livre. As obras disponibilizadas estão em domínio público ou são autorizadas pelos autores. O portal tem como objetivo promover o acesso a obras literárias, artísticas e científicas. Já o Portal do Livro Aberto¹⁶, criado em 2005, tem por objetivo reunir, divulgar e preservar as publicações oficiais em ciência, tecnologia e inovação. O Portal do Livro Aberto cumpre os preceitos do Movimento de Acesso Aberto e é coordenado pelo IBICT.

Na Europa, o *Directory of Open Access Books*¹⁷ (DOAB) ou, em português, Diretório de Livros de Acesso Aberto é um serviço da Fundação *Open Access Publishing in European Networks* (OAPEN). A Fundação OAPEN, é uma iniciativa internacional dedicada à publicação de monografias/livros acadêmicos revisados pelos pares e publicados em acesso aberto, com sede na Biblioteca Nacional de Haia. O DOAB tem por objetivo maximizar a visibilidade, a difusão e o impacto dos livros publicados em acesso aberto.

¹⁵ Portal Domínio Público. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br>. Acesso em: 29 set. 2017.

¹⁶ Portal do Livro Aberto. Disponível em: <http://livroaberto.ibict.br/>. Acesso em: 29 set. 2017.

¹⁷ *Directory of Open Access Books*. Disponível em: <https://www.doabooks.org/>. Acesso em: 29 set. 2017.

A *Intech Open Access Publisher*¹⁸ (InTechOpen), fundada em 2004 na Croácia, atualmente possui mais de 3.199 livros em acesso aberto publicados nas áreas de Ciência, Tecnologia e Medicina, o que, segundo o relatório da *Simba Information*, a identifica como a maior editora de livros de acesso aberto do mundo (OPEN ACCESS..., 2016). Ela tem como objetivo tornar suas produções mais visíveis e acessíveis para diversos usuários, que têm acesso livremente às obras (o autor paga uma taxa de processamento após a aprovação para publicação). A InTechOpen segue o modelo de publicação em que o encargo da publicação é feito pelos autores, instituições e agências de financiamento. A editora, disponibiliza, inclusive, uma lista, organizada por países, com instruções para os autores solicitarem fundos para publicação em acesso aberto.

A *Open Book Publishers*¹⁹ (OBP) é uma editora acadêmica independente, fundada em 2008. Segundo informações de seu site, ela é a maior editora de publicações acadêmicas em acesso aberto no Reino Unido. É uma editora independente sem fins lucrativos e sem suporte institucional, que depende de doações e das vendas das obras. Os livros estão em acesso aberto, mas também é possível adquirir a versão digital, apenas como uma forma de colaboração com o projeto.

A *Language Science Press*²⁰ foi criada em 2012 e publica livros de acesso aberto, organizados por séries. Todas as obras são revisadas por pares na área de linguística e as suas publicações são gratuitas para autores e leitores. O projeto foi desenvolvido utilizando a plataforma OMP, que auxilia o fluxo do processo editorial, sobretudo, o processo de submissão, revisão por pares e publicação no catálogo.

Percebe-se que diversas são as plataformas para distribuição, publicação e comercialização dos livros digitais, bem como os modelos que podem ser utilizados, e, sobretudo, as editoras que atuam com obras de acesso aberto. Na próxima subseção será abordado o *Open Monograph Press*, um *software* que auxilia o fluxo editorial para a publicação de livros digitais.

¹⁸ *Intech Open Access Publisher*. Disponível em: <https://www.intechopen.com/>. Acesso em: 29 set. 2017

¹⁹ *Open Book Publishers*. Disponível em: <https://www.openbookpublishers.com/section/6/1>. Acesso em: 29 set. 2017.

²⁰ *Language Science Press*. Disponível em: <http://langsci-press.org/>. Acesso em: 29 set. 2017.

3.3.1 Open Monograph Press

O *Open Monograph Press*, disponibilizado em 2013, é um *software* de código aberto. É uma iniciativa do PKP que se dedica à melhoria na qualidade e no alcance de publicações acadêmicas, por meio da indexação e publicação. Possui cinco sistemas: *Open Journal Systems* para periódicos; o *Open Conference Systems* para conferências; o *Open Harvest Systems* (OHS) sistema para indexação; o *Open Monograph Press* para livros digitais; e o *Open Preprint Systems* para publicação de *preprints*.

De acordo com MacGregor, Stranack e Willinsky (2014) todos os sistemas do PKP são simples e têm como objetivo o acesso livre aos conteúdos produzidos pela comunidade científica. Os autores destacam algumas características comuns dos sistemas, entre elas: a simplicidade na administração, na gestão, na submissão (tendo não mais que cinco passos), na revisão, na edição e na produção. O OMP se distingue dos sistemas OJS e OCS nas etapas de edição e produção, que estão em fases diferentes.

O OMP é uma ferramenta livre que foi desenvolvida para auxiliar as editoras no desenvolvimento e gerenciamento do fluxo editorial para a publicação de livros impressos e digitais em diferentes formatos eletrônicos (MANUAL..., 2015). Assim, o sistema pode funcionar como um site da editora com o catálogo, permitindo o acesso aberto e com capacidade para vendas. O processo de submissão e acesso ao sistema é semelhante ao OJS e todas as demonstrações e suporte para o uso são oferecidos pelo *site* do PKP²¹.

De acordo com Willinsky (2009), o processo editorial do livro se distingue das demais publicações acadêmicas. A utilização do OMP no processo editorial dos *ebooks* possibilita uma série de inovações no fluxo de trabalho, visando uma melhora na qualidade do processo de publicação.

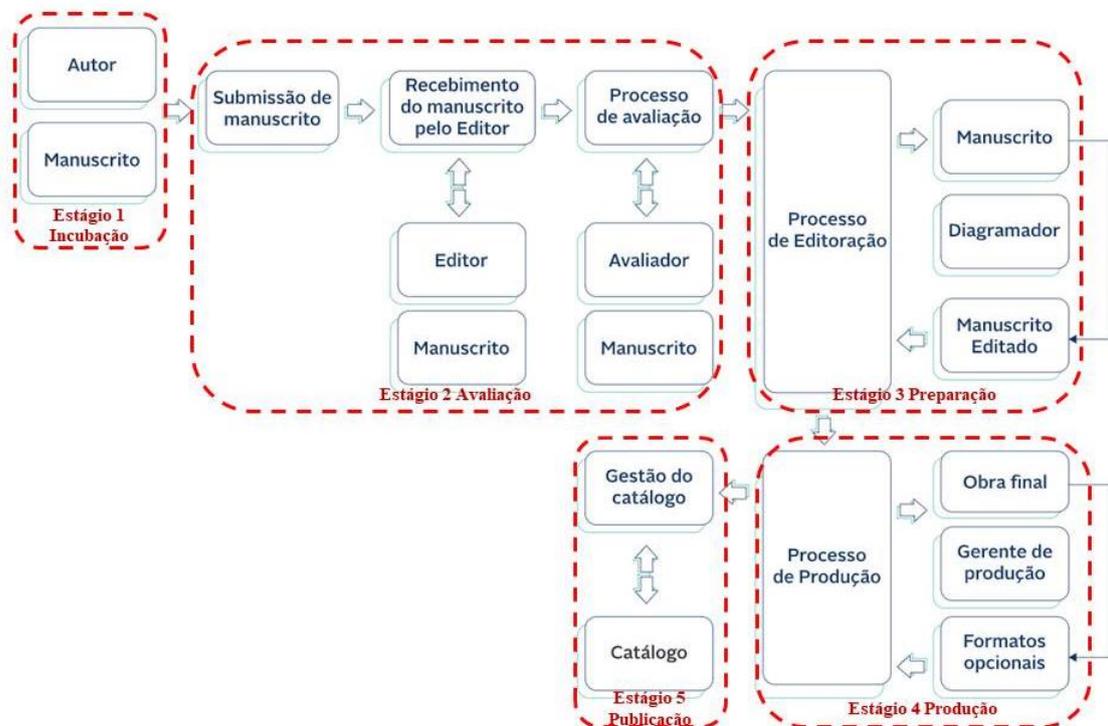
A utilização do OMP para a publicação dos livros digitais rompe com os padrões estabelecidos para o processo editorial do livro impresso. Nesse sentido, o seu uso implica no processo que envolve não só a publicação, mas a gestão dos livros digitais (MANUAL..., 2015). Dentre as características da plataforma, segundo o Manual do Editor (2015, p. 5), destaca-se a sua capacidade de: lidar com volumes editados, com autores diferentes para cada capítulo; envolver editores, autores, revisores, designers, indexadores e outros na produção de livros; ver as submissões através de várias rodadas de revisores internos e externos; utilizar o padrão ONIX para metadados de sites de vendas de livros; criar bibliotecas de documentos

²¹ *Public Knowledge Project*. Disponível em: <https://pkp.sfu.ca/omp/>. Acesso em: 20 maio 2017.

para apresentações, contratos de gravação, permissões, etc.; manipular miniaturas das capas do catálogo, bem como recursos de destaque; permitir que editores de séries acompanhem seus livros desde a revisão até a publicação. As editoras que atuam com o formato impresso também podem utilizar o OMP e gerir o processo editorial *online*. Contudo, ele não irá contemplar os cinco estágios do processo de publicação.

Willinsky (2009), o fundador do PKP, apresenta o sistema que é constituído por cinco estágios para o processo de publicação de *ebooks*, são eles: incubação; avaliação; preparação, produção; e publicação, conforme Figura 9.

Figura 9 – Fluxo editorial do OMP



Fonte: Adaptação de Willinsky (2009) e Shintaku e Brito (2019)

A utilização do OMP no processo editorial dos livros digitais trouxe consigo uma série de inovações no fluxo de trabalho, buscando sempre melhorar a qualidade acadêmica da publicação. Por meio de suas cinco fases, pode-se perceber que as principais mudanças estão no processo de submissão, revisão, edição e produção.

O primeiro estágio é o momento em que os autores desenvolvem os rascunhos de suas publicações, testam as suas potenciais ideias para o livro. Nessa fase o editor pode convidar o(s) autor(es) para a submissão de propostas ou o(s) autor(es) podem se cadastrar na plataforma da editora, para que, assim, possam realizar a submissão no estágio da avaliação.

A avaliação é composta da submissão do documento que pode ser por capítulo ou a obra completa. Após a submissão, o editor envia o documento para uma avaliação interna e/ou externa. Se os revisores acharem necessário, é possível ao autor realizar a revisão da obra. Os manuscritos que são aceitos seguem para o estágio da preparação.

Na preparação, é o momento do processo de editoração, aqui o manuscrito é editado, são inseridos recursos visuais e feito o layout. Os formatos são definidos nessa fase. Após a aprovação, ele é enviado para a produção para ser transformado em livro. Destaca-se que é nesse estágio que os contratos e as permissões de direitos autorais são elaborados.

Na produção, a partir de formatos predefinidos na fase da preparação, o livro é gerado. A partir daí inicia-se a elaboração dos planos de marketing e das estratégias que envolvem a divulgação, disseminação e/ou venda do livro digital.

Em seu último estágio, o livro é publicado na plataforma da editora, ou seja, ele passa a integrar seu catálogo. Nesse momento é possível vincular a obra a comentários, mídias sociais, inserir a descrição da obra, autorizar para o *download*, para a leitura *online* ou utilizar *plugins* para a venda.

Shintaku e Brito (2019, p. 42) destacam que o OMP oferece funcionalidades para cada estágio do fluxo, mas ressaltam que “[...], nem tudo pode ser feito dentro da plataforma, visto que o OMP é para a gestão do processo e não para sua execução. Assim, atividades como diagramação do livro, por exemplo, devem ser efetuadas externamente”.

A partir da plataforma é possível designar papéis e funções para cada usuário da editora. Assim, a utilização do OMP permite que o autor e os demais usuários acompanhem todo o processo do fluxo de trabalho do processo editorial, desde a submissão até o faturamento. O uso é possível mesmo para profissionais com poucas habilidades técnicas em informática.

Shintaku e Brito (2019) apontam que o guia do usuário do OMP apresenta a relação dos estágios editoriais do OMP com o modelo de publicação de manuscritos descrito por Björk (2007), já citado em capítulo anterior desta tese. Os autores destacam que o OMP atua em todas as fases das atividades apoiando o fluxo editorial total do processo de publicação.

Para Willinsky (2009), o sistema apresenta uma estrutura confiável para publicações acadêmicas. A plataforma também busca melhorar a indexação do *Google Scholar*, para aumentar a precisão na recuperação dos termos. Assim, com a utilização do *Google Scholar*, é possível fazer análises métricas como as contagens de citações.

No que tange à adoção da OMP no Brasil, Andrade e Araújo (2016) pontuam em seu estudo que, dentre as editoras universitárias brasileiras, apenas a Editora da Universidade

Federal da Paraíba (EDUEPB) utiliza a referida plataforma. Ainda segundo a pesquisa, outras três instituições a adotam. São elas: COMPOLÍTICA, diretório de teses e dissertações; eBooks Universidade Federal do Cariri (UFCA); e Livros Abertos da USP, Universidade de São Paulo. No entanto, nenhuma lança mão de todas as funcionalidades disponíveis via OMP.

De acordo com Paiva (2010, p. 83), “O livro é uma expressão do pensamento humano, do desenvolvimento das técnicas e saberes, é uma revolução dirigida ao discurso e à permanência”. Assim, o livro digital como produto informacional gerado a partir de ações e reflexões que incorporam a prática de autores e organizações devem visar em sua essência, à democratização do saber. Seu acesso, por sua vez, pode ocorrer por diversas plataformas de leitura que devem apenas conter um *software* adequado para sua leitura. Quase sempre, o acesso é aberto ou livre, na linha defendida pelo Movimento de Acesso Aberto, que conduz à disponibilização *online* e sem quaisquer limitações dos resultados de pesquisas e de estudos, com aplicação a todos os tipos de publicação científica.

Portanto, a utilização de plataformas como o OMP permite o desenvolvimento dos processos editoriais, representando, para a comunidade científica, um caminho eficiente de publicação e acesso às informações. Imbuída nesse universo editorial, as editoras universitárias desempenham um importante papel no mercado editorial, visto que suas publicações são frutos de pesquisas e estudos e visam, sobretudo, a democratização do conhecimento científico em diversas áreas do conhecimento.

4 EDITORAS UNIVERSITÁRIAS

O desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação permitiram uma maior dinamicidade das publicações, em especial para produção, disseminação, preservação, acesso e uso da informação. O movimento de acesso aberto, o crescimento dos livros digitais e a autopublicação são reflexos dessa mobilidade e partes da contemporaneidade.

A disponibilização dos livros em formato digital se expandiu com a utilização dos computadores e, sobretudo, com o uso da Internet. Assim, percebe-se que ocorreram mudanças no processo de comunicação científica, em diferentes áreas incluindo o processo editorial. Isso se reflete diretamente no desenvolvimento das editoras, que existiam apenas no modelo tradicional e agora veem, a partir dos avanços da sociedade e das tecnologias, a necessidade de se inserir no universo tecnológico.

4.1 Delimitações históricas e aspectos conceituais

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 nasceram dentro deste modelo econômico. Nesse contexto, destacam-se as editoras universitárias que possuem um papel fundamental para a produção e disseminação das publicações acadêmicas.

O surgimento das universidades na Europa contribuiu para o desenvolvimento de um público leitor. Como alunos e professores buscavam materiais, ao longo dos séculos as próprias universidades foram criando oficinas para copiar os textos. A chegada da imprensa no velho continente (Séc. XV) veio atender a demanda das universidades (MARQUES NETO; ROSA, 2010; BUFREM, 2015). A primeira instituição universitária que publicou suas

obras foi a Oxford University Press²². Ela atua em mais de 50 países e é a maior editora universitária do mundo. Seu primeiro livro foi impresso em 1480 (Séc. XVII), mas apenas em 1586 ela teve reconhecido o direito de imprimir livros. Em 1543, a Cambridge University Press²³ teve autorização de Henrique VIII para publicação de todos os tipos de livros, tendo seu primeiro livro publicado em 1584, o que faz dela a editora mais antiga do mundo em operação. Atualmente a Cambridge publica em formato digital e impresso e está em mais de 190 países. As datas de início de produção e de autorização para publicação fazem com que as duas editoras disputem o título de editora universitária mais antiga do mundo.

No Brasil, no século XIX, a Imprensa Régia e outras tipografias produziam livros acadêmicos, mas é somente no século XX que se firmam as editoras universitárias no país. Sobre o desenvolvimento das editoras universitárias no Brasil, Bufrem (2015, p. 38) diz que “projetos editoriais foram evoluindo a partir dos serviços gráficos das imprensas universitárias, pouco a pouco se transformando em editoras”, cujo início data a partir da década de 1960. Para a autora, a editora universitária brasileira assume o encargo da “publicação de resultados de pesquisas e experiências de sala de aula que devem chegar aos interessados em tempo reduzido; e possibilitar a edição de trabalhos intelectuais de modo a extrapolar os limites da universidade” (BUFREM, 2001, p. 20), desempenhando seu papel como ator basilar nos processos de responsabilidade ética e social de impressos ou não.

A Editora da Universidade Federal de Pernambuco (EDUFPE) deu início às suas atividades em 1955 como Imprensa Universitária. Contudo, apenas em 1968 passou a ser considerada um órgão suplementar da universidade, a partir do Decreto nº 62.493, que leva alguns autores a considerarem a Editora da Universidade de Brasília (EdUnB), criada em 1961, como a primeira editora universitária brasileira. Ao longo das décadas, sobretudo com o impulso tomado pelo ensino superior no país, novas instituições de ensino e editoras universitárias foram criadas.

A partir do movimento histórico, Marques Neto e Rosa (2010, p. 335) identificam três tipos de editoras universitárias:

- **Editoras universitárias *strictu sensu* ou clássicas:** criadas por universidades com o objetivo de divulgar o saber produzido pela própria instituição ou por outros centros de pesquisa científica; geralmente são ligadas às universidades tradicionais

²² Oxford University Press. Disponível em: http://global.oup.com/about/oup_history/?cc=br. Acesso em: 27 out. 2017.

²³ Cambridge University Press. History of the Press. Disponível em: <http://www.cambridge.org/about-us/who-we-are/history/>. Acesso em: 27 out. 2017.

de ensino e pesquisa; podem ou não ter atuação voltada ao mercado; o catálogo é composto por textos científicos e textos voltados ao ensino de disciplinas universitárias;

- **Editoras universitárias com vocação regional:** também criadas por universidades, mas de alcance apenas local; raramente publica autores de fora do seu quadro profissional; o catálogo é constituído por pesquisas locais e enfoca temas da tradição cultural regional;
- **Editoras de livros universitários:** criadas por empresários ou grupos acadêmicos com fins comerciais; geralmente tem catálogo bem definido de acordo com os objetivos e missão marcada por uma ou outra categoria; atuam com a edição de textos científicos, livros e/ou manuais, inclusive periódicos, voltados ao ensino superior.

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”.

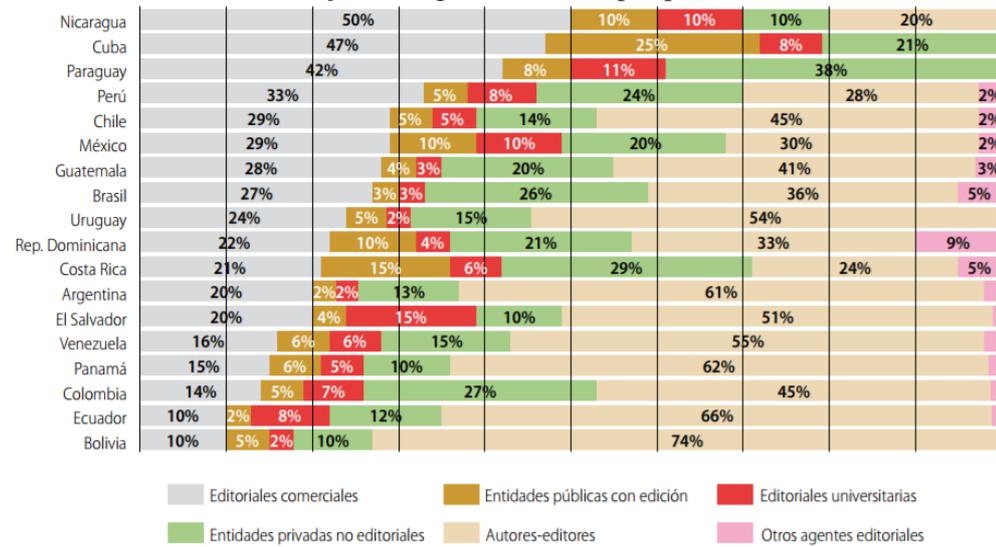
Corroborando o mesmo pensamento, Bufrem (2001, p. 22) entende a editora universitária como instituição crítica que deve “viabilizar o acesso da sociedade ao produto intelectual originado nela ou não, desde que considerado como contribuição para a melhoria dessa mesma sociedade”. Logo, a editora universitária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

Para Procópio (2013, p. 72), a editora pode “ser a ponte entre o livro e os consumidores, entre o autor e os leitores, usando como via as mídias sociais, as tecnologias de metadados, as livrarias *online*, as plataformas distribuidoras de terceiros e as bibliotecas digitais”. As editoras universitárias a partir da utilização das novas tecnologias possibilitam ao usuário acesso rápido a publicações de qualidade de sua comunidade.

4.2 O contexto atual das editoras universitárias

As editoras universitárias desempenham um papel fundamental viabilizando o acesso à produção científica. Dados do primeiro semestre de 2016 do Cerlalc mostram a distribuição dos agentes editores na América Latina.

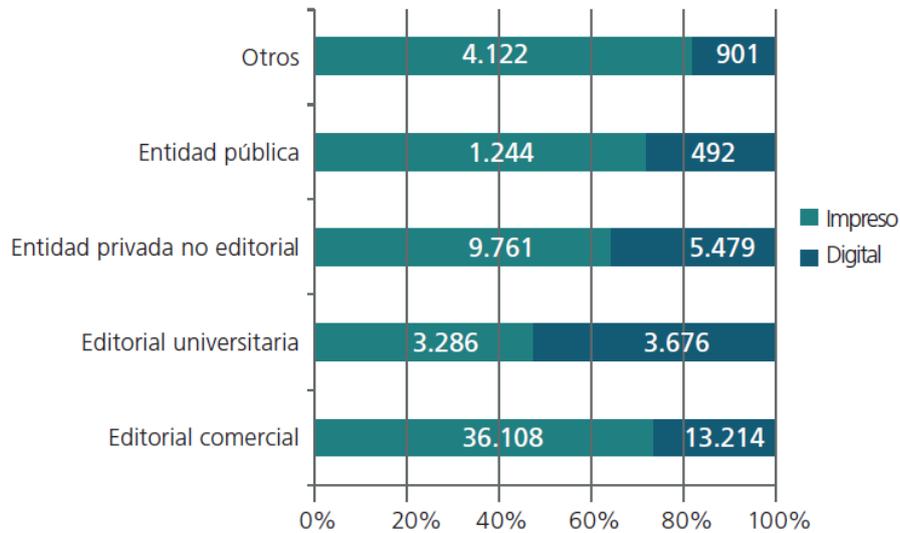
Gráfico 4 – Distribuição dos agentes editores por país na América Latina



Fonte: Salinas e Castrillón (2016)

No Gráfico 4 visualiza-se a grande representação dos editores comerciais, juntamente com os autores-editores que são as pessoas que realizam a autopublicação. Nota-se a presença de editoras universitárias em todos os países da pesquisa, contudo o Brasil é um dos países com menor representação, ficando à frente apenas do Uruguai, da Argentina e da Bolívia. Destaca-se que o Cerlalc realiza a coleta dos dados a partir das agências que atribuem os ISBN e que eles podem não representar a totalidade tendo em vista que os dados usados para compor o gráfico 4 são referentes ao primeiro semestre de 2016.

Ainda a partir do Cerlalc, fazendo uma análise de dados na América Latina, no período de 2013 a 2017, Diego González e Wischenbart (2019, p. 57) pontuam que as editoras universitárias são as que apresentam a maior proporção de obras registradas no formato digital (43,84%), com um crescimento desde 2013 de 76,44%. A pesquisa aponta também que, em uma proporção por país, o Brasil encontra-se em 3º lugar na posição com mais títulos registrados no formato digital. No Gráfico 5 é possível analisar, por tipo de agente editor, o ano de 2017 e observa-se que as publicações das editoras universitárias no formato digital superaram o número de publicações impressas.

Gráfico 5 – Publicações de títulos com ISBN no Brasil em 2017

Fonte: Diego González e Wischenbart (2019, p. 61)

O objetivo de um pesquisador ao publicar o resultado de suas pesquisas é que ele seja lido pelo público mais amplo possível. Porém, o custo costuma ser uma das grandes barreiras para o leitor e o acesso se torna limitado aos que podem pagar. Para Raju (2017, p. 2), “o conhecimento é um bem público”, gerado muitas vezes em instituições e espaços públicos, o que faz com que a sociedade tenha direito de acesso a essa produção. O livro deve ser compreendido como uma extensão do serviço oferecido pela universidade: é mais um serviço oferecido ao usuário final (RIPA, 2007; RAJU, 2017).

As editoras universitárias oferecem à sociedade sua produção intelectual, que é caracterizada como especializada e abrange várias áreas do conhecimento. Visam à democratização da produção intelectual resultante de pesquisas, construções de teorias, reflexões etc. Desempenham um papel importante na ciência e tecnologia, possibilitando assim o desenvolvimento social do país.

No Brasil, as editoras universitárias vêm lentamente se inserindo nesse contexto. O que tem auxiliado a inserção na era digital é o desenvolvimento do Movimento de Acesso Aberto, que visa romper as barreiras de custo e possibilita o acesso livre e irrestrito do usuário final.

Diversos são os produtos informacionais que são disponibilizados a partir da utilização dessas tecnologias, tais como periódicos, anais de eventos e *ebooks*. Os periódicos científicos

usam amplamente o *software* OJS e de acordo com o site do próprio PKP²⁴, a América Latina e Caribe é a maior consumidora da plataforma OJS, sendo o Brasil o país com maior número. Brito e Shintaku (2014) destacam que, no ano de 2014, 1604 revistas e 125 portais de periódicos, alguns eventos e conferências já utilizam o OCS. Contudo, para os livros, poucas editoras universitárias utilizam o OMP, apesar de todas serem plataformas desenvolvidas pelo PKP e distribuídas de forma gratuita.

Rosa *et al.* (2013, p. 158) destacam que a informação científica publicada pelas editoras universitárias

[...] são parte de instituições sem fins lucrativos e como a maioria dos títulos são oriundos de pesquisas financiadas com recursos públicos, o interesse volta-se para a divulgação da produção científica da instituição, sua circulação e impacto, estando dessa forma em pleno acordo com os princípios do movimento do acesso aberto.

Publicar livros em acesso aberto é pontuado por Ferwerda, Pinter e Stern (2017) como mais um serviço que deve ser oferecido pela instituição. Os autores destacam, também, a importância de adicionar seus livros a sistemas de descobertas como o DOAB. No Brasil podemos citar a SciELO Livros, o Portal do Livro Aberto e outros.

Nesse sentido, a realidade em mutação no território nacional atesta a força das palavras de Cordon García, Alonso Arévalo e Martín Rodero (2010, p. 61, tradução nossa) para quem, “[...] a criação e manutenção de coleções de livros eletrônicos e outros materiais, para que eles possam ser vistos e lidos por usuários finais, sem necessidade de adquiri-los, é uma ocorrência cada vez mais comum no meio acadêmico e universitário [...]”.

Um exemplo significativo que confirma tal tendência da realidade das editoras universitárias brasileiras é a pesquisa de Dourado (2012). Ela investigou um total de 120 universidades e centros universitários brasileiros que possuem editoras e publicam em formato digital. Em 2011, eram 18 editoras, passando, em 2012, para 25 editoras que tinham uma iniciativa de publicação de livros em formato digital. Portanto, pode-se aferir que há uma tendência crescente de adesão das editoras universitárias ao formato digital.

A Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU) (2019, *online*) atua para “[...] promover a cultura e a socialização do conhecimento através da produção e difusão do livro universitário”. Foi criada em 1987 e tem 125 editoras afiliadas. Para Marques Neto e

²⁴ Mapa da localização de periódicos usando o OJS. Disponível em: <https://pkp.sfu.ca/ojs/ojs-usage/ojs-map/>. Acesso em: 13 ago. 2019.

Rosa (2010, p. 341), a ABEU “contribuiu para a consolidação das editoras universitárias e de novos perfis assumidos nos princípios do século XXI”. Quanto ao formato de publicação das editoras afiliadas, a ABEU não apresenta dados do total de editoras que publicam livros em formato digital.

Na América Latina, um grande avanço em relação ao desenvolvimento das atividades das editoras universitárias foi a criação *Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe* (EULAC), em 08 de maio de 1991, em Bogotá, Colômbia. A EULAC é um órgão autônomo que surgiu com o propósito de integrar e fortalecer as diferentes instituições universitárias, com o estreitamento de parcerias e colaboração entre países. Seus objetivos principais são: a promoção do pensamento acadêmico, através da visibilidade e promoção da circulação da produção editorial e a profissionalização dos envolvidos no setor (EULAC, 2019). Atualmente, ela conta com a participação de 20 países e, visando à promoção da produção editorial, possui um catálogo unificado, o *Catalat*²⁵, que conta com a participação de 11 países.

Destaca-se também a atuação do Cerlalc, criado em 1971 por um acordo de cooperação técnica entre a Colômbia e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), que busca fomentar o livro e a leitura e estimular produção e proteção da criação intelectual. O Cerlalc desenvolve atividades editoriais e disponibiliza diversas produções em sua página²⁶ (CERLALC, 2019).

Nesse sentido, para divulgação das produções científicas são utilizadas plataformas de livre acesso, comerciais ou híbridas. Alguns exemplos brasileiros são a SciELO Livros, a Editora da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp, Cultura Acadêmica), além de alguns repositórios institucionais identificados na pesquisa de Rosa *et al.* (2013). A partir de todos esses instrumentos, o usuário acessa livremente as publicações acadêmicas, sem necessidades de *login* e senha, podendo efetuar o *download* dos livros. De fato, a partir da produção e divulgação do conhecimento científico, imbuídas da responsabilidade ética e social inerente às IES, suas editoras desempenham uma função primordial no processo educacional e cultural das nações.

Como decorrência, um ponto crítico do processo em discussão é que as editoras universitárias devem continuar a impor um padrão de qualidade de excelência também aos

²⁵ *Latin American University Presses Rights Catalog*. Disponível em: <https://catalat.org/>. Acesso em: 06 ago. 2019.

²⁶ Publicações do Cerlalc. Disponível em: <https://cerlalc.org/pt-br/publicaciones/>. Acesso em: 11 ago. 2019.

conteúdos de livros em formato digital publicados por meio de seus conselhos editoriais. Rememorando que a autopublicação em meios digitais já se configura como prática comum, o que não representa qualquer entrave quando se trata de literatura não científica. Já no caso das obras de caráter acadêmico, técnico-científico e científico, elas necessitam sempre de formalismo e de avaliação constante pelos *referees*, exigência da comunicação científica, que permite validar os conteúdos vinculados *a posteriori*, além de frear a compulsão da “indústria de produção”. Essa etapa constitui a responsabilidade ética das editoras, das universidades e dos pares, que juntos assegura a real contribuição que os conteúdos publicados representam para a sociedade.

A editora universitária, portanto, graças à divulgação de sua coleção, atua no intercâmbio entre comunidade acadêmica e sociedade, visando à alfabetização científica, ao letramento e à popularização do fluxo informacional derivado da circulação do saber científico.

Quando novas possibilidades de publicação são desenvolvidas mundialmente, algumas editoras buscam se adaptar ao novo cenário editorial e outras surgem já voltadas para o movimento de acesso aberto (DEEGAN, 2017).

O relatório apresentado por Ferwerda, Pinter e Stern (2017) analisa a publicação de livros acadêmicos em oito países e apresenta informações sobre os seguintes problemas principais: a inclusão de livros de acesso aberto nas políticas de acesso aberto já existentes, tendo em vista que as vias verde e dourada tratam com mais especificidade dos periódicos e do autoarquivamento em repositórios institucionais; o suporte para financiamento das publicações; e os modelos de negócios para publicação. Dentre os modelos de publicação, os autores fazem uma distinção entre as tipologias de editores: os editores tradicionais, que visam o lucro; as editoras universitárias e editores institucionais, com ou sem fins lucrativos, por vezes conectados a universidades ou instituições de pesquisas; as novas imprensas universitárias que já nascem no movimento de acesso aberto, relacionadas a bibliotecas e universidades, que recebem apoio financeiro da própria instituição; e as imprensas acadêmicas independentes com ou sem fins lucrativos (FERWERDA; PINTER; STERN, 2017, p. 33).

O Academic Book of the Future Project – Projeto Livro Acadêmico do Futuro – surgiu em torno de questões como o aumento no valor das publicações, financiamento, mudanças nas políticas editoriais, rapidez do surgimento de novas tecnologias, entre tantos outros fatores que circundam o livro, as publicações, a biblioteca e a própria academia. Deegan (2017) entende que qualquer novo modelo para o livro será digital, mesmo pontuando que o futuro

será misto com impressões e com livros ‘monografias’ que chama de aprimoradas/melhoradas que são as publicações digitais. De acordo com a Andrew W. Mellon Foundation o livro do futuro deve “ser totalmente interativo, sendo possível pesquisar *online* as fontes primárias, fazer anotações independentemente da plataforma de leitura, incorporar métricas, ser portátil, revisado por pares e de alta qualidade”. (DEEGAN, 2017, p. 72).

O relatório “*Monographs e Open Access Project*” produzido por Geoffrey Crossick (2015) para o *Higher Education Funding Council for England* (HEFCE) nas áreas de artes, humanidades e ciências sociais, evidencia que a disponibilidade de livros nos dois formatos será essencial e que não existe um modelo de negócio único para as publicações. Nesse sentido, esses dados refletem a realidade de nossas editoras universitárias brasileiras à medida que a mudança do paradigma do livro físico para o digital não acontece na mesma velocidade que a dos periódicos científicos.

De acordo com Neylon *et al.* (2018), o livro digital, em comparação com os periódicos científicos, possui três áreas que são um desafio: a disponibilidade que não necessariamente precisa ser controlada pelo editor visto que existe uma diversidade de plataformas *online*; a infraestrutura técnica dos processos de catalogar, classificar e indexar que, sendo mais recente do que a dos periódicos, pode conseqüentemente ter menos consistência e confiabilidade; e a tradição das editoras que se concentram na venda de cópias impressas.

Ainda há muito o que se melhorar na produção e divulgação dos livros em acesso aberto. Para isso, faz-se necessário atuar em cooperação com bibliotecas, universidades, autores, editores, entre outros (FERWERDA; PINTER; STERN, 2017). Destacam-se alguns projetos e iniciativas de publicação de livros digitais que vêm sendo desenvolvidos mundialmente dentro dessa nova perspectiva dos modelos de publicação.

O OAPEN surgiu na Europa em 2008, pela Fundação OAPEN e opera duas plataformas: a Biblioteca OAPEN²⁷ e o DOAB, ambas dedicadas a hospedar e divulgar livros de acesso aberto, tendo uma coleção com obras de mais de 18 países. Editores, bibliotecas, agências financiadoras, instituições de pesquisa, universidades podem participar com sua produção, como um consórcio internacional para publicação dos livros em acesso aberto.

Outra iniciativa é a *University Press Content Consortium* (UPCC) que atua em um consórcio internacional de editoras universitárias para publicação de livros digitais. Para tal, foi desenvolvido o Projeto MUSE²⁸ que oferece milhares de livros digitais e revistas revisadas

²⁷ Biblioteca OAPEN. Disponível em: <http://www.oapen.org/home>. Acesso em: 02 nov. 2017.

²⁸ Projeto MUSE. Disponível em: <https://muse.jhu.edu/about/UPCC.html>. Acesso em: 02 nov. 2017.

por pares de grandes editoras universitárias e editores acadêmicos. Ele permite que livros sejam descobertos e pesquisados em um ambiente integrado com o conteúdo de mais de 600 revistas. O Projeto MUSE, no momento, possui mais de 50 mil livros de acesso aberto de mais de 100 editores²⁹.

O *Knowledge Unlatched*³⁰ (KU) é um consórcio que promove a colaboração entre bibliotecas e editores para que os livros acadêmicos tenham acesso aberto. Os livros são disponibilizados sob uma licença Creative Commons. Ele atua com 70 editores acadêmicos e conta com a colaboração de cerca de 450 bibliotecas e consórcios em todo o mundo. De acordo com Schroder (2017) os livros de acesso aberto financiados pelo KU duplicaram seu uso entre o segundo e o terceiro trimestre de 2017. Foram mais de 228.000 downloads de textos completos no OAPEN e mais de 67.000 downloads de capítulos pela plataforma JSTOR³¹. Ferwerda, Pinter e Stern (2017, p. 32) destacam que a KU é a maior financiadora para livros em acesso aberto dentre os oito países contemplados no relatório.

A Ubiquity Press³², fundada em 2012 pela Universidade de Londres, é uma editora que publica livros e revistas de acesso aberto, revisados pelos pares. Para publicação, ela cobra uma taxa de processamento calculada pelo número de páginas. Os livros possuem licenças Creative Commons CC-BY com os direitos autorais para o autor, são disponibilizados nos formatos PDF, EPUB e MOBI e podem ser acessados pelo OAPEN e DOAB.

Retomando o pensamento de Ferwerda, Pinter e Stern (2017) é importante a inclusão de livros de acesso aberto nas políticas de acesso aberto já existentes e, sobretudo, que as editoras universitárias nacionais formulem as suas políticas contemplando o livro digital. Deve-se também buscar outras formas de financiamento para além da própria universidade.

Dentre os diversos modelos de negócios para publicação apresentados, o Brasil ainda utiliza plataformas tradicionais em seu fluxo de trabalho. Faz-se necessário que as editoras entendam as mudanças ocorridas no cenário editorial mundial e se atualizem para compor este mercado, que, conforme dizem Kramer e Bosman (2016), contam com o surgimento constante

²⁹ Projeto MuseOpen. Disponível em: <https://about.muse.jhu.edu/about/story/>. Acesso em: 18 jan. 2020.

³⁰ *Knowledge Unlatched*. Disponível em: <http://www.knowledgeunlatched.org/>. Acesso em: 02 nov. 2017.

³¹ A JSTOR é uma plataforma que publica artigos científicos, livros, relatórios acadêmicos. Os livros são uma colaboração das editoras da Universidade da Califórnia, Universidade de Cornell, Universidade de Michigan e Universidade de Nova Iorque.

³² Ubiquity Press. Disponível em: <https://www.ubiquitypress.com/>. Acesso em: 02 nov. 2017.

de novas plataformas de publicação e distribuição. Esse pensamento é reforçado nas palavras de Shintaku e Brito (2019, p. 15) ao afirmarem que “atualmente, na editoração científica, não há como executar processos sem envolvimento digital”.

A utilização de plataformas como a OMP possibilita às editoras um maior auxílio no desenvolvimento e gerenciamento no fluxo editorial. Além de reduzir as barreiras para os autores como o custo de sua produção, elas facilitam o acesso e a divulgação, possibilitando aos usuários acesso remoto e com maior interatividade. Dados da pesquisa realizada por Andrade e Araújo (2016) revelam que apenas quatro editoras brasileiras utilizam a plataforma. Além desse número ser ainda pequeno, as editoras que a utilizam não usufruem das potencialidades da plataforma, impossibilitando aos leitores uma maior interatividade.

Portanto, reitera-se que as mudanças ocorridas no universo da comunicação científica, sobretudo, com o mercado editorial acadêmico, passam a exigir que as instituições desenvolvam novas maneiras para lidar com o produtor e com o usuário. Logo, é preciso pensar e planejar o futuro a longo prazo, procurando prospectar seus possíveis cenários para que se possa superar todas as situações de incerteza e cada vez mais se consolidar no mercado editorial.

5 CENÁRIOS PROSPECTIVOS

As mudanças no cenário editorial são uma realidade na construção dos novos modelos de comunicação científica. É cada vez mais crescente a velocidade em que as informações são produzidas assim como os processos que demandam a sua organização e disseminação. Consequentemente, acompanhar todas essas mudanças requer planejamento. Se, por um lado, não temos como ter certeza do que acontecerá no futuro, por outro, muitos setores e instituições podem se beneficiar dos estudos prospectivos de cenários. O estudo de cenários, por meio de seus métodos, técnicas e ferramentas, possibilita a criação de informação estratégica, permitindo, assim, o planejamento de ações e estratégias, instrumentalizando as organizações e preparando-as para as incertezas dos mercados globais.

Os cenários prospectivos na área da Ciência da Informação, no Brasil, possuem inicialmente uma intersecção com a Inteligência Competitiva e com a Gestão do Conhecimento. No final da década de 1990 foi ofertado o Curso de Especialização em Inteligência Competitiva (CEIC)³³ um dos trabalhos que abordou o tema foi a monografia de Nobrega (1999) e seu artigo publicado no IV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB). Posteriormente, teve a publicação do livro de Tarapanoff (2001) que apresentava métodos e técnicas para operacionalização da inteligência competitiva e a prospecção de cenários estava inserida como parte integrante do processo de gestão estratégica das organizações. Desde então, os trabalhos que utilizam os métodos prospectivos na área da Ciência da Informação continuam sendo desenvolvidos associados a gestão da informação, gestão do conhecimento, informação estratégica e aos estudos de mercados.

5.1 Cenários: origem, abordagens e conceitos

Pensar o futuro faz parte da dimensão humana. As instituições também devem prospectar as incertezas em relação ao futuro e procurar lutar por sua sobrevivência. Não se trata de prever o futuro, uma vez que a visão prospectiva não atua com projeções, nem previsões, mas seus estudos são voltados para as possibilidades de futuros, que podem vir a acontecer a partir das variáveis e das atitudes de seus atores. (MORITZ; MORITZ; PEREIRA, 2012).

Para Marcial e Grumbach (2006, p. 18),

³³ Curso realizado em convênio pela MCT/INT, CNPq/IBICT, UFRJ/ECO.

Os estudos prospectivos não têm como objetivo prever o futuro e, sim, estudar as diversas possibilidades de futuros plausíveis existentes e preparar as organizações para enfrentar qualquer uma delas, ou até mesmo criar condições para que modifiquem suas probabilidades de ocorrência, ou minimizar os seus efeitos.

Buarque (2003, p. 20) pontua que “o futuro é indeterminado e impossível de ser previsto, embora seja necessário e possível delimitar as incertezas a um conjunto reduzido de probabilidades”. Assim, o futuro é uma construção social que pode ser definido e até mesmo modificado conforme as ações e decisões da sociedade.

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, o cenário da produção de informação é fortemente marcado pelo boom informacional, pela formação de novas ciências, pelas mudanças de paradigmas e isso levou as diversas organizações a desenvolverem estudos prospectivos. De acordo com Bradfield *et al.* (2005), no período pós-guerras, dois centros geográficos de estudos de técnicas de cenários evoluíram: um nos EUA e outro na França.

As incertezas do pós-guerra levaram as organizações militares norte-americanas a desenvolver modelos de simulação de futuro, no qual pudessem investigar alternativas estratégicas e suas consequências, principalmente no campo do material bélico e tático (MARCIAL, 1999; SOUZA; TAKAHASHI, 2012).

Na década de 1960, o método de cenários foi inserido no campo da prospectiva por Herman Kahn, que ficou conhecido como o pai do planejamento de cenários. Hermann Khan coordenou um grupo de peritos e especialistas e, com o passar do tempo, foi o responsável por aprimorar os cenários e desenvolveu os primeiros trabalhos prospectivos no ambiente comercial. Ele, iniciou seus trabalhos na *Rand Corporation*, indo em seguida para o *Hudson Institute*, onde começou a aplicar a metodologia de cenários à previsão social e à política pública (BUARQUE, 2003; BRADFIELD *et al.*, 2005). De acordo com Bradfield *et al.* (2005) duas escolas de planejamento de cenários desenvolveram-se em paralelo nos EUA: a escola da Lógica Intuitiva e a escola das Tendências Probabilísticas Modificadas.

Paralelamente a isso, na França, o filósofo Gaston Berger fundou a Escola francesa de prospectiva e desenvolveu uma abordagem de cenários para longo prazo, que chamou de pensamento prospectivo ou *La Prospective*. Berger estava preocupado em estudar o futuro político e social francês (BRADFIELD *et al.*, 2005), sendo o primeiro a utilizar a palavra prospectiva na década de 1950. Para Berger, “Antes de ser um método ou uma disciplina, a prospectiva é uma atitude” (BERGER, 1958, p. 311).

Para o autor, cinco elementos são indissociáveis da atitude prospectiva: ver longe, se preocupar com o longo prazo; ver largo, ou seja, olhar amplamente; profundo, visando

encontrar os fatores e tendências importantes; pensar no ser humano, porque ele que é capaz de modificar o futuro; e arriscar, a investigação deve ser audaciosa, porém com prudência. Segundo Godet e Durance (2011, p. 9), a prospectiva, que “constitui uma antecipação (pré-activa e próactiva [sic]) para esclarecer a acção [sic] presente à luz dos futuros possíveis e desejáveis”, foi instituída com base em uma crítica aos processos de decisão. A partir de 1970 e desde então, Michel Godet tem expandido o trabalho dos franceses.

De acordo com Godet (2000, p. 20), em ambas as metodologias existem três passos essenciais que são: identificar as variáveis-chave; colocar as questões-chave para o futuro; e reduzir a incerteza sobre as questões-chave definindo os cenários mais prováveis.

Segundo Van Notten (2006), existem muitos tipos de abordagens de cenários em uso, não tendo uma abordagem única “correta”, já que contextos diferentes exigem abordagens de cenários diferentes. Duas são destacadas na obra de Van Notten (2006): a abordagem intuitiva depende do conhecimento qualitativo e de *insights* como fontes, a elaboração dos cenários se dá como uma forma de arte, com o desenvolvimento de histórias e requer criatividade como o uso de *workshop*; a abordagem analítica envolve a quantificação de incertezas identificadas e os modelos utilizados, que podem ser conceituais ou computacionais, servem para examinar as possíveis interações futuras entre um conjunto de variáveis selecionadas. Para Van Notten (2006) as abordagens podem ser utilizadas em combinação, sem qualquer prejuízo para os cenários.

Como um método de cenário foi aplicado no desenvolvimento desta tese, faz-se necessário explicar o que são cenários e como eles são vistos na literatura.

Uma definição proveniente das escolas norte-americanas, de caráter intuitivo, é a de Peter Schwartz (1991, p. 3, tradução nossa), que descreve cenário como “uma ferramenta para nos ajudar a adotar uma visão de longo prazo num mundo de grande incerteza. [...]. Cenários são histórias sobre a forma que o mundo pode assumir amanhã, histórias capazes de nos ajudar a reconhecer as mudanças de nosso ambiente e a nos adaptar a elas”. As histórias contadas a partir do método de cenários nunca descrevem a realidade atual, nem futura, elas são sempre representadas por visões fictícias a respeito do futuro. E como o futuro é múltiplo e incerto, vários cenários podem e devem ser construídos.

Em outra visão proveniente da escola francesa, de caráter analítico, Michel Godet (1994, p. 60) define o cenário como “um conjunto formado pela descrição de uma situação futura e pela cadeia de acontecimentos que permitem passar da situação de origem à situação futura”.

Buarque (2003, p. 22) explica os cenários como a “descrição de um futuro – possível, imaginável ou desejável – para um sistema e seu contexto, bem como do caminho ou da trajetória que o conecta com a situação inicial do objeto de estudo, como histórias sobre a maneira como o mundo (ou uma parte dele) poderá se mover e se comportar no futuro”.

Para Michael Porter (2004, p. 243), a produção de cenários é uma técnica útil nas indústrias emergentes e os define como “visões parciais e internamente consistentes de como o mundo será no futuro e que podem ser escolhidas de modo a limitar o conjunto de circunstâncias que podem vir a ocorrer”.

Segundo Van Notten (2006, p. 70, tradução nossa), os cenários “são descrições consistentes e coerentes de futuros hipotéticos alternativos que refletem diferentes perspectivas sobre desenvolvimentos passados, presentes e futuros, que podem servir como base para a ação”.

De acordo com Moritz, Moritz e Pereira (2012, p. 3) “os cenários prospectivos se constituem uma técnica gerencial que integra o processo estratégico das organizações, e sua aplicação procura construir um futuro mais qualificado e adequado ao mundo de incertezas [...]”. Para os autores, os cenários prospectivos ainda possuem as características de serem criativos, surpreendentes, plausíveis, participativos e capazes de romper com estereótipos.

A elaboração de cenários requer uma lógica de jogos de hipóteses sobre os comportamentos futuros, o que vai demandar sensibilidade para identificar sinais e tendências e criatividade para explorar as diversas possibilidades. Por isso, Schwartz (1991) diz que a elaboração de cenários é uma arte, uma história construída em torno de tramas com cenas e trajetórias. Por sua vez, Buarque (2003, p. 21-22), ao abordar a construção de cenários, pontua que:

[...] sua aplicação para a interpretação dos movimentos do presente e do desempenho futuro permite, assim como a ciência, uma explicação do passado. Na verdade, o método de cenários é uma tecnologia – com vários instrumentos e várias técnicas de organização e sistematização – que se utiliza do conhecimento científico para lidar com eventos e processos e para construir tendências lógicas e consistentes.

Godet explica em suas obras que, apesar de “cenário” e “prospectiva” não serem sinônimos, a construção de cenários assume um papel central na maior parte dos estudos prospectivos e destaca que “Um cenário não é um fim em si, ele só tem sentido se tiver resultados, se tiver consequências para a acção [sic]” (GODET; DURANCE, 2011, p. 43).

Logo, os cenários são a descrição de um futuro possível, imaginável ou até mesmo desejável, a partir de um jogo de hipóteses que poderá sofrer alterações de acordo com as ações e decisões dos atores. Não há um modelo e uma tipologia de cenário mais adequado: para cada propósito e organização deve ser estabelecido um modelo e uma classificação.

5.2 Métodos de elaboração de cenários prospectivos

A elaboração de cenários requer planejamento e isso significa elaborar estratégias que irão definir o futuro das organizações. Assim, ao longo dos anos diversas técnicas e métodos de cenários prospectivos foram desenvolvidos e aplicados em diferentes organizações e setores visando identificar as tendências futuras. Todas as técnicas de apoio são compostas por ferramentas qualitativas e quantitativas, que podem ser trabalhadas em conjunto, sendo que a escolha deve se dar a partir das características da organização.

Descreve-se, a seguir, uma síntese das etapas de quatro métodos para elaboração de cenários encontrados na literatura especializada: método descrito por Schwartz, cenários industriais de Porter, método descrito por Grumbach, e o método de Godet. Cada um tem características próprias, porém compartilham o mesmo objetivo. Apesar da existência de outros métodos, optou-se por trabalhar, nesta tese, apenas com esses por possuírem princípios descritos pela prospectiva.

5.2.1 O método descrito por Schwartz

Peter Schwartz iniciou os estudos com cenários no *Stanford Research Institute* (SRI) em 1970. Em 1975, Pierre Wack o convida a integrar o grupo da *Royal Dutch Shell*, passando a substituir o Pierre Wack em 1982. A *Royal Dutch Shell* adotou o planejamento de cenários como uma estratégia permanente em 1972-1973 e, junto com o trabalho do SRI, deu origem a escola de Lógica Intuitiva, sendo a primeira organização a fazer uso amplamente documentado de cenários no contexto dos negócios (SCHWARTZ, 1991; MORITZ, 2004; GODET, 2006).

Schwartz e alguns amigos criaram em 1987, a *Global Business Network* (GBN), uma organização norte-americana voltada para a formulação de cenários, que foi extinta em 2013. Os estudos da GBN acabaram por criar uma metodologia de cenários mais conhecida por método GBN.

Sua metodologia é composta por oito etapas:

- 1) Identificação da questão principal;
- 2) Identificação dos fatores-chave (microambiente);
- 3) Identificação das forças motrizes (macroambiente);
- 4) Classificação dos fatores-chave e forças motrizes por importância e incerteza;
- 5) Seleção das lógicas dos cenários;
- 6) Descrição dos cenários;
- 7) Análise das implicações e opções; e
- 8) Seleção dos principais indicadores e sinalizadores.

Schwartz (1991, p. 233) sugere cuidado quando se elabora três cenários, embora muitas vezes façamos, porque os usuários tendem a identificar um deles como cenário “intermediário” ou “mais provável”. Nessa perspectiva, Moritz (2004) sugere não ultrapassar o número de quatro cenários finais, pois, conforme pontua Schwartz, mais de quatro cenários podem dificultar o processo de tomada de decisão. O método também não trabalha com probabilidades, com o intuito de evitar a inclinação pelo cenário de maior probabilidade (MARCIAL; COSTA, 2001; MORITZ; MORITZ; PEREIRA, 2012). Em todas as etapas, são levados em consideração os modelos mentais dos dirigentes da organização, ou seja, as visões de mundo adquiridas, as preocupações e incertezas. Ao se utilizar os dirigentes das organizações no processo de desenvolvimento dos cenários, permite-se a criação de informação estratégica com base em um grupo de indivíduos que conhecem o negócio em que suas organizações estão inseridas. No entanto, este grupo pode ser resistente ou não perceber determinados tipos de mudanças que podem estar ocorrendo ou prestes a ocorrer, justamente por estarem presos a paradigmas e imersos em contextos próprios de atuação.

Por fim, Schwartz (1991, p. 234) ressalta que pode-se dizer que se tem bons cenários quando estes forem ao mesmo tempo plausíveis e surpreendentes, de modo que tenham o poder de quebrar estereótipos.

5.2.2 O método de cenários industriais de Michael Porter

O método descrito por Porter tem como objetivo elaborar cenários industriais, considerando sempre o comportamento da concorrência. Para Porter (2004, p. 4-5) o grau da concorrência em uma indústria é regido por cinco forças competitivas: a entrada de novos concorrentes no mercado; as ameaças de produtos ou serviços substitutos; o poder de

negociação dos compradores; o poder de negociação dos fornecedores; e a rivalidade entre as empresas existentes. De acordo com Moritz (2004, p. 84), “as incertezas relacionadas a cada força competitiva constituem a base conceitual para a construção dos cenários industriais”.

Para Porter (1989), a estratégia competitiva é a busca de uma posição competitiva favorável em uma indústria, um ambiente apropriado para análise de cenários, por isso seu método é denominado cenários industriais. Ainda conforme o autor, o cenário industrial possibilita que uma empresa traduza a incerteza em estratégias competitivas.

A metodologia descrita por Porter (1989, p. 414) para construção de cenários industriais é composta por sete etapas:

- 1) Identificar as incertezas que podem afetar a estrutura industrial;
- 2) Determinar os fatores causais que as conduzem;
- 3) Fazer uma série de suposições plausíveis sobre cada fator casual importante;
- 4) Combinar suposições sobre fatores individuais em cenários internamente consistentes;
- 5) Analisar a estrutura industrial que prevaleceria sob cada cenário;
- 6) Determinar as fontes de vantagem competitiva sob cada cenário;
- 7) Prever comportamento da concorrência sob cada cenário.

Para Porter (2004, p. 243) o cenário é utilizado como uma técnica para a previsão e pode ser utilizado para enfrentar as incertezas do mercado. Segundo o autor, após os cenários serem definidos, a empresa terá condições de examinar a sua posição e avaliar em qual cenário apostar ou como deve se comportar estrategicamente. Por ter um foco voltado para o mercado industrial e para a estratégia competitiva, o método é mais utilizado na área de administração.

5.2.3 O método descrito por Grumbach

O método de cenários descrito por Raul Grumbach baseia-se nos conceitos definidos pela prospectiva de que existem vários futuros possíveis e de que o futuro não é uma extrapolação do passado (MARCIAL, 1999).

O método é composto por três etapas, são elas:

- 1) Definição do problema;
- 2) Pesquisa;
- 3) Processamento.

Inicia-se buscando conhecer o problema, analisando o propósito, a amplitude e o horizonte temporal do estudo são discutidos. A etapa seguinte é a pesquisa, sendo realizado o diagnóstico do problema assim como um estudo do passado e da situação atual. A terceira etapa é composta pela avaliação e interpretação das varias hipóteses de futuro existentes. Para auxiliar o processo de desenvolvimento são utilizados os métodos de Delphi e dos impactos cruzados. Marcial (1999) explica que, segundo Grumbach, para a interpretação dos cenários, sugere-se trabalhar com cinco cenários alternativos: o mais provável, o ideal, o exploratório otimista, o cenário tendente e o exploratório pessimista.

O método Grumbach é fruto de estudos realizado na Espanha em 1989 e 1990 e desde então vem sendo aperfeiçoado pela equipe da empresa Brainstorming³⁴, que tem como fundador e diretor Raul Grumbach. Ao longo dos anos, a empresa desenvolveu alguns *softwares* que podem ser utilizados para aplicação do método, como o PumaWeb para planejamento estratégico, LinceWeb para análise de atores e teoria dos jogos e CenarioWeb para a construção de cenários prospectivos.

5.2.4 O método descrito por Michel Godet

O método de cenários descrito por Michel Godet visa construir representações dos futuros possíveis, de modo que os atores e as variáveis desempenham um papel fundamental nessa construção, podendo inclusive modificar os cenários a partir das ações.

Para cada objeto de estudo há um tipo de cenário mais adequado. Dentro do modelo proposto por Godet (2000, p. 19), ele distingue dois grandes grupos:

- **exploratórios**: partem das tendências passadas e presentes e conduzem a futuros possíveis;
- **normativos ou de antecipação**: são construídos a partir de imagens alternativas do futuro, podem ser desejados ou, pelo contrário, temidos; são concebidos de forma retroprojectiva.

Godet trabalha desde os anos de 1970 com o método de cenários aliado ao de prospectiva. Nos anos de 1980, os métodos e instrumentos em apoio da metodologia da

³⁴ Empresa Brainstorming – consultoria e treinamento. Disponível em: <http://brainstorming.com.br/brainstorming/metodo-grumbach>. Acesso em: 14 ago. 2019.

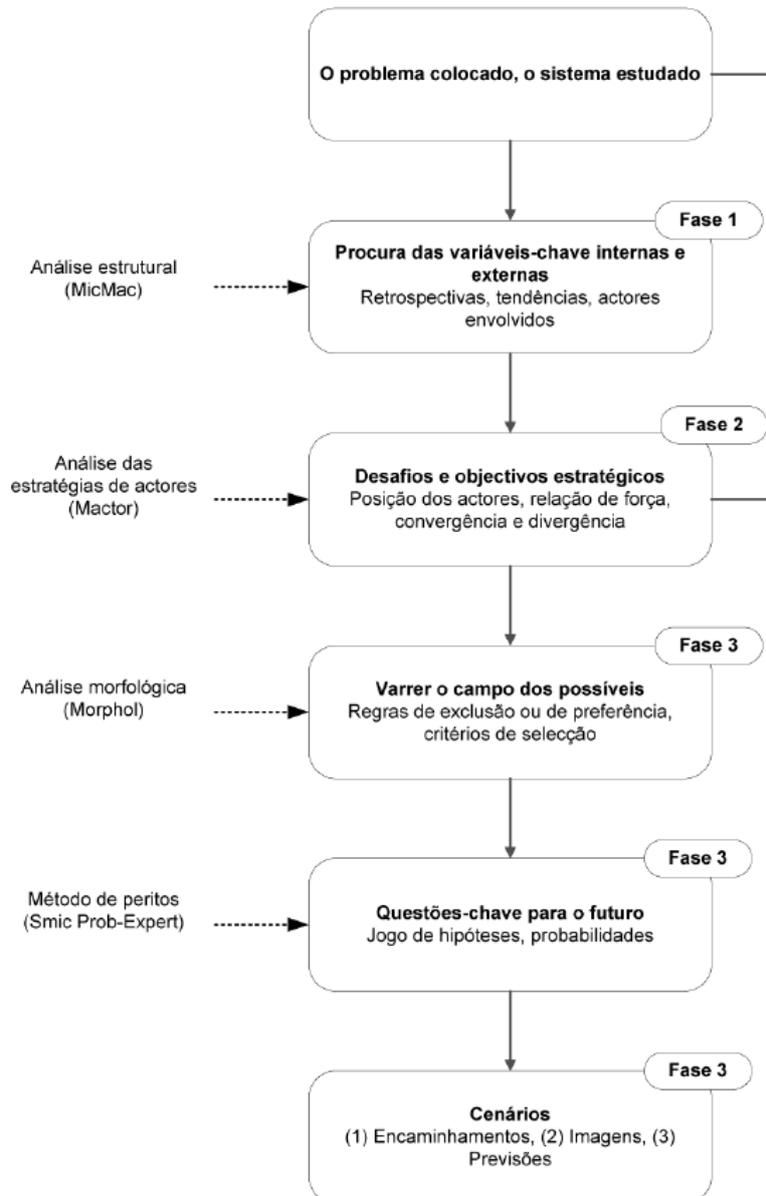
prospectiva estratégica da Escola Francesa de Prospectiva foram desenvolvidos no *Laboratoire d'Innovation de Prospective Stratégique et d'Organisation* (LIPSOR) e, com o auxílio de empresas, permitiu o desenvolvimento de cinco programas computacionais, de acesso livre e gratuito, para auxiliar em várias etapas do processo de construção dos cenários.

Godet e Durance (2011, p. 31) descrevem que “É raro ver a metodologia da Prospectiva estratégica aplicada na sua totalidade. As limitações de tempo são, com efeito, raramente compatíveis com os prazos necessários para essa aplicação”. Por isso alguns métodos possibilitam a realização de apenas algumas etapas de elaboração de cenários.

Nesse sentido, Godet (2000) faz uso do termo “caixa de ferramentas” objetivando descrever o conjunto de ferramentas (*softwares*) criadas com o objetivo de auxiliar o processo de construção de cenários prospectivos. A caixa de ferramentas não é linear, logo a utilização de todas as ferramentas não é obrigatória: podem ser combinadas ou utilizadas separadamente, devendo ser utilizadas conforme o problema e o objeto de estudo. Para Godet (2000, p. 23), como em qualquer caixa de ferramentas, “é possível utilizar cada uma delas de forma modular”.

Os principais elementos que compõem a caixa de ferramentas fazem parte das três fases para a elaboração de cenários. São elas: fase 1 construir a base; fase 2 identificar os desafios e objetivos estratégicos; e fase 3 varrer o campo dos possíveis e reduzir as incertezas e elaborar os cenários (GODET; DURANCE, 2011, p. 49-51). De acordo com Godet (2000) e Godet e Durance (2011), cada fase possui etapas, métodos e instrumentos específicos que podem ser trabalhados em conjunto ou individualmente, podendo utilizar o suporte de *softwares*, conforme visualiza-se na Figura 10.

Figura 10 – O Método dos cenários de Michel Godet



Fonte: Godet e Durance (2011, p. 50)

A primeira fase que Godet e Durance (2011) descrevem como construir a base consiste em identificar e escolher o problema prospectivo que se pretende estudar. Deve-se delimitar o sistema pela determinação das variáveis internas e externas essenciais. Para isso, com a análise estrutural é possível delinear o sistema e determinar as variáveis a partir da Matriz de Análise Estrutural e relacionar todos os elementos que fazem parte do sistema. Segundo Godet (2000, p. 65), a análise estrutural tem como objetivo “fazer emergir as principais variáveis influentes e dependentes e, desse modo, as variáveis essenciais à evolução do sistema”.

A análise estrutural é composta por três fases: recenseamento das variáveis; descrição das relações entre variáveis; e identificação das variáveis-chave. As duas primeiras etapas a coleta dos dados podem ocorrer com a utilização de diversos instrumentos, sendo selecionado conforme as características do problema e do sistema a ser explorado. A terceira fase se dá com o auxílio do *software* de Matriz de Impacto Cruzado de Multiplicação Aplicada a uma Classificação (MICMAC).

Na segunda fase, após a identificação das variáveis-chave ocorre a análise das estratégias de atores que busca avaliar as relações de força entre atores, sendo possível analisar as suas convergências e divergências relativamente a certo número de desafios e objetivos associados (GODET, 2000). De acordo com Godet, esta etapa compreende sete fases: construção do quadro das estratégias dos atores, avaliação das relações de força entre os atores, identificação dos desafios estratégicos e dos objetivos associados, posicionamento dos atores em função dos objetivos, hierarquização das prioridades, integração das relações de força e formulação das recomendações estratégicas e das questões-chave para o futuro. Nessa fase utiliza-se o *software* Método, Atores, Objetivos, Resultados de Força (MACTOR).

A terceira fase, a fase de elaboração dos cenários, é constituída pela análise morfológica e pelo método de peritos. A análise morfológica é a técnica mais antiga da caixa de ferramentas e é bem utilizada na construção de cenários. A análise morfológica foi criada por Fritz Zwicky durante a Segunda Guerra Mundial. No método de Godet, ela é aplicada, desde os anos de 1980, a partir do *software* Morphol e possui duas etapas: a construção do espaço morfológico e a redução do espaço morfológico.

De acordo com Godet e Durance (2011, p. 74), a análise morfológica “visa explorar de forma sistemática os futuros possíveis a partir do estudo de todas as combinações resultantes da decomposição de um dado sistema”. Com a análise morfológica é possível varrer o campo dos possíveis e construir cenários a partir do jogo de hipóteses.

Com o auxílio dos métodos periciais pode-se reduzir a incerteza, com base na consulta a peritos, estimando as probabilidades de ocorrências das diferentes combinações que servirão de base para a construção dos cenários. O método de peritos pode se utilizar diversas ferramentas para coleta dos dados, como DELPHI, Abáco de Régnier e impactos cruzados probabilísticos e fazer uso do *software* Sistemas e Matrizes de Impactos Cruzados (SMIC-Prob-Expert). De acordo com Godet, é na terceira fase que os cenários são construídos, contudo, como o autor mesmo destaca, a utilização da caixa de ferramenta é modular e existem pesquisas que completam as duas fases e, após análise e aplicação dos *softwares*, já desenvolvem os cenários.

Godet (2000, 2006) ressalta que o uso das ferramentas estimula a imaginação, reduz as inconsistências do pensamento, cria uma linguagem comum, estrutura a reflexão coletiva e possibilita ao participante que se aproprie da técnica. Por fim, destaca que o uso das ferramentas não deve substituir a reflexão nem restringir a liberdade de escolha. A criatividade, imaginação e, sobretudo, reflexão e intuição do futurista é fundamental para a construção dos cenários.

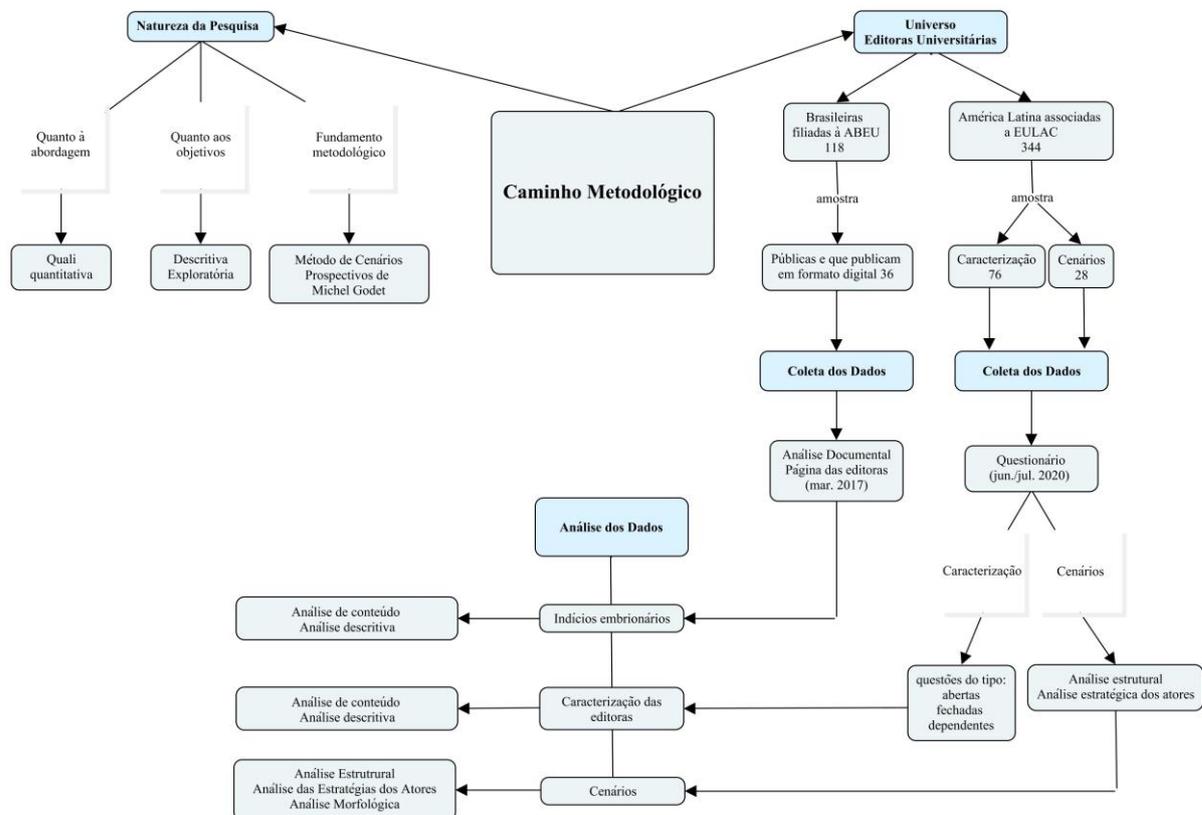
Após essas considerações, destaca-se que essa pesquisa encontrou na metodologia de Godet o suporte necessário para desenvolver a construção dos cenários prospectivos para o mercado editorial acadêmico no que tange à perspectiva da publicação de livros em formato digital. O método de cenários de Godet oferece base conceitual e prática por meio das ferramentas, sendo adequado para a análise do sistema estudado e possibilitando, assim, a identificação das variáveis, o jogo dos atores e a projeção de cenários futuros.

6 PERCURSO METODOLÓGICO

Com vistas a atingir o objetivo da pesquisa, estabeleceram-se os procedimentos metodológicos necessários para a sua consecução.

Esta pesquisa foi constituída por duas etapas. Na primeira etapa, a amostra selecionada foi circunscrita às editoras universitárias públicas brasileiras filiadas à ABEU, com o objetivo de identificar quais publicavam em formato digital. Em seguida, foram analisadas as variáveis: catálogo, disponibilização das obras, acesso e formato. Estes resultados foram apresentados na qualificação da pesquisa em dezembro de 2017. No decorrer da pesquisa optou-se por expandir a amostra para as editoras universitárias da América Latina, independente de sua categoria administrativa, pública ou privada, e do formato de publicação, impresso e/ou digital. Na Figura 11, apresenta um diagrama que indica o caminho metodológico adotado na pesquisa.

Figura 11 – Diagrama do caminho metodológico



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Portanto, este capítulo apresenta a caracterização da pesquisa, as etapas que orientaram o seu desenvolvimento, os instrumentos para coleta e análise dos dados, enfatizando os aspectos metodológicos utilizados para alcançar os objetivos, inclusive a elaboração de cenários a partir do método de Godet.

6.1 Natureza da pesquisa

Este estudo se propôs a discutir a perspectiva da publicação de livros em formato digital pelas editoras universitárias na América Latina. A caracterização da pesquisa quanto a abordagem é mista quali-quantitativa, ou seja, uma abordagem metodológica qualitativa com contribuição quantitativa para complementar os dados da pesquisa. De acordo com Creswell (2010), a utilização do método misto possibilita que tanto a coleta quanto a análise dos dados ocorram utilizando as duas abordagens simultaneamente, auxiliando assim a interpretação dos resultados. Para Van Notten (2006), a combinação de entradas qualitativa e quantitativa pode tornar os cenários mais robustos e consistentes.

A pesquisa desenvolvida se caracteriza como descritiva e exploratória e possui fundamento metodológico no método de cenários prospectivos de Michel Godet, já tratado no capítulo anterior. Para Gil (2011, p. 28), a pesquisa descritiva tem a finalidade de identificar e “descrever características de determinada população ou fenômeno”. Desta forma, esta pesquisa buscou identificar e descrever as características do fluxo editorial das editoras, bem como descrever suas variáveis e atores, conforme 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”.

A pesquisa se mostra exploratória uma vez que a aplicação do método de cenários de Michel Godet, especificamente no contexto do mercado editorial de livros acadêmicos produzidos no formato digital pelas editoras universitárias da América Latina, irá explorar diferentes cenários prospectivos para o mercado estudado, criando informação estratégica que pode ser utilizada para o desenvolvimento do planejamento estratégico destas editoras.

6.2 Universo e amostra da pesquisa

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 EULAC e por associações de editoras universitárias nacionais. A EULAC, criada em 1991, é um órgão autônomo que surge com o objetivo de integrar e fortalecer as diferentes editoras universitárias. Com parcerias e colaborações entre países, ela atualmente congrega editoras acadêmicas de 20 países. De acordo com a EULAC (2018), os países com maior presença são: Argentina, Brasil, Colômbia, Costa Rica e México, além da presença da região Centroamérica.

Os países que possuem associações e número de editoras associadas estão descritos no Quadro 1, a seguir.

Quadro 1 – Países, associações e número de editoras associadas a EULAC

PAÍS OU ÁREA	ASSOCIAÇÃO	EDITORAS ASSOCIADAS
Argentina	Red de Editoriales de Universidades Nacionales de la Argentina (REUN)	58
	Red de Editoriales de Universidades Privada (REUP)	-
Brasil	Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU)	123
Colômbia	Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (ASEUC)	67
Centroamérica	Sistema Editorial Universitario Centroamericano (SEDUCA)	17
Costa Rica	Editoriales Universitarias Públicas Costarricenses (EDUPUC)	5
Equador	Red de Editoriales Universitarias del Ecuador (REUDE)	15
México	Editoriales Universitarias y Académicas de México (ALTEXTO)	59
Total		344

Fonte: Com base em (GIMÉNEZ-TOLEDO; TEJADA-ARTIGAS; MAÑANA-RODRÍGUEZ, 2018b) e informações das associações via *email* e em seus sites (2019)

De acordo com Giménez-Toledo, Tejada-Artigas e Mañana-Rodríguez (2018b), o total de editoras em 2015 era de 327. A partir da atualização dos dados em julho de 2019, podemos aferir que 344 editoras estão vinculadas a associações. Contudo esse número não representa o total de editoras que integram a EULAC, pois ele contabiliza apenas o número de editoras que estão em associações e há países que não tem associações. Infelizmente, não obtivemos retorno da EULAC para que tais editoras pudessem ser contactadas e os números fossem atualizados com precisão.

Tendo definido o universo da pesquisa (344 editoras), foi preciso segmentar a amostra. A seguir é descrito como se deu a seleção de cada amostra nas duas etapas da pesquisa.

A primeira etapa da seleção da amostra das editoras nacionais ocorreu em novembro de 2016, definindo-a em torno das editoras universitárias brasileiras filiadas a ABEU. Trata-se de uma associação que tem como missão atuar no desenvolvimento da cultura editorial universitária, dando mais visibilidade à produção científica, acadêmica e cultural das instituições associadas. Nesse período, a ABEU possuía 118 editoras filiadas, identificadas, em uma primeira análise, pelos seguintes tipos de editora: 64 públicas, 41 privadas e 13 não possuíam vinculação com instituição de ensino superior. Todas as páginas das editoras filiadas foram consultadas buscando identificar as seguintes variáveis: instituições a que está vinculada, nome, local, contato, se publica em formato digital e qual o formato utilizado pelas editoras para os livros digitais.

Em seguida, foi realizado um levantamento pelo site do Ministério da Educação, no portal e-Mec da categoria administrativa e organização acadêmica das universidades a que as editoras filiadas estão vinculadas. Esses dados também foram solicitados via Sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão (e-SIC).

De acordo com o Ministério da Educação as instituições de ensino, quanto à sua categoria administrativa, podem ser classificadas como pública ou privada. Já quanto à sua organização acadêmica, podem ser classificadas como: escolas de governo, centro universitário, instituto federal e universidades. Assim, assinala-se que, mesmo sendo uma associação de editoras universitárias, a ABEU possui, dentre seus filiados, instituições que representam essa variedade na sua organização acadêmica, além das editoras que não têm vínculo com IES.

Após a análise de cada site de editora e do portal e-Mec, optou-se por selecionar, para a amostra, apenas as editoras de categoria administrativa pública e que publicassem livro em formato digital. Logo, a amostra foi constituída por 36 editoras universitárias. Essa primeira etapa gerou os resultados apresentados na subseção 7.1.

Na segunda etapa foram incluídas as editoras universitárias da América Latina associadas à EULAC. Assim, a amostra dessa segunda etapa é composta por editoras universitárias de oito países.

Reitera-se que foi enviado um *email* para todas as associações que integram a EULAC, indicadas no Quadro 1. Obteve-se retorno da REUN (Argentina), ABEU (Brasil), ASEUC (Colômbia), REUDE (Equador) e EDUPUC (Costa Rica). O questionário foi compartilhado pelas associações REUN, ASEUC, REUDE e EDUPUC, via *email*. Foi

possível coletar dados junto a 28 editoras de outros países da América Latina, detalhados no Quadro 2. No tocante as editoras brasileiras, o contato foi feito individualmente por editora, já que havíamos coletado seus contatos desde a primeira etapa e a ABEU enviou os dados de contato confirmando as informações já coletadas.

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 2 – 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
Total	76	28

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

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.

A pesquisa foi desenvolvida em dois momentos, sendo o primeiro a caracterização, em que foi aplicado um questionário com 76 editoras disponíveis. No segundo, foi aplicado o instrumento específico adaptado para atender o método de Godet.

No preparatório para a elaboração dos cenários, 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 (Quadro 2). Essa redução da amostra para elaboração dos cenários não apresenta prejuízo a pesquisa pois, de acordo com Godet (2000), o número útil de atores se situa frequentemente entre 10 e 20.

Para Godet, a análise prospectiva não deve ser realizada com atores externos ao sistema, mas sim com os responsáveis pelas decisões, ou seja, aqueles que comandam as variáveis-chave identificadas na análise estrutural. Por essa razão, os diretores das editoras foram os indivíduos selecionados para participar da pesquisa respondendo aos instrumentos de coleta de dados da pesquisa.

6.3 Procedimentos de coleta dos dados

Como procedimentos de coleta dos dados utilizou-se dois tipos de instrumentos que se mostraram mais adequados. A primeira etapa se deu pela análise documental dos sites das editoras. Já para a segunda, utilizou-se um questionário composto de duas partes. A seguir, descreve-se como se deu cada etapa.

A partir do mapeamento das editoras, deu-se início à coleta dos dados nos dias 23 e 24 de março de 2017, sendo o instrumento utilizado a análise documental.

De acordo com Bardin (2010, p. 47), a análise documental “tem por objetivo dar forma conveniente e representar de outro modo essa informação, por intermédio de procedimentos de transformação”. Dessa forma, durante o processo de análise documental, tornou-se possível identificar especificidades, características e similaridades existentes entre as editoras universitárias selecionadas, tendo como fonte os sites das editoras. Essa foi a primeira etapa, cujos dados estão apresentados na subseção 7.1.

Na segunda etapa, seguindo as orientações do método cenários prospectivos, foi aplicado um questionário por meio de formulário digital, que se mostrou o instrumento mais adequado para atender os objetivos propostos. O questionário foi composto por quarenta questões do tipo abertas, fechadas e dependentes e foi disponibilizado nos idiomas português e espanhol (APÊNDICES B e D).

O questionário buscou, inicialmente, caracterizar a editora e o seu fluxo editorial como os processos de avaliação, produção, divulgação e distribuição. Buscou-se também, com base nas experiências dos diretores das editoras, saber sua percepção quanto à divulgação e ao uso de plataformas para gestão editorial. Por fim, buscou-se verificar a percepção dos diretores sobre a influência/dependência entre as variáveis e os atores recenseados e o grau de relevância do objetivo em relação aos atores contidos nas tabelas.

No Quadro 3 é descrita a relação dos objetivos específicos, as variáveis estudadas e a distribuição das questões.

Quadro 3 – Objetivos, variáveis e questões

OBJETIVOS		VARIÁVEIS	QUESTÕES
Objetivo geral Investigar a perspectiva da publicação de livros em formato digital nos processos das editoras universitárias na América Latina	Objetivo Específico (a) Identificar as editoras universitárias que publicam em formato digital	Produção	8 a 15
	Objetivo Específico (b) Caracterizar o fluxo editorial das editoras	Avaliação Produção Divulgação Distribuição	5 a 7 8 a 18 19 a 21 22 a 26
	Objetivo Específico (c) Analisar a percepção dos diretores quanto à distribuição e ao uso de plataformas para gestão editorial	Distribuição e plataformas de gestão	27 a 37
	Objetivo Específico (d) Elaborar cenários por meio do método de construção de cenários prospectivos de Michel Godet	Variáveis Atores Objetivos	38 39 40

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A primeira coleta de dados com as editoras brasileiras foi por *email*, no período de março a maio de 2019. Os dados recebidos foram ampliados, no período de 14 a 19 de maio de 2019, durante a 32ª Reunião Anual da ABEU, quando foi realizada uma coleta de dados de modo presencial.

Durante os meses de junho e julho de 2019 o formulário digital ficou disponível para todos os países. O questionário foi aplicado com os diretores das editoras universitárias e disponibilizado via *software* LimeSurvey.

A escolha por esse *software* se deu porque, dentro das alternativas disponíveis de ferramentas de coleta de dados, o *software* LimeSurvey foi o que permitiu construir um único formulário com uma matriz com entrada de dados numéricos, atendendo ao indicado no método de cenários, possibilitando aos respondentes analisar o grau de influência/dependência entre variáveis e atores.

Esse estudo utilizou-se de três fases principais apontadas por Godet: Análise estrutural; Análise das estratégias de atores; e Análise Morfológica. Como não é obrigatório o uso de todas as fases do método, compreendeu-se que essas três seriam essenciais para a elaboração dos cenários. Além do mais, o tempo disposto para a realização da pesquisa também não possibilitou o uso de outras ferramentas.

A primeira ferramenta a ser utilizada foi a Análise Estrutural, que é composta por três fases: recenseamento das variáveis (internas e externas); descrição das relações entre variáveis; e identificação das variáveis-chave.

6.3.1 Análise Estrutural

A análise estrutural é um instrumento de estruturação coletiva. Para esta pesquisa, fez-se necessária uma adaptação à identificação e o recenseamento das variáveis-chave (internas e externas). As variáveis foram determinadas com base no referencial teórico, a partir das estruturas administrativas descritas nos sites das editoras universitárias e nos relatórios de órgãos como a CBL, Cerlalc, Bookwire e Projeto Livro Acadêmico do Futuro apresentados acerca do mercado editorial e do futuro do livro acadêmico.

Godet e Durance (2011, p. 63) pontuam que “a explicitação detalhada de cada variável é indispensável, facilitando a análise e a identificação das relações entre as variáveis, além de permitir a constituição da base necessária a qualquer reflexão prospectiva”. Assim, segue descrição das variáveis Quadro 4.

Quadro 4 – Variáveis da pesquisa e suas descrições

VARIÁVEIS INTERNAS	DESCRIÇÃO
Gestão	Gestão da produção editorial, definição e aplicação de políticas para publicação, financiamento, divulgação e distribuição
Avaliação	Revisão pelos pares realizada pelo conselho editorial
Produção	Fase da preparação envolve o processo de editoração: diagramação, normalização e produção gráfica
Divulgação	Desenvolvimento de estratégias de marketing. Definição de ferramentas/canais utilizados para divulgação das obras impressas e/ou eletrônicas
Distribuição	Definição de ferramentas para vendas que pode ocorrer diretamente pela editora, por distribuidores, livreiros e feiras
VARIÁVEIS EXTERNAS	DESCRIÇÃO
Legislação	Regulamentação da política do livro digital no país, bem como a constituição de políticas e diretrizes para as publicações de acesso aberto
Tecnologia	Uso de novas plataformas digitais
Economia	Desenvolvimento econômico e carga tributária
Cultura	Crescimento do número de leitores digitais e familiaridade com as plataformas
Capacitação	Treinamento das equipes para uso de novas tecnologias

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

A segunda fase é constituída pela relação entre as variáveis, ou seja, uma variável só existe a partir de sua relação com outras variáveis. Tenta-se identificar as relações a partir de uma “matriz de análise estrutural”, cujo preenchimento se dá de modo qualitativo.

O preenchimento da matriz de análise estrutural (Quadro 5) ocorreu juntamente com o questionário. No preenchimento da matriz, as influências existentes entre as variáveis são identificadas a partir do conhecimento e experiência dos indivíduos integrantes da amostra. Os nomes das variáveis foram inseridos na primeira linha e primeira coluna da matriz e as interseções das linhas e colunas na cor cinza não foram utilizadas, já que uma variável não pode exercer influência sobre ela mesma.

Quadro 5 – Modelo da Matriz de Análise Estrutural das Variáveis

Sobre a variável		INTERNAS					EXTERNAS				
		Gestão	Avaliação	Produção	Divulgação	Distribuição	Legislação	Tecnologia	Economia	Cultura	Capacitação
Influência da variável		Gestão	Avaliação	Produção	Divulgação	Distribuição	Legislação	Tecnologia	Economia	Cultura	Capacitação
INTERNAS	Gestão										
	Avaliação										
	Produção										
	Divulgação										
	Distribuição										
EXTERNAS	Legislação										
	Tecnologia										
	Economia										
	Cultura										
	Capacitação										

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Visando facilitar o entendimento por parte da amostra, foi realizado o seguinte questionamento: Qual o grau de influência direta que uma variável exerce sobre a outra? O grau de influência é indicado, conforme o tipo de influência descrito no Quadro 6. Como se

utilizou para a coleta dos dados um *software online* e a questão foi construída em uma matriz de números o P foi substituído pelo número 4.

Quadro 6 - Grau de influência de uma variável sobre a outra

GRAU	TIPO DE INFLUÊNCIA
0	Sem influência direta
1	Fraca
2	Média
3	Forte
P (4)	Potencial (pode ocorrer em algum momento no futuro)

Fonte: Godet e Durance (2011)

Na terceira fase, a identificação das principais variáveis-chave ocorre através do uso do *software* MICMAC, tendo como base as informações obtidas nas fases 1 e 2. O *software* possibilita identificar as principais variáveis-chave que são fundamentais para o desenvolvimento do sistema e identifica as relações de influência e dependência entre as variáveis. A descrição dos resultados obtidos nessa etapa estão na seção de análise dos dados, descritos na subseção 8.1.

6.3.2 Análise das Estratégias dos Atores

A segunda fase é a Análise das Estratégias dos Atores. Ela é composta por sete fases, contudo, para esta pesquisa, considerou-se utilizar cinco fases: a) recenseamento; b) avaliação das relações de força entre os atores; c) identificação dos objetivos; d) posicionamento dos atores em função dos objetivos e identificação das convergências e divergências (posição simples); e hierarquização das prioridades (posições valorizadas).

a) Recenseamento dos atores

O recenseamento dos atores (internos e externos) foi determinado com base no referencial teórico e nos relatórios de órgãos como a CBL, Cerlalc, Bookwire e Projeto Livro Acadêmico do Futuro apresentados acerca do mercado editorial e do futuro do livro acadêmico. No Quadro 7, visualizam-se os atores internos e externos e as descrições definidas em função de seus objetivos.

Quadro 7 – Atores da pesquisa e suas descrições

ATORES INTERNOS	DESCRIÇÃO
Diretoria	Coordena a definição e a aplicação de políticas para publicação, financiamento, divulgação, distribuição e gestão da produção editorial
Conselho Editorial	Define a política editorial, aprova a avaliação por pares para a publicação
Equipe de Editoração	Responsável pela produção editorial na fase da diagramação, normalização e produção gráfica
Equipe de comunicação e marketing	Desenvolve estratégias de marketing para promoção e divulgação das publicações
Equipe comercial	Define quais ferramentas de vendas serão utilizadas. Realiza contratos com distribuidores e livreiros. Elabora os relatórios vendas
ATORES EXTERNOS	DESCRIÇÃO
Financiadores	Instituições de fomento a pesquisa, governo e colaborativo
Autor	Produtor intelectual da obra
Biblioteca	Responsável pela guarda, preservação e disseminação da produção científica
Leitor	Usuários potenciais de obras impressas e digitais
Equipe de Tecnologia da Informação	Visa a preparação da equipe para utilização de novas tecnologias

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

b) avaliação das relações de força entre os atores

Após o recenseamento dos atores, dá-se a segunda fase: a descrição das relações quando é possível identificar o nível de influência e de dependência entre atores, ou seja, quando é avaliada a relação de força. Essa avaliação se deu com o preenchimento da Matriz de Influência Direta dos atores (Quadro 8), na questão 39 do questionário. No preenchimento da matriz, as relações de força existentes entre os atores são identificadas a partir do conhecimento e experiência dos diretores das editoras universitárias. Assim como na análise estrutural das variáveis, os nomes dos atores foram inseridos nas linhas e colunas e as interseções das linhas e colunas, na cor cinza não foram utilizadas, já que um ator não pode exercer força sobre ele mesmo.

Quadro 8 - Modelo da Matriz de Influência Direta dos Atores

Sobre Atores		INTERNOS					EXTERNOS				
		Diretoria	Conselho editorial	Equipe de editoração	Equipe de comunicação e marketing	Equipe comercial	Financiadores	Autor	Biblioteca	Leitor	Equipe de Tecnologia da Informação
Influência Atores		Diretoria	Conselho editorial	Equipe de editoração	Equipe de comunicação e marketing	Equipe comercial	Financiadores	Autor	Biblioteca	Leitor	Equipe de Tecnologia da Informação
INTERNOS	Diretoria										
	Conselho editorial										
	Equipe de editoração										
	Equipe de comunicação e marketing										
	Equipe comercial										
EXTERNOS	Financiadores										
	Autor										
	Biblioteca										
	Leitor										
	Equipe de Tecnologia da Informação										

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

O seguinte questionamento foi realizado para amostra: Qual o grau de influência que um ator exerce sobre o outro? Cinco níveis de relação entre os atores são indicados, conforme o tipo de influência, tendo o grau variado de 0 a 4, conforme Godet (2000) e Godet e Durance (2011).

Quadro 9 - Grau de influência de um ator sobre o outro

GRAU	TIPO DE INFLUÊNCIA
0	Sem influência direta, ou seja, o ator x tem pouca ou nenhuma influência sobre o ator y
1	Processos, ou seja, o ator x pode influenciar de modo limitado os processos operatórios de gestão do ator y
2	Projetos, ou seja, o ator x pode influenciar a realização dos projetos do ator y
3	Missão, ou seja, o ator x pode influenciar o cumprimento de suas missões do ator y
4	Existência, ou seja, o ator x pode influenciar a própria existência

Fonte: Godet (2000) e Godet e Durance (2011)

c) identificação dos objetivos

Essa fase foi composta pela identificação dos objetivos associados aos atores. Ressalta-se que a identificação dos atores se deu com base no referencial teórico acerca do mercado editorial acadêmico. Nesse sentido, a partir do Quadro 7 que apresenta os atores e suas descrições, deu-se a constituição dos objetivos com base nas funções desempenhadas. Godet e Durance (2011, p. 70) pontuam que a construção dos quadros das estratégias dos atores possibilita que, com as informações recolhidas, se estabeleça um “bilhete de identidade de cada actor”. No Quadro 10, apresentam-se os objetivos associados aos atores e suas descrições.

Quadro 10 – Atores e a descrição dos objetivos

ATORES	DESCRIÇÃO DOS OBJETIVOS
Diretoria	Planejar, organizar, controlar, e dirigir as atividades inerentes à Editora.
Conselho Editorial	Aprovar os pareceres e definir a política editorial.
Equipe de editoração	Desenvolver as atividades operacionais diretamente relacionadas à produção das publicações.
Equipe de comunicação e marketing	Desenvolver as atividades relacionadas à promoção e divulgação das publicações.
Equipe comercial	Definir as ferramentas/canais para venda.
Financiadores	Patrocinar a produção e publicação científica.
Autor	Produzir as obras.
Biblioteca	Preservar e disseminar a produção científica.
Leitor	Criar e fortalecer os hábitos de leitura.
Equipe de Tecnologia da Informação	Identificar e utilizar novas tecnologias.

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

d) posicionamento dos atores em função dos objetivos e identificação das convergências e divergências (posição simples)

O posicionamento dos atores em função dos objetivos possibilita identificar as convergências e divergências. Nessa fase, a partir de uma Matriz de Posições Valoradas (2MAO) de atores *versus* objetivos é possível identificar a atitude de cada ator em relação a cada objetivo, indicando o seu acordo (+), desacordo (-1) ou neutralidade (0). No Quadro 11, apresenta-se a matriz de posição que indica os objetivos com os quais os atores, dois a dois, estão em convergência ou em divergência.

Quadro 11 - Modelo da Matriz de posição dos atores por objetivos

Objetivos		Dirigir as atividades	Aprovar os pareceres	Produção das publicações	Promoção e divulgação	Vendas e distribuição	Patrocinar a produção	Produzir as obras	Preservar e disseminar	Hábitos de leitura	Novas tecnologias
INTERNOS	Diretoria										
	Conselho editorial										
	Equipe de editoração										
	Equipe de comunicação e marketing										
	Equipe comercial										
EXTERNOS	Financiadores										
	Autor										
	Biblioteca										
	Leitor										
	Equipe de Tecnologia da Informação										

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Com os dados desta matriz são desenvolvidos por meio do *software* MACTOR, os grafos das convergências e divergências possíveis. De acordo com Godet (2000, p. 72), “estes grafos permitem visualizar grupos de actores em convergência de interesses, avaliar o seu grau de liberdade aparente, identificar os actores potencialmente mais ameaçados e analisar a estabilidade do sistema”.

Assim, o seguinte questionamento foi realizado para as editoras participantes da pesquisa: Qual é o grau de relevância do objetivo/desafio em relação aos atores? Para preenchimento da matriz utilizou-se cinco níveis de relação, conforme o grau de influência dos objetivos para os atores, tendo o grau variado de 0 a 4.

Quadro 12 - Grau de influência de um objetivo versus atores

GRAU	TIPO DE INFLUÊNCIA
0	o objetivo é pouco consequente
1	o objetivo tem consequências sobre os processos do ator/ é indispensável para o bom funcionamento dos processos operacionais, de gestão, etc.
2	o objetivo tem consequências sobre os projetos do ator/ é indispensável para a realização de seus projetos
3	o objetivo tem consequências sobre a missão do ator/ é indispensável para o cumprimento de sua missão
4	o objetivo tem consequências sobre a existência do ator/ é indispensável para a sua perenidade

Fonte: Godet (2000) e Godet e Durance (2011)

Com os quadros das matrizes para as coletas de dados devidamente elaborados, formulários enviados e respostas recebidas, foi possível elaborar uma estratégia para tabulação e análise dos dados.

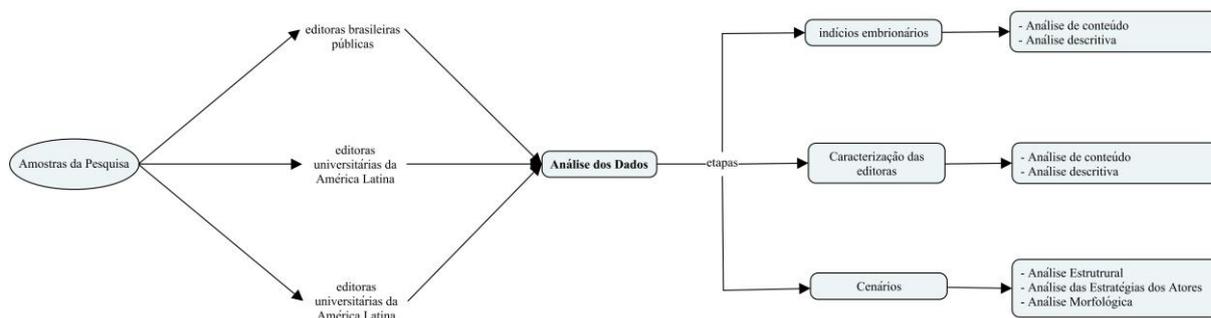
A hierarquização das prioridades (posições valorizadas) foi desenvolvida na parte da análise dos dados, uma vez que esta fase não implica em coleta de dados, mas usa os resultados obtidos das análises das fases anteriores.

6.4 Procedimentos aplicados para a análise dos dados

A obtenção de informação estratégica por meio da construção de cenários é uma atividade complexa, composta por diversas etapas que vão se completando conforme o trabalho é desenvolvido. Estas atividades devem ser planejadas e executadas seguindo as diretrizes do método escolhido.

Com o procedimento de coleta de dados concluído, a análise foi dividida em três etapas: na primeira, optou-se pela análise de conteúdo e uma análise descritiva; na segunda, utilizou-se também a análise de conteúdo para a caracterização e uma análise das variáveis que foram delimitadas conforme os objetivos propostos a, b e c que estão descritos no Quadro 3; e na terceira etapa, para cada fase do método de cenários, foram utilizadas as ferramentas pontuadas por Godet (2000), sendo o MICMAC para análise estrutural, o MACTOR para análise das estratégias de atores e o MORPHOL para análise morfológica. O fluxo com as três etapas da análise dos dados são apresentadas na Figura 12, a seguir.

Figura 12 – Fluxo da análise dos dados



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Na primeira etapa, para apurar e quantificar as informações adquiridas, utilizou-se a técnica da análise de conteúdo que, nas palavras de Martins (2008), relaciona-se com a hermenêutica, entendida como a arte de interpretação de textos escritos, sendo possível identificar especificidades, características e similaridades existentes entre as editoras.

Bardin (2010) aborda a análise de conteúdo, cujo ponto chave, para elas, é a mensagem verbal, oral, escrita, gestual, ou seja, todas as formas de comunicação. Para Bardin (2010, p. 40), a análise de conteúdo é “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”.

Logo, a técnica de análise de conteúdo é estruturada em cinco etapas: organização da análise; codificação; categorização; inferência; e tratamento informático (BARDIN, 2010). Para esta pesquisa, na etapa da organização, ocorreu a seleção dos *sites* referentes à amostra selecionada. Durante o processo de codificação, os dados foram agrupados e classificados em quadros e/ou tabelas de modo a facilitar sua exposição. Na etapa da categorização ocorreu o reagrupamento de todas as editoras da amostra, com análise detalhada. Assim, a partir da realização destas etapas, foi possível considerações acerca da utilização do OMP na disseminação da informação dos livros digitais.

A análise dos dados levantados se deu sob análise descritiva e por meio de variáveis que foram definidas de acordo com o objetivo da pesquisa, a saber: **catálogo, disponibilização das obras, acesso e formato**. A primeira variável foi analisar se as editoras têm um catálogo e como se dá a sua organização. Em seguida, observou-se a disponibilização das obras, ou seja, como o leitor tem acesso a obra, no site das editoras, por ferramentas de publicação de livros, editoras comerciais etc. Por fim, a variável acesso avaliou se ele é aberto ou comercial; e o formato das obras listou o tipo de arquivo disponibilizado, tendo em vista que o mercado já apresenta formatos específicos para livros digitais.

Na segunda etapa, para a caracterização das editoras e análise do fluxo editorial, bem como os processos de avaliação, produção, divulgação e distribuição, e a percepção dos diretores quanto à divulgação e uso de plataformas para a gestão editorial, foram utilizadas a análise de conteúdo e a análise descritiva. Quando apresentadas as respostas abertas dos diretores, as editoras respondentes são identificadas a partir do ID que foi gerado automaticamente pelo sistema LimeSurvey.

A terceira etapa se constitui dos procedimentos para estruturar a elaboração dos cenários. Para ela, foram utilizadas as ferramentas específicas para cada uma das fases do método de cenários prospectivos propostos por Godet. Reitera-se que, conforme pontuado por Godet (2000), a “caixa de ferramentas” não é linear, logo é possível utilizar as ferramentas separadamente.

6.4.1 Análise Estrutural

A primeira ferramenta da “*tool box*” disponibilizada por Godet a ser utilizada foi o *software* MICMAC, que possui quatro matrizes: Matriz de Influência Direta (MDI), Matriz de Potenciais de Influência Direta (MPDI), Matriz de Influência Indireta (MII) e Matriz de Potenciais de Influência Indireta (MPII). As duas primeiras são para entrada de dados e as outras duas são para apresentação dos resultados e devem ser interpretadas (GODET, 2001).

Os dados da MDI são resultado da fase 2 com o preenchimento da matriz de análise estrutural (Quadro 5), sendo essa a única matriz que pode ser modificada diretamente, e não as demais.

Como houve necessidade de adaptação na forma proposta para aquisição dos dados, tendo a coleta sido realizada individualmente por meio de formulário eletrônico, fez-se necessário organizar os dados obtidos de forma estatística, por meio da utilização de distribuição de frequência, a Moda (Mo) como medida matemática. Pode-se assim, manter a coerência com o método, que preconiza o consenso atribuído pelo grupo pesquisado. A moda consiste no valor que aparece com maior frequência em um conjunto de dados, ou seja, o valor que aparece um número maior de vezes.

O *software* usado para coleta dos dados da pesquisa apresenta contagem da frequência com que cada grau foi atribuído pela amostra, facilitando assim o cálculo da moda. Porém, na relação de algumas variáveis, a moda apresentou-se bimodal e/ou multimodal. A partir dessa identificação, como não havia uma única frequência absoluta, ou seja, não houve um consenso nas respostas dos diretores, foi realizada uma nova análise das relações das variáveis

agora dividindo a amostra, entre editoras brasileiras e editoras dos demais países. Essa divisão também foi considerada necessária, pois o Brasil foi o país com mais respondentes e para que o seu resultado não venha a influenciar diretamente todas as relações das variáveis na América Latina. Ainda assim, a frequência não foi absoluta na relação das variáveis. Nesses casos, especificamente, foi realizada uma análise qualitativa e subjetiva observando a moda de toda a amostra, a do Brasil e a dos demais países, bem como uma análise da relação da variável com as demais. No Quadro 13, a seguir, exemplifica-se melhor como se deu a análise.

Quadro 13 – Descrição das variáveis e dos graus de influência

Respondentes	fi ³⁵	Variáveis	Moda	Grau de Influência				
				0	1	2	3	4
Toda a amostra	27	Divulgação x Legislação	3	6	6	6	7	2
Brasil	16	Divulgação x Legislação	-	2	5	2	5	2
Demais países	11	Divulgação x Legislação	-	4	1	4	2	0
Toda a amostra	27	Economia x Cultura	2	1	7	9	8	2
Brasil	16	Economia x Cultura	-	0	5	4	5	2
Demais países	11	Economia x Cultura	2	1	2	5	3	0

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A partir dessa análise, foi selecionada a moda de toda a amostra e/ou a mediana entre os graus de influência indicados com maior frequência. Essa seleção se deu a partir do significado do grau, pois conforme coloca Godet e Durance (2011), a análise estrutural é uma análise qualitativa.

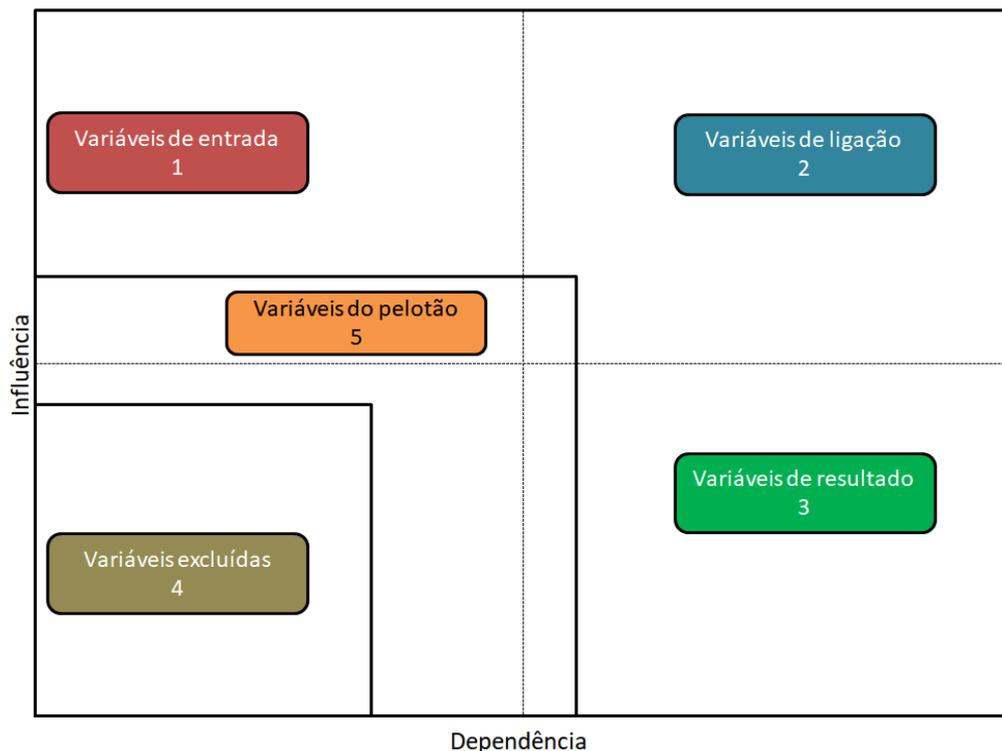
Por exemplo, a moda da variável Divulgação X Legislação é 3 na análise de toda a amostra, tendo a frequência variada no Brasil entre grau 1 (fraca) e 3 (forte), nos demais países entre os graus 0 (sem influência direta) e 2 (média). Aqui, optou-se, a partir da relação da variável divulgação com as outras variáveis e dos valores atribuídos a essas outras relações, por adotar no Brasil o grau de 1 e nos demais países o grau 2.

Na relação das variáveis Economia X Cultura, no Brasil, a variação foi entre o grau 1 e 3 e, como na análise de toda a amostra e na dos demais países, a moda foi 2, optou-se então aqui pela mediana do grau que é 2, para que não ocorra uma influência direcionada na elaboração dos cenários, nem para uma direção pessimista, tampouco para cenários utópicos.

³⁵ Fi é frequência absoluta, ou seja, o número de respondentes.

Desta forma, após a coleta e a análise, os dados foram inseridos no sistema, ou seja, na MDI, sendo gerado um mapa de influências e dependências, constituído de cinco setores, e a depender do setor em que cada variável se encontra, podem-se classificar as variáveis em: (1) de entrada, (2) de ligação, (3) de resultado, (4) excluídas, e (5) do pelotão. Na Figura 13, é possível visualizar os diferentes tipos de variáveis sobre o plano de influência e dependência.

Figura 13 – Diferentes tipos de variáveis sobre o plano de influência e de dependência



Fonte: Adaptado de Godet e Durance (2011, p. 65)

Após a análise das variáveis de cada setor, as variáveis dos setores 4 e 5 foram excluídas, por não possuírem características suficientes do sistema em estudo e assim se deu a escolha das variáveis-chave. Com o preenchimento da MDI gera-se também um gráfico de influências diretas das variáveis-chave tanto internas quanto externas.

Os valores da matriz MPDI dependem dos valores da MDI, que contém apenas os valores de cada grau de influência. A MDPI possibilita atribuir um valor à intensidade P expressa em MDI. Para preenchê-la, basta atribuir um valor correspondente aos valores definidos na MDI. Por padrão, as matrizes MDI e MPDI são idênticas.

Reitera-se que esta fase consiste em identificar as variáveis-chave, ou seja, aquelas fundamentais para o desenvolvimento do sistema e para isso há duas classificações: a direta e a indireta. Portanto, a matriz MII corresponde à MDI fortalecida por sucessivas interações. O

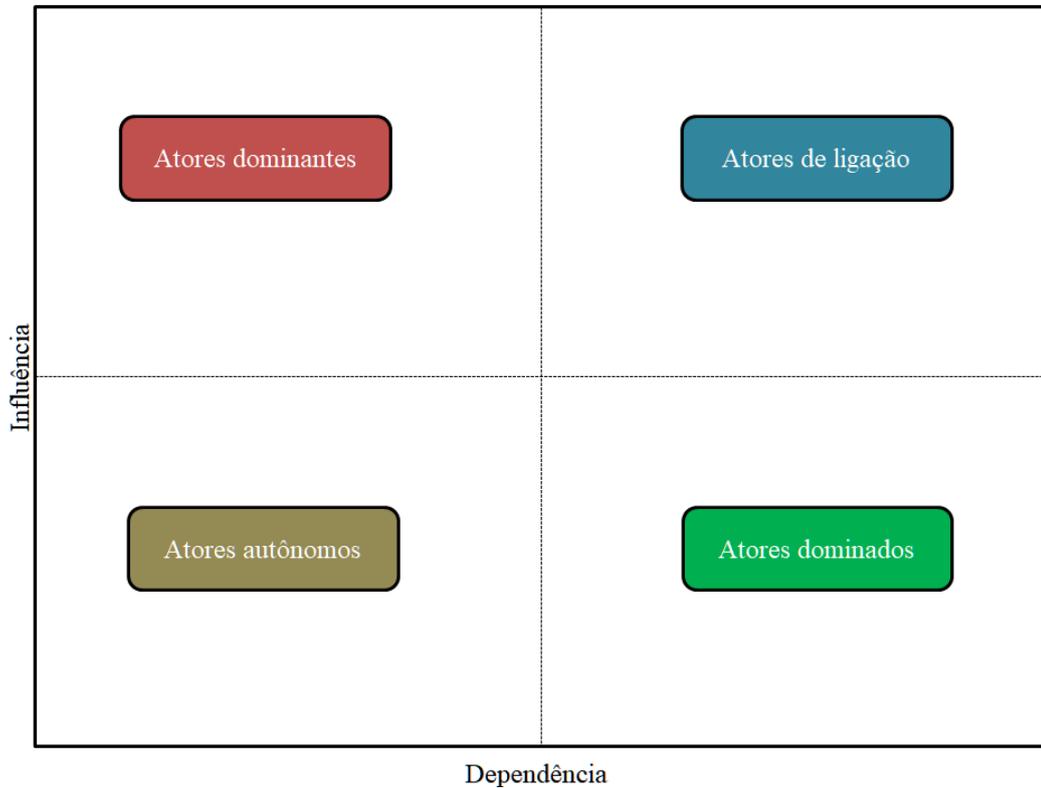
sistema já sugere um número padrão de interações necessárias e, de acordo com Godet (2001), “A partir dessa matriz, uma nova classificação das variáveis enfatiza as variáveis potencialmente mais importantes para o sistema”, que são as matrizes MPDI e MPIO. A análise das classificações indiretas e potenciais também ocorre por meio de mapa e gráficos.

6.4.2 Análise das Estratégias dos Atores

Nesta fase, utilizou-se o *software* MACTOR, versão 6.0. Inicialmente, dá-se a entrada de dados dos autores (Quadro 7) e a entrada dos objetivos (Quadro 10). A seguir, após a coleta das fases 1 e 3 (Quadros 8 e 11), fez-se necessário o cálculo da moda (Mo), que considerou também os mesmos critérios utilizados na fase 1 e os dados foram inseridos no sistema. Na fase 1 os dados são preenchidos na MDI e na 2 fase, na 2MAO.

O cálculo das influências diretas e indiretas, a partir da MDI, resultou na Matriz de Influência Direta e Indireta (MIDI), onde quanto maior o número, maior será o nível de influências. Essa matriz possui dois indicadores: “li” é o somatório das linhas e indica o grau de influência direta e “Di”, o somatório das colunas, indica o grau de dependência direta e indireta de cada ator. Como resultado, a MIDI gera um mapa de influências e dependências entre atores (Figura 14). De acordo com Godet e Durance (2011, p. 71), esse mapa revela quatro posições: atores dominantes, os que são muito influentes e pouco dependentes; os atores de ligação são tão influentes quanto dependentes; os atores dominados são pouco influentes e muito dependentes; e os atores autônomos que nem são influentes, nem dependentes.

Figura 14 – Diagrama de influência e dependência dos atores



Fonte: Adaptado de Godet e Durance (2011, p. 71)

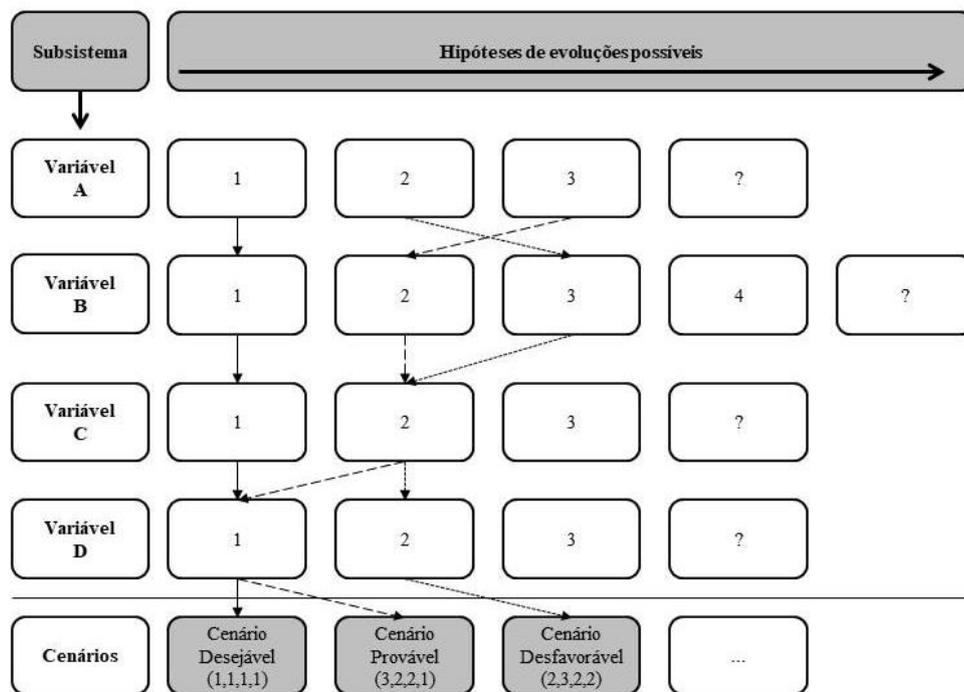
Em seguida, é calculada a relação de força de cada ator, considerando suas influências e dependências diretas e indiretas e sua retroação, sendo os dados apresentados em um histograma. A ferramenta irá gerar, também a Matriz Máxima de Influência Direta e Indireta (MMIDI), que indica, na coluna $IMAX_i$, o grau máximo de influência do ator e, na linha $DMAX_i$, o grau máximo de dependência do ator. A partir dessa matriz, também se gera um histograma das relações de força MMIDI.

Já para os cálculos realizados a partir do preenchimento da 2MAO, a ferramenta traz as posições simples, valoradas e valoradas ponderadas dos atores sobre os objetivos, de ordem 1, 2 e 3, respectivamente. A Matriz de Posição Simples (1MAO) consiste na matriz ator *versus* objetivos é preenchida com valores -1, 1 e 0 e indica se o ator é desfavorável, favorável e neutro ao cumprimento do objetivo. A Matriz de Posição Valorada Ponderada (3MAO) é obtida automaticamente multiplicando-se a 2MAO pelo vetor de relações de força de atores obtidos a partir de suas influências indiretas, sendo possível gerar gráficos de convergências e divergências e histograma da implicação dos atores sobre os objetivos.

6.4.3 Análise Morfológica

A terceira fase fez uso do *software* MORPHOL. Ele é utilizado com a finalidade de explorar todas as combinações possíveis para posterior elaboração de cenários. Essa técnica é composta por duas fases: primeiro se decompõe o sistema ou função estudada em subsistemas ou componentes; e depois as combinações possíveis de hipóteses. O campo de combinações possíveis de futuro é chamado espaço morfológico (GODET, 2000), as combinações ilógicas são descartadas, conforme visualiza-se na Figura 15.

Figura 15 – Estrutura da análise morfológica



Fonte: Adaptado de Godet e Durance (2011, p. 75)

O primeiro passo para a execução da fase 3 foi a inserção dos dados no sistema das variáveis e das hipóteses. O sistema é dividido em subsistemas, o que segundo Godet, é necessário à redução do espaço morfológico porque é impossível cobrir todo o campo de possíveis soluções que serão geradas pelas combinações (variável x hipótese) (GODET, 1994, p. 133).

A construção desse espaço se deu a partir dos resultados da análise estrutural, ou seja, apenas foram consideradas as variáveis de ligação, por serem as variáveis altamente influentes e muito dependentes que compuseram os subsistemas. De acordo com Godet e Durance (2011, p. 74), “Os subsistemas devem ser tão independentes quanto possível. Eles devem

abranger a totalidade do sistema estudado. No entanto, demasiados subsistemas podem rapidamente tornar impossível a análise do sistema”. Para cada subsistema são criados de três a seis cenários alternativos, tendo sido aqui optado por quatro hipóteses para cada variável. Por exemplo, esta pesquisa possui 10 variáveis, conforme mostra o Quadro 4. Se as dez variáveis fossem consideradas e, para cada uma delas, estabelecidas quatro hipóteses, o espaço morfológico a priori teria 1.048,576 combinações possíveis, pois calcula-se o número de hipóteses elevado ao total de variáveis ($4 \times 4 = 4^{10}$). Ou seja, para cada combinação possível (variável x hipótese) é considerado um cenário.

Para reduzir o espaço morfológico, foram introduzidos critérios de seleção, condições de exclusão ou de preferência para que somente sejam analisadas as combinações, ou seja, os cenários, mais relevantes para o objeto de estudo.

7 O DESCORTINAR DA PESQUISA: APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, apresentam-se os resultados e as análises dos dados coletados nas duas etapas da pesquisa. A primeira etapa denomina-se “indícios embrionários” por compreender que esses foram os dados que possibilitaram o delineamento e a definição da amostra. Na segunda etapa, “características e cenários”, são apresentados os dados coletados via questionário e são apresentadas a caracterização das editoras, o fluxo editorial, a percepção dos diretores quanto à divulgação e o uso de plataformas para gestão editorial, assim como os cenários futuros para o mercado editorial de livros acadêmicos digitais.

7.1 Indícios embrionários das publicações em formato digital

As editoras universitárias desempenham um papel fundamental na produção de livros acadêmicos e, conseqüentemente, na difusão do conhecimento científico produzido nas IES. Desse modo, é inegável que tanto o desenvolvimento das tecnologias, quanto a ampliação das instituições de ensino e pesquisa acabaram por provocar e impelir um novo modo de produção do livro. O livro digital acadêmico é uma realidade crescente no mercado editorial e as editoras universitárias fazem cada vez mais parte desse cenário, sendo atores fundamentais nesse processo de produção e disseminação da produção científica.

As editoras universitárias públicas brasileiras representam 57% do universo das editoras filiadas a ABEU. Destas, a pesquisa constatou que (56%) publicam livros em formato digital. Na Figura 16, visualiza-se os Estados e o número de editoras universitárias públicas que estão publicando livros em formato digital.

Figura 16 – Distribuição geográfica das editoras universitárias que publicam livros digitais

Fonte: Dados da pesquisa, 2017. Criado com o Datawrapper.

No Quadro 14, pode-se visualizar o Estado, o nome da editora e a instituição de ensino a que são vinculadas.

Quadro 14 – Editoras universitárias que publicam livros digitais

(continua)

ESTADO	SIGLA	INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR
AC	EDUFAC	Universidade Federal do Acre
BA	EDITUS	Universidade Estadual de Santa Cruz
	EDUFBA	Universidade Federal da Bahia
	EDUFRB	Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
	EDIÇÕES UESB	Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
	EDUNEB	Universidade do Estado da Bahia
CE	EDIÇÕES UFC	Universidade Federal do Ceará
	EDUECE	Universidade Estadual do Ceará
ES	EDUFES	Universidade Federal do Espírito Santo
GO	UEG	Universidade Estadual de Goiás

(conclusão)

ESTADO	SIGLA	INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR
MG	EDITORA UFV	Universidade Federal de Viçosa
	EDUFJF	Universidade Federal de Juiz de Fora
	EDUFU	Universidade Federal de Uberlândia
	EDUEMG	Universidade Estadual de Minas Gerais
MS	EDITORA UEMS	Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
	EDUFGD	Universidade Federal da Grande Dourados
MT	EDUFMT	Universidade Federal de Mato Grosso
PA	EDUEPA	Universidade do Estado do Pará
	EDUFRA	Universidade Federal Rural da Amazônia
PB	EDITORA UFPB	Universidade Federal da Paraíba
	EDUEPB	Universidade Estadual da Paraíba
	EDITORA DO IFPB	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba
PE	EDUFPE	Universidade Federal de Pernambuco
	EDUFRPE	Universidade Federal Rural de Pernambuco
PR	EDUEL	Universidade Estadual de Londrina
	EDUEM	Universidade Estadual de Maringá
	EDITORA UEPG	Universidade Estadual de Ponta Grossa
RJ	EDUERJ	Universidade do Estado do Rio De Janeiro
	EDUFF	Universidade Federal Fluminense
RN	EDUFRN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
	EDITORA IFRN	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
	EDUFERSA	Universidade Federal Rural do Semi-Árido
RR	EDUFRR	Universidade Federal de Roraima
SC	EDUFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
SP	EDITORA UNESP	Universidade Estadual Paulista
	EDITORA DA UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Com base na Figura 16 e no Quadro 14, podemos aferir que o Nordeste, com 42% é a região onde as editoras mais publicam o livro em formato digital, seguido do Sudeste com 25% e Centro-oeste, Norte e Sul 11%, respectivamente. No Nordeste, o destaque é a Bahia,

que tem 7 editoras filiadas a ABEU, das quais 6 são públicas e apenas uma não publica livro em formato digital.

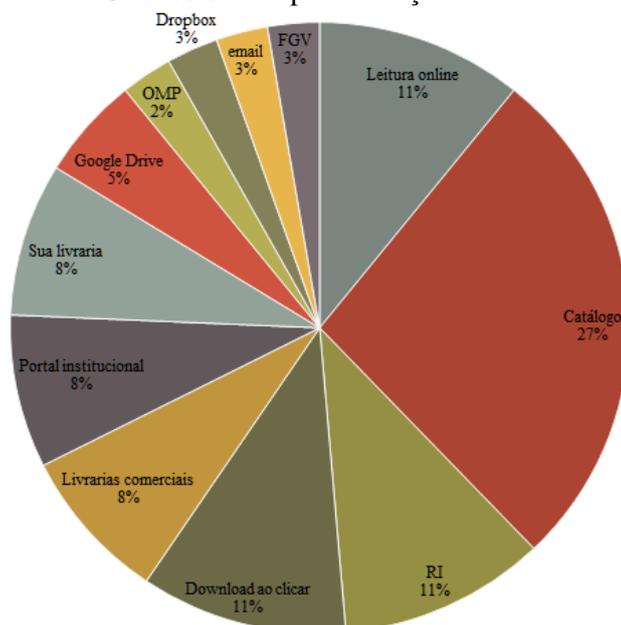
A partir da análise dos dados da pesquisa, constatou-se que as editoras possuem características diferentes, mesmo sendo todas editoras universitárias e tendo como objetivo a democratização do conhecimento científico produzido na instituição. As diferenças de acordo com as variáveis analisadas se dão, sobretudo, nos catálogos e na disponibilização das obras.

Trinta editoras, ou seja, 86% delas possuem catálogos em sua página. Cinco editoras, o que corresponde a 17%, não têm **Catálogo** em sua página. São elas: a Editora IFRN, que redireciona para o Repositório Institucional; a EDUEM solicita cadastro ao clicar em livros abertos; a EDUFPE tem um ícone em sua página que redireciona para a loja, enquanto seu site principal não diz que publica *ebooks*; a EDUEPB, cujo catálogo está disponibilizado no menu Cultura da universidade; na Editora UFV o *link* é direto para a editora comercial.

Editoras como a EDUFBA, EDUFRB, EDUFRA, Editora UFPB e EDUFERSA possuem um catálogo geral com obras nos dois formatos, impresso e digital. As demais editoras têm os catálogos separados com várias denominações: *ebooks*, livros pdf, publicações gratuitas, publicações digitais, acervo de livros digitais, *download*, etc.

Quanto à **disponibilização** das obras, ou seja, o procedimento de como o leitor consegue ter acesso, as formas são diversas, tais como: catálogo, leitura *online*, repositório institucional, *download* ao clicar, livrarias comerciais, dentre outras, conforme visualiza-se no Gráfico 6.

Gráfico 6 – Disponibilização das obras



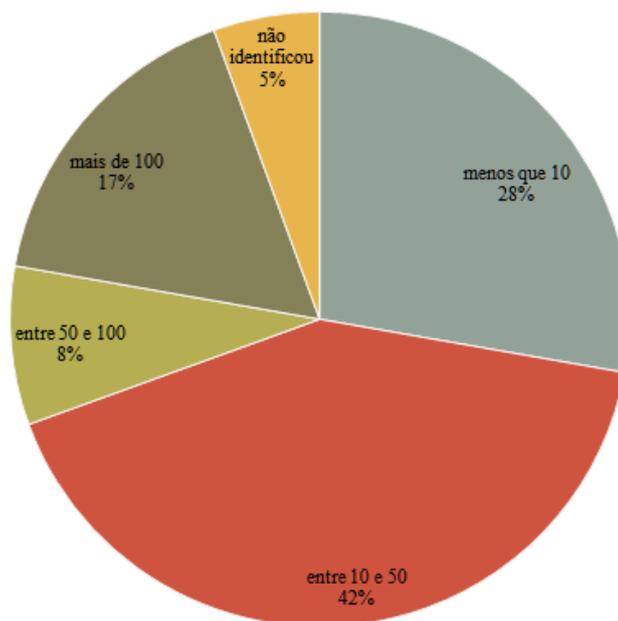
Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Em 27% das editoras, as obras são disponibilizadas no próprio catálogo. Ao clicar, o usuário consegue fazer a leitura sem a necessidade de realizar o *download* da obra. Outra opção é o uso de leitor digital, verificado em 11% dos sites, sendo mais utilizado o ISSUU³⁶. Destaca-se que, como são editoras universitárias, 11% utilizam o repositório institucional como ambiente para hospedagem e disponibilização de suas obras. O *download* direto ao clicar na obra é o modo de disponibilização adotado também por 11% das editoras. *Links* para o portal institucional e para livrarias comerciais representam 8% do total, respectivamente. Algumas editoras, a saber 8% delas, têm o site não apenas para divulgação de suas obras, mas funcionam como livraria também. Outras plataformas/ambientes de hospedagem também são utilizadas: Google Drive atende a 5%; FGV, *Dropbox* e *e-mail* são adotados por 3% e, por fim, o OMP é usado por 2% das editoras.

Mesmo sem constar em suas páginas, a consulta à rede SciELO Livros, identificou que as editoras: EDUFBA, Editora Unesp, EDUEPB, EDUEL, EdUFSCar, EDUEM e EDUERJ, têm suas obras compondo o acervo. O SciELO Livros atua como uma rede de cooperação de editoras universitárias e “efetua a indexação, publicação e interoperação *online* de coleções nacionais e temáticas de livros acadêmicos, com o objetivo de maximizar a visibilidade, acessibilidade, uso e impacto das pesquisas, ensaios e estudos que publicam” (SCIELO, 2016, p. 3).

Visando compreender melhor o ambiente de disseminação e disponibilização das obras, foi analisado o número de obras que são publicadas em formato digital pelas editoras. O resultado consta do Gráfico 7.

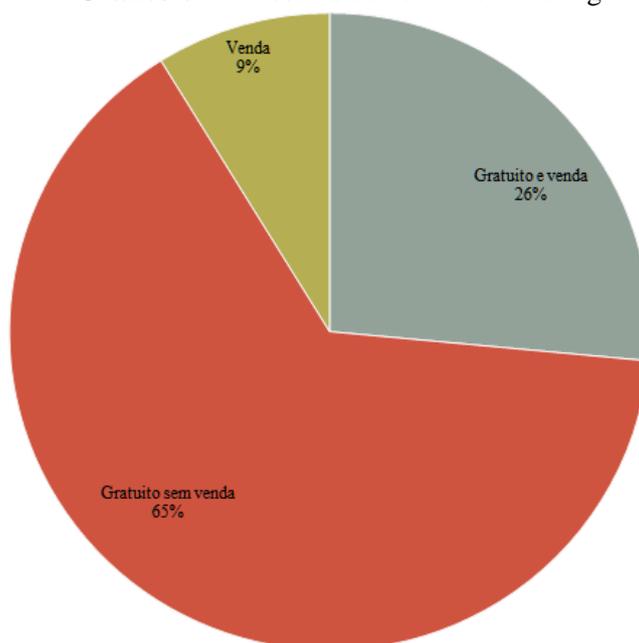
³⁶ É uma plataforma digital para disponibilizar livros e periódicos na qual os usuários podem fazer a leitura *online*. Disponível em: <https://issuu.com/>. Acesso em: 20 dez. 2019.

Gráfico 7 – Número de obras disponibilizadas no catálogo

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

A pesquisa identificou que 42% das editoras têm publicado em seu catálogo entre 10 e 50 livros digitais; 28% menos que 10 livros; 17% mais de 100; 8% entre 50 e 100 livros publicados; e em 5% dos casos não foi possível identificar, pois o catálogo geral só permite identificar se a obra foi publicada em formato digital clicando em cada uma. Reitera-se que esses dados podem sofrer alterações, pois as editoras publicam diariamente, logo necessitam de acompanhamento para verificar o crescimento e as tendências.

O **acesso** foi analisado a partir da consideração se ele é aberto ou comercial. Foi possível identificar que, em 65% das editoras, o acesso é gratuito e sem venda, conforme visualiza-se no Gráfico 8. Contudo, destaca-se que esse percentual pode variar, pois uma editora pode não vender as obras em sua página/livraria, mas participam de feiras, eventos e do Programa Interuniversitário para Distribuição de Livro (PIDL) que tem como objetivo divulgar e comercializar as obras de editoras filiadas a ABEU.

Gráfico 8 – Acesso as obras em formato digital

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Em 26% dos casos, o acesso ao formato digital é gratuito e as obras são vendidas em formato impresso. Para 9% delas, o acesso é apenas comprado, visto que elas usam, como canal de disponibilização das obras, as livrarias comerciais. Portanto, podemos aferir que 91% das obras publicadas pelas editoras universitárias públicas, cadastradas na ABEU, são de acesso aberto. Esses dados confirmam o relatório da *Simba Information* aonde revela que “Em 2015, os livros em acesso aberto cresceram 30% em relação ao ano anterior, com uma estimativa de cerca de 10.000 livros científicos. Espera-se que até 2020 o número de livros científicos publicados em acesso aberto corresponda a 30% do total” (OPEN ACCESS..., 2016, tradução nossa).

No que tange ao **formato** das obras, verifica-se a predominância do formato PDF para a publicação dos livros. Contudo, formatos como epub vêm sendo utilizado por 7 editoras, o que corresponde a 19% delas. Quanto ao uso do PDF, somente 2 editoras usam com *Digital Rights Management* (DRM) de forma que a leitura é realizada através do *Adobe Digital Editions*. De acordo com Serra (2014), o DRM determinará como será o acesso, a possibilidade de cópia, modificação de conteúdo etc.

Destaca-se o pouco uso de plataformas específicas para o gerenciamento e comercialização dos livros, como o OMP, sendo mais presente o uso de plataformas de editoras comerciais do que as de acesso aberto. Nesse sentido, apenas a Editora da

Universidade Federal da Paraíba utiliza o OMP. Ainda assim, ela não utiliza todas as funcionalidades que a plataforma disponibiliza, faz uso apenas do catálogo.

Portanto, a plataforma, desenvolvida visando facilitar o gerenciamento, o fluxo de trabalho e a publicação de livros acadêmicos, ainda não atende a grande parte das editoras universitárias brasileiras. Isto pode ocorrer pelas dificuldades de uso, tais como terminologias do sistema que não são de uso comum, bem como dificuldades técnicas de instalação. Contudo, este cenário pode ser fruto de problemas mais profundos, como a morosidade das editoras universitárias em absorver novas tecnologias, ou a estagnação imposta pelos processos burocráticos típicos das universidades públicas.

7.2 Caracterização das editoras universitárias da América Latina

A partir desta subseção serão descritos os resultados da segunda etapa da pesquisa, que compreende como amostra, as editoras universitárias da América Latina. Para a coleta de dados, utilizou-se o questionário descrito na metodologia e apresentado nos Apêndices B e D. Aceitaram participar e colaborar com a pesquisa setenta e seis diretores de editoras universitárias, localizadas em oito países, são eles: Brasil, Colômbia, México, Argentina, Costa Rica, Equador, El Salvador e Cuba.

É importante destacar que não obtivemos retorno da EULAC, instituição que poderia nos fornecer com precisão o número de editoras universitárias e de associações nacionais. Logo, não é possível calcular a taxa de percentual de respostas. Giménez-Toledo, Tejada-Artigas, Mañana-Rodríguez (2018a, p. 122) pontuam que o número estimado de editoras universitárias na América Latina é de 571. No Quadro 1, identificou-se que 344 são vinculadas a associações. Na Figura 17, apresentam-se os países e o número de editoras respondentes.

Figura 17 - Distribuição geográfica das editoras universitárias da América Latina que participaram desta pesquisa



Fonte: Dados da pesquisa (2019). Criado com o Datawrapper.

A partir da Figura 17, podemos identificar um número de retorno maior das editoras universitárias brasileiras, o que se deve ao contato ter sido direto com as editoras e pelas diversas tentativas de coleta, inclusive presenciais, conforme destacado na metodologia. Ressalta-se que, como na 1ª etapa da pesquisa a amostra incluiu apenas as editoras afiliadas a ABEU, pode-se assim concluir que, nesta etapa, das editoras brasileiras respondentes, 40 são da categoria administrativa pública e 9 são privadas.

Na primeira questão sobre a caracterização das editoras, buscou-se saber se as editoras têm filiais. Constatou-se que apenas 7,9% possuem filiais em outras cidades. As editoras universitárias, geralmente, possuem outros campi e acabam mantendo livrarias nessas unidades, mas percebe-se que esse número ainda é bem reduzido.

Buscou-se, também, identificar em que segmento editorial as editoras pesquisadas atuam. Essa é uma questão de múltipla escolha e os Livros Científicos, Técnicos e Profissionais foram os mais citados dentre as editoras com 46%, seguido dos Livros Didáticos com 23%, como apresentado na Tabela 1. Destaca-se que a categoria “Outros” com 8% compõem, em sua maioria, obras infanto-juvenis e obras artísticas e literárias.

Tabela 1 – Segmento editorial

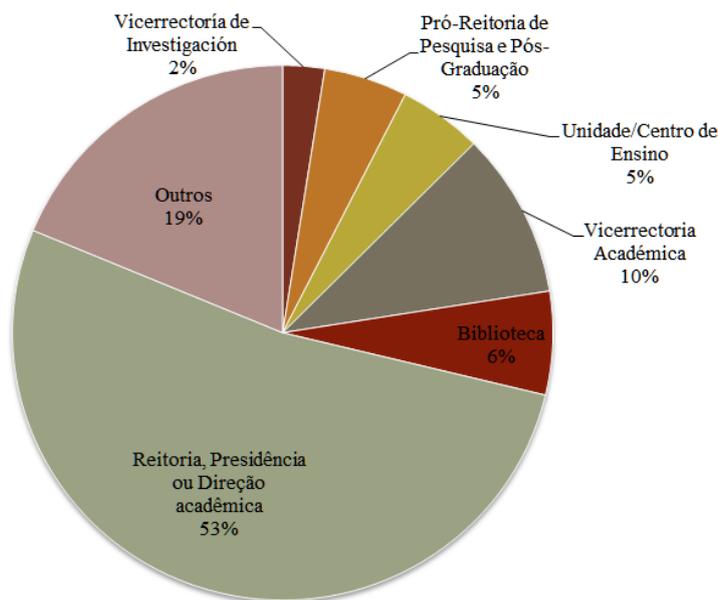
SETORES	TOTAL	(%) DE EDITORAS	(%) DE SETORES
Científicos, Técnicos e Profissionais	75	98,68%	46%
Obras Gerais	30	39,47	19%
Didáticos	37	48,68%	23%
Religiosos	7	9,21%	4%
Outros	13	17,11%	8%
TOTAL	76	-	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Em uma comparação da Tabela 1 segmento editorial com o Gráfico 1 da produção e comercialização de livros digitais da FIPE (2017), percebe-se que os CTP são o segmento editorial mais produzido pelas editoras. Logo, o segmento responde pela maioria das publicações, independentemente do tipo de editora e do formato de publicação. Em pesquisa realizada por Giménez-Toledo, Tejada-Artigas, Mañana-Rodríguez (2018b) com as editoras universitárias da América Latina, os livros científicos também foram indicados como os mais produzidos.

Com relação à estrutura editorial e administrativa, destaca-se que a vinculação administrativa consiste na relação entre a editora e algum órgão da IES. As editoras universitárias apresentam estrutura e vinculação administrativa diferenciada, o que acaba por diversificar o segmento editorial, conforme apresentado na Tabela 1.

Os dados da pesquisa revelam que 53% das editoras estão vinculadas administrativamente à Reitoria, Presidência ou Direção Acadêmica; 10% a Vice-Reitoria Acadêmica; 6% à Biblioteca; 5% a Unidade/Centro de Ensino e à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, respectivamente; 2% a Vice-Reitoria de Investigação; e 19% estão vinculadas a outra categoria, conforme Gráfico 9. Na categoria “Outros” estão inseridos Secretarias, Pró-Reitoria de Extensão, Ministério da Educação, Conselho Universitário, entre outros.

Gráfico 9 – Vinculação estrutura editorial e administrativa

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Percebe-se que, em sua maioria, as editoras estão vinculadas à reitoria, corroborando os dados da pesquisa de Bufrem (2015) sobre editoras universitárias no Brasil. Destaca-se que todas as editoras vinculadas à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação são brasileiras, do mesmo modo que todas as editoras vinculadas à Vice-Reitoria Acadêmica e à Vice-Reitoria de Investigación são as de língua espanhola.

7.3 Fluxo editorial

Caracterizar o fluxo editorial e identificar quais editoras publicam em formato digital foi um dos objetivos desta tese. Para isso, buscou-se identificar, junto aos diretores, como se dá cada etapa do fluxo editorial por meio da análise das variáveis: avaliação, produção, divulgação e distribuição. Tais variáveis foram definidas com base nos modelos de comunicação científica propostos por Garvey e Griffith (1979), Hurd (2000) e Björk (2007), bem como a partir das etapas do fluxo de trabalho de pesquisa apresentados na investigação de Kramer e Bosman (2016).

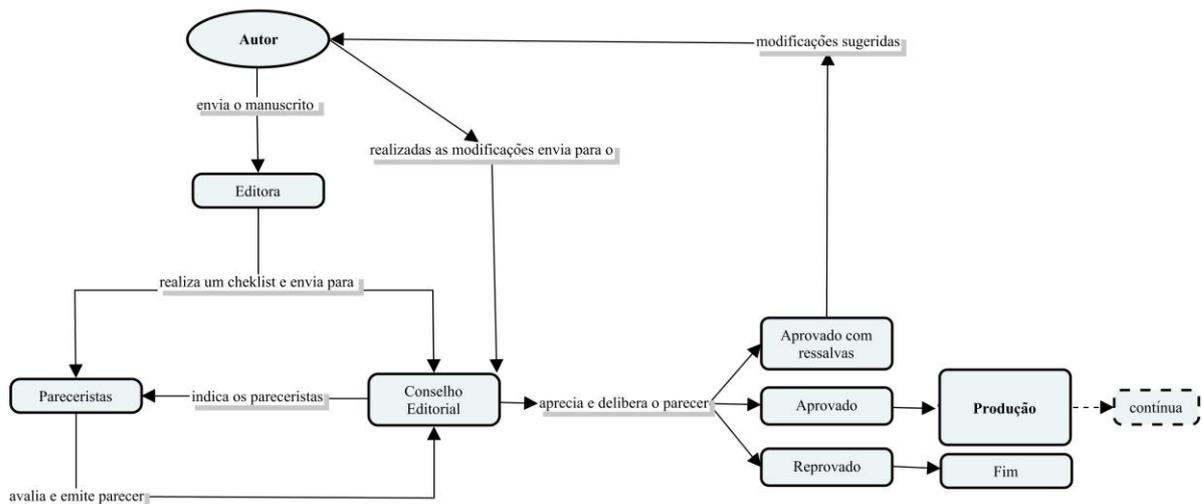
No que tange à **Avaliação**, os dados da pesquisa revelam que apenas uma editora não possui conselho editorial. O Conselho Editorial é fundamental para o desenvolvimento das atividades editoriais. Este deve ser composto por representantes de diversas áreas do conhecimento, cabendo a ele propor, definir e coordenar a política editorial. Em algumas

instituições, a partir da definição da política editorial, o conselho editorial pode aprovar a avaliação por pares, podendo também selecionar os originais. Ou seja, ele é responsável pela qualidade das publicações editadas.

Ao questionar se a editora possui uma política editorial, 95% delas responderam positivamente e apenas 5%, o que corresponde a quatro editoras, disseram não possuir. Para Bufrem (2009, p. 30), a política editorial deve “consolidar a estrutura e o funcionamento da editora, os modos e as características da produção, assim como as formas de se distribuir e comercializar as obras [...]”.

Quanto ao processo de como se dá a avaliação dos originais, essa foi uma questão aberta e as diversas respostas foram condensadas e categorizadas. Assim, constatou-se que, em mais de 50% das editoras, o processo de avaliação se dá por pareceristas *ad hoc* internos e/ou externos e com apreciação e deliberação do conselho editorial. Na Figura 18, é possível observar como se dá o fluxo do processo de avaliação.

Figura 18 – Fluxo do processo de avaliação



Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa (2019)

De acordo com os respondentes, após os originais serem submetidos e a editora ter realizado um *checklist*, dois modelos de avaliação podem ser realizados. No primeiro, a editora envia o manuscrito diretamente para os pareceristas, que podem ser internos, ou seja, membros do conselho, ou externos. No segundo modelo, o conselho editorial é quem define os pareceristas, também podendo ser interno e/ou externo. Apenas quatro editoras afirmam possuírem pareceristas apenas internos, outras três dizem possuir internos e externos e nas demais todos os pareceristas são externos, inclusive uma editora afirma por optar que sejam

de outros países. O método adotado para revisão é o Método *Double Blind Peer Review*, aonde cada livro é avaliado por dois pareceristas especialistas da área do conhecimento. Por esse sistema os arquivos são avaliados sem a identificação de autoria.

A seguir destacam-se as respostas de diretores de duas editoras:

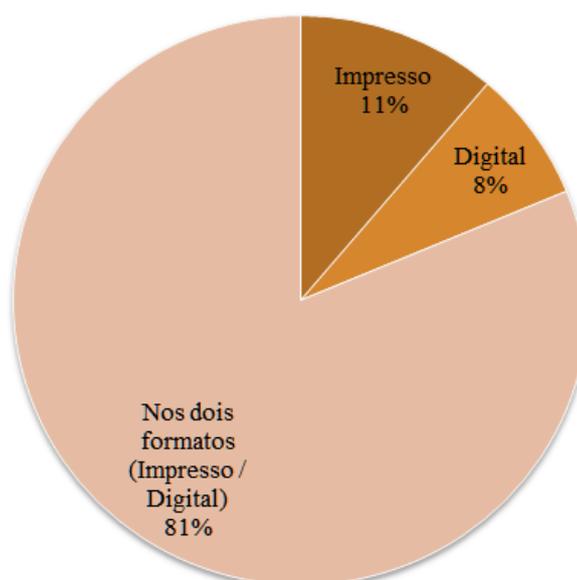
Os originais são avaliados pelo Conselho Editorial, que aprecia as propostas e, após análise de até três pareceristas ad hoc de forma cega, se pronuncia a aprovação ou a rejeição da publicação. Ainda, após análise, o Conselho Editorial poderá recomendar ajustes necessários a cada proposta. (ID 3)

Los proyectos presentados son revisados por el Editor, quien después de realizar una evaluación editorial los presenta ante el Comité Editorial. El Comité Editorial aprueba la designación de dos pares (lectores) externos a la institución. El sistema de evaluación es doble ciego. (ID 69)

A segunda variável do fluxo editorial é a **Produção**. Aqui buscou-se identificar em quais formatos a editora publica, o número de títulos produzidos, quais as extensões utilizadas nas obras digitais, se imprime sob demanda e as razões e perspectivas em relação à produção em formato digital.

O percentual das editoras quanto ao formato de publicação apresenta-se no Gráfico 10.

Gráfico 10 – Formato de publicação



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Em 81% das editoras a produção do livro ocorre nos formatos impresso e digital, 11% publicam apenas no formato impresso e 8%, exclusivamente, em formato digital. Os dados apoiam os da pesquisa de Giménez-Toledo, Tejada-Artigas, Mañana-Rodríguez (2018a, p. 127) que dizem que 7,5% publicam apenas no formato digital e 45,3% nos dois formatos. Nessa perspectiva pode-se aferir que os dados representam uma ascensão das editoras universitárias, já que em 2012, apenas 25 editoras brasileiras publicavam livros em formato digital (DOURADO, 2012). Contudo, conforme dados apresentados na subseção 7.1 em pesquisa realizada em 2017, esse número é maior confirmando assim a ascensão das editorias universitárias da América Latina no universo da produção do livro em formato digital.

Das editoras que afirmaram produzir apenas no formato impresso (Gráfico 10) quando questionados quais as razões para não publicarem no formato digital identificou-se as principais causas como: falta de equipe técnica e especializada no formato digital; número reduzido de funcionários; não possuem uma plataforma adequada, nem repositório institucional; falta de recursos financeiros; e o autor prefere o livro no formato impresso. Deste modo, o que se pode aferir a partir das repostas das editoras é que a falta de recursos financeiros nas editoras acabam por dificultar a inserção delas no universo da produção digital. No entanto, três diretores de editoras disseram que, ainda em 2019, vão iniciar a produção no formato digital.

No que concerne ao número de títulos publicados pelas editoras no ano de 2018, a Tabela 2 apresenta o número de títulos e número de editoras que publicaram nos formatos impresso e digital.

Tabela 2 – Número de títulos produzidos em 2018

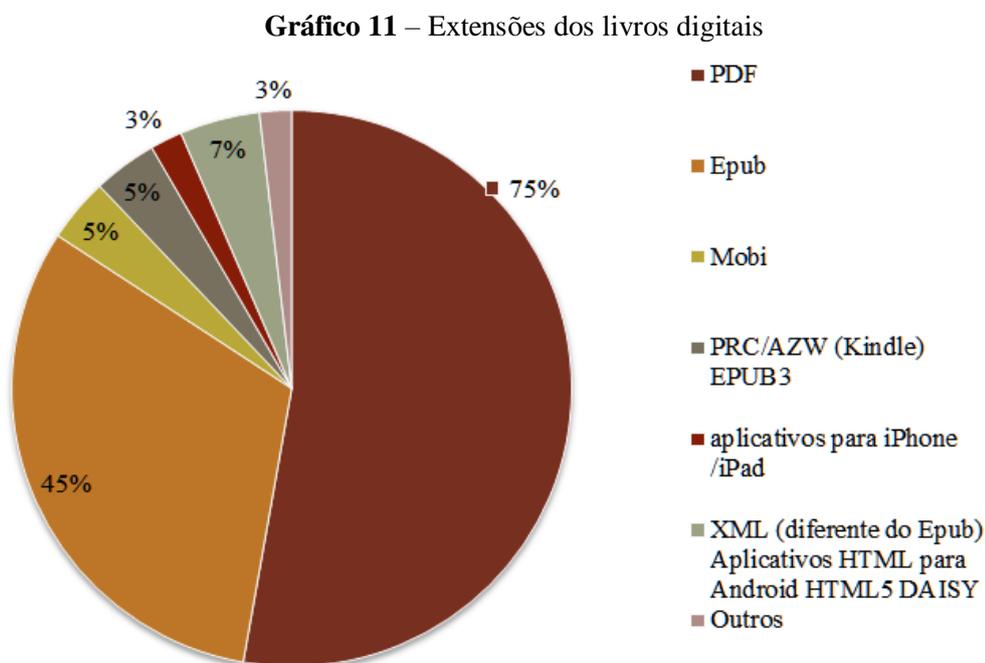
Nº DE TÍTULOS	IMPRESSO	DIGITAL
0 a 50 títulos	40	63
50 a 100 títulos	4	3
100 a 200 títulos	2	-
200 a 400 títulos	1	-
Mais de 400 títulos	-	1
TOTAL DE EDITORAS	47	67

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Das editoras universitárias respondentes, 40 editoras, ou seja, 85% delas produziram de 0 a 50 títulos impressos e 63 editoras, o que equivale a 94%, produziram essa mesma faixa de quantidade de títulos digitais. Assim, podemos aferir que a produção das editoras universitárias gira em torno de produção anual de até 50 títulos, tendo um número maior de títulos produzidos no formato digital. Destaca-se que uma editora produziu mais de 400 títulos digitais em 2018, número bem expressivo se comparado aos demais.

Ao questionarmos se pretendem expandir o número dessa produção em formato digital, 71% dizem ter intenção, 20% afirmam que não pretendem expandir e 9% não responderam.

Quanto ao formato das obras, verifica-se a predominância para o formato PDF. Porém, formatos como epub já apresentam resultados expressivos.



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Conforme visualiza-se no Gráfico 11, o formato PDF ainda predomina nas publicações dos livros digitais, sendo utilizado por 75% das editoras. O formato epub fica em segundo lugar, com 45% das publicações, seguido pelo XML, HTML com 7%. Os demais formatos representam 5% (Mobi e PRC/AZW/Epub3) e 3% (Iphone/Ipad e outros). O cálculo do gráfico não representa 100% significando que um livro pode ser publicado em mais de um formato.

Quanto à impressão sob demanda, 33% das editoras dizem que oferecem essa opção aos seus leitores. Solicitou-se que elas indicassem em quais casos ela é oferecida, assim destacam-se algumas respostas:

Para ventas en el exterior, cuando el inventario se agota. (ID 59)

Para todos os livros, a impressão é sob demanda. (ID 4)

Em caso de vendas para órgãos públicos. (ID 81)

En obras que ya estan agotadas. (ID 120)

Duas editoras atuam apenas nessa modalidade de impressão. 57% dizem não ofertar essa modalidade e afirmam que “*Técnicamente sería posible, nuestros libros podría imprimirse bajo demanda, pero no disponemos de la tecnologia apropiada para ofrecer este servicio*” (ID 25). Assim, percebe-se que a infraestrutura foi colocada como um dos entraves para essa oferta. Cinco editoras dizem que estão verificando a possibilidade de oferecer a impressão sob demanda em um futuro próximo.

A utilização desse modelo de negócio possibilita que as editoras não tenham que dispor de um estoque. Bufrem (2015, p. 360) destaca que “uma grande tiragem sem mecanismos de divulgação e circulação eficientes amplia fatalmente os estoques dos depósitos”. Com a impressão sob demanda, as obras são impressas apenas após a venda e enviadas diretamente para o leitor. Esse tipo de impressão também põe fim às obras esgotadas, tornando-se uma solução para sanar os problemas da tiragem da produção editorial.

Ainda com relação à produção, foi questionado se a editora possui uma equipe própria para o desenvolvimento de conteúdo digital, como a produção, conversão, divulgação e distribuição. Em 54% das editoras respondentes não têm uma equipe própria voltada para atuação com o livro digital e 38% afirmam ter e 8% não responderam a questão.

A partir desses dados e comparados com os do Gráfico 10 é possível fazer paralelo entre a falta de uma equipe especializada para a produção do livro no formato digital descrita por 54% das editoras e a informação de que a principal razão dada pelas editoras (11%) que atuam apenas no formato impresso foi justamente a falta de uma equipe capacitada para atuar no universo digital. Logo, reforça-se assim que a falta de pessoal qualificado é uma das dificuldades enfrentada por grande parte das editoras universitárias da América Latina.

Também foi indagado às editoras se elas utilizam o *Digital Object Identifier* (DOI). O DOI é um identificador persistente, único que permite a identificação, localização e descrição

de objetos físicos ou digitais. Segundo Brito *et al.* (2016, p. 6) a sua utilização “permite realizar vinculações entre documentos on-line, sem que as mudanças nos locais prejudiquem a navegabilidade entre eles”. Nesse sentido, a pesquisa constatou que 61% das editoras ainda não atribuem o DOI as suas publicações, mas 34% das editoras universitárias já fazem uso dele. 5% não responderam.

Buscou-se identificar quais são as plataformas utilizadas no processo de editoração e produção gráfica. Constatou-se que, dentre as editoras respondentes, 85% utilizam o pacote Adobe (Photoshop, InDesign, Illustrator, Acrobat Pro DC), sendo o InDesign o *software* mais citado.

Em relação às perspectivas futuras para a produção em formato digital, utilizou-se uma questão aberta e as principais colocações das editoras são: suprir a falta de equipe; ampliar e diversificar os formatos; manter os dois formatos, pois consideram importante; formar uma equipe especializada; e aumentar o número de publicações digitais. Assim, destacam-se algumas respostas:

Nosso entrave para entrarmos no mercado digital é a falta de pessoal. Como uma editora universitária pública, não temos autonomia na contratação. Sendo ampliado o quadro de pessoal, temos pretensão de treinar e publicar em novos formatos. (ID 17)

Manter a política atual: todos os livros são publicados em formato impresso e disponibilizados gratuitamente em formato digital. (ID 7)

Ampliar o número de publicações nesse formato, fazendo circular de forma irrestrita as obras produzidas pela nossa editora. (ID 9)

Ela pretende colocar todos os seus livros esgotados em e-book. (ID 39)

Sacar todos los títulos en ambos formatos. (ID 59)

Nossa perspectiva é acompanhar o crescimento do mercado e o desenvolvimento de novas formas de alcance do público em geral. (ID 81)

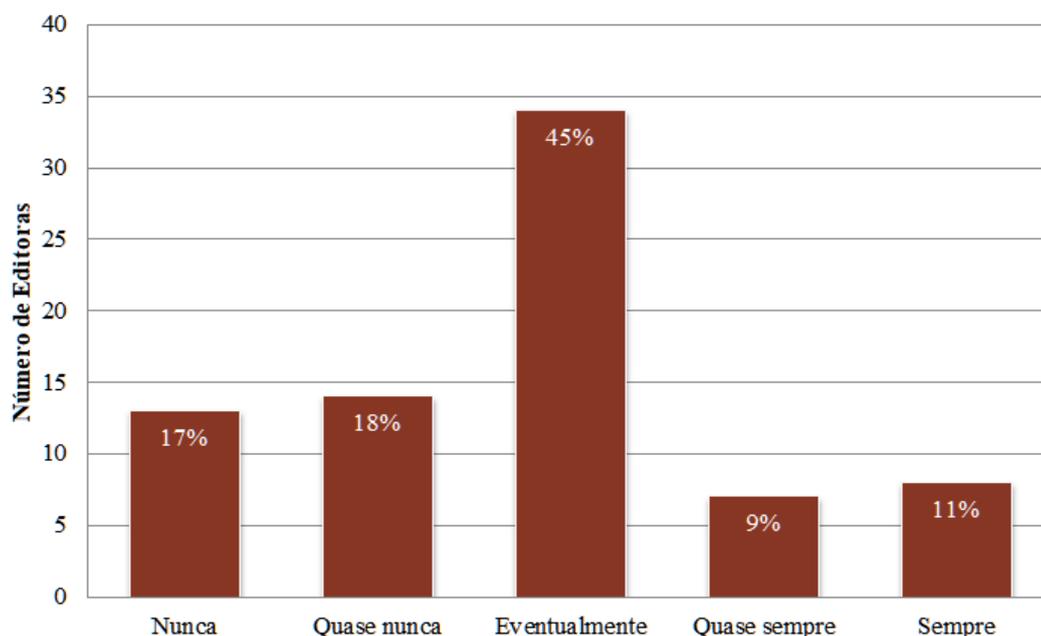
Nessa perspectiva, a partir dos textos dos diretores podem-se confirmar os resultados já descritos nas questões apresentadas anteriormente. A editora ID 3 descreveu muito claramente os resultados já identificados nessa pesquisa:

Diante das dificuldades do setor, dos custos que envolviam o formato impresso e dos prejuízos da nossa Editora ao longo de décadas, mudamos para publicações quase que de forma total no formato digital. Foi difícil, pois os autores possuem em suas raízes o formato impresso, por mais que estes se mostrem insuficientes em abrangência e tenham custos maiores,

para eles próprios e para a Editora. Mudando para o formato somente digital, fizemos o trabalho de mostrar que os custos são menores para os autores e a abrangência e facilidade de acesso é maior ao cliente que busca o assunto. Também, o caráter filantrópico de nossa instituição contribui para que nossa expectativa seja voltada em oferecer conteúdo científico, de forma gratuita, para toda a comunidade, algo que os autores também querem quando desejam expandir o conhecimento de seu estudo. [...] Nesse sentido, esperamos mostrar ainda mais resultados, para que então nossa instituição faça mais investimentos para melhoria do setor e expansão da produção, já que no momento ainda não temos o apoio necessário. (ID 3)

Conforme os relatórios do Cerlalc, a produção de livros em formato digital na América Latina é crescente (SALINAS; CASTRILLÓN, 2016; DIEGO GONZÁLEZ; WISCHENBART, 2019). Nesse sentido, a produção de livros digitais pelas editoras universitárias possibilitará a sua inserção em um mercado em ascensão. A falta de autonomia financeira e de políticas governamentais voltadas para o livro digital acabam por dificultar essa produção. As dificuldades e barreiras relatadas pelos diretores são notórias mas, conforme coloca Martins (2016, p. 294), “a união entre bibliotecários, editores, autores, governo e consumidores é fator determinante para o sucesso dos livros em formato digital”. O livro digital acadêmico é um canal de comunicação fundamental para que as universidades possam difundir as suas produções e atingir um público diversificado, cada vez mais conectado à Internet.

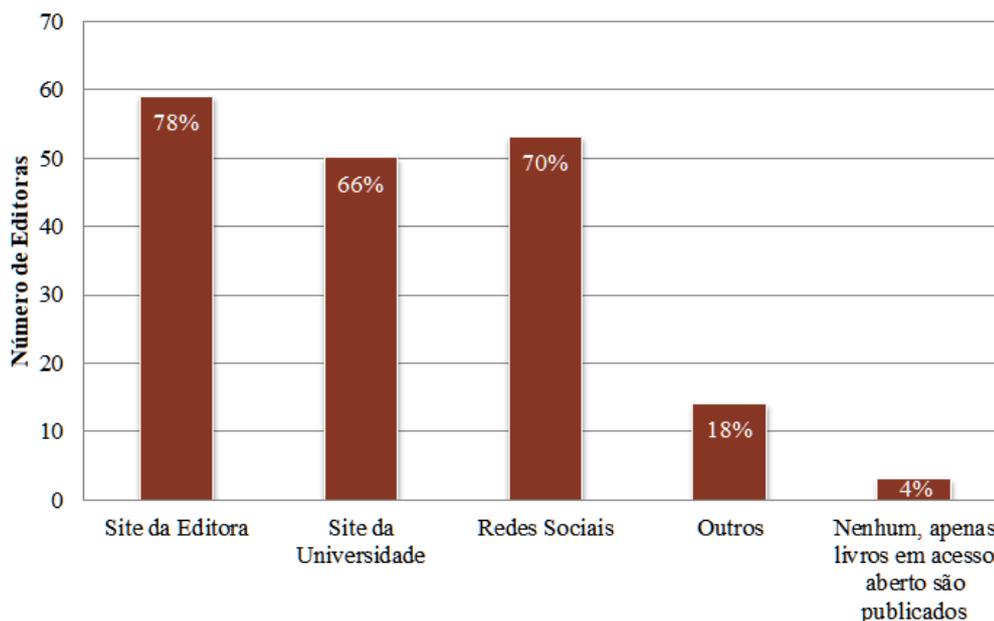
Quanto à **Divulgação**, questionou-se a editora sobre se costuma elaborar planos de marketing. Assim, 45% das editoras afirmaram elaborar plano de marketing eventualmente, 18% quase nunca, 17% nunca, 11% sempre e 9% quase sempre, como exposto no Gráfico 12. Portanto, percebe-se que 83% das editoras elaboraram, em algum momento, planos de marketing. A sua utilização é essencial e deve integrar o planejamento estratégico da editora, de modo a considerar as variáveis que envolvem o ambiente interno, bem como as variáveis externas que podem afetar a editora.

Gráfico 12 – Elaboração de planos de marketing

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A elaboração de planos de marketing é fundamental para que as editoras possam traçar estratégias de divulgação da sua produção científica e efetuar o monitoramento do mercado editorial. O acompanhamento e monitoramento do mercado editorial possibilitam às editoras a definição de estratégias para estarem preparadas para as incertezas do futuro.

Dentre os canais utilizados para divulgação de seus produtos, 78% fazem uso do site da editora, 66% divulgam no site da universidade, 70% utilizam as redes sociais e 18% utilizam outros canais, tais como: feira de livros, livrarias virtuais, catálogos comerciais, ABEU e CBL, entre outros. Apenas 4% dizem não realizar divulgação, por suas obras serem de acesso aberto. No Gráfico 13, visualiza-se o número e percentual de editoras respondentes que fazem divulgação. Essa era uma questão de múltipla escolha e os respondentes poderiam marcar mais de uma opção, por isso o total das porcentagens é maior do que 100%.

Gráfico 13 – Canais para divulgação dos produtos

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Evidenciou-se, ainda, que as redes sociais mais utilizadas pelas editoras universitárias são o Facebook por 51%, seguido do Instagram 38%, Twitter 18%, Youtube 9% e o LinkedIn com 3%. As redes sociais já vêm sendo amplamente utilizadas na divulgação das revistas científicas conforme destaca Araújo (2015). O autor ressalta que o marketing científico digital deve ser utilizado como forma de promoção e divulgação dos periódicos. Nesse sentido, reitera-se como é importante, para que as editoras universitárias que estão fazendo uso de canais digitais para divulgação de seus produtos, que também se apropriem de tais ferramentas e possam assegurar essa prática em suas rotinas. Elas devem construir e manter uma presença *online*, de modo que possam oferecer um conteúdo adequado aos ambientes em que atuam e estabelecer uma atuação participativa.

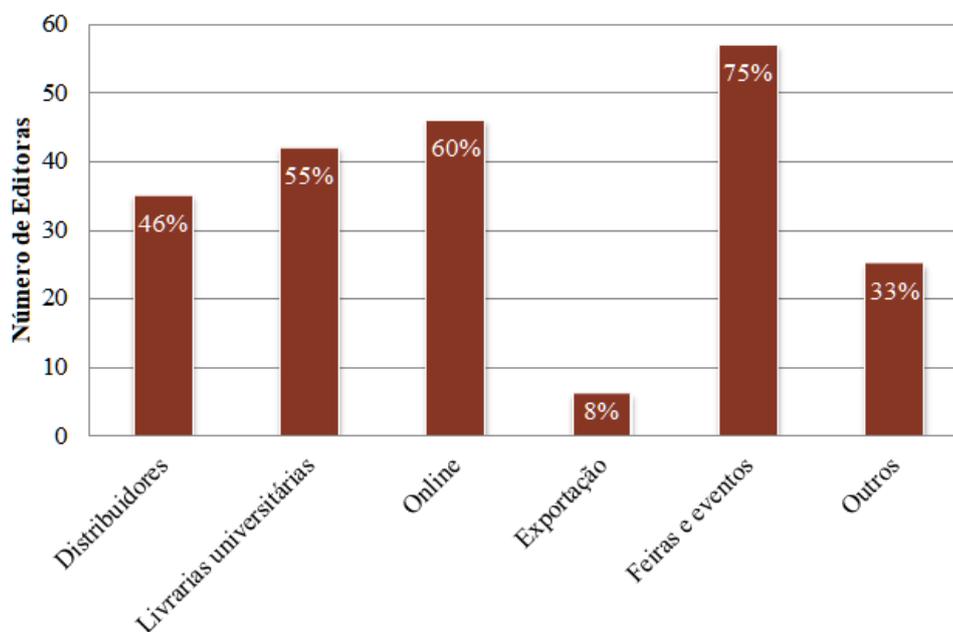
Sobre investimentos na divulgação de seus produtos em formato digital, a pesquisa constatou que existe uma tendência para o investimento na divulgação, pois 33% afirmam investir eventualmente, 7% quase sempre e 18% sempre investem. Consequentemente, podemos aferir que 58% das editoras investem regularmente na divulgação de seus produtos digitais e, contrário, tem-se 22% que nunca investiram e 17% quase nunca. Diante desse panorama, considera-se os números expressivos quanto à divulgação e compreende-se que as editoras buscam divulgar suas obras a partir dos diversos canais indicados no Gráfico 13.

Na última etapa do fluxo editorial, buscou-se conhecer como ocorre a **Distribuição** da produção editorial e a sua comercialização. Inicialmente, buscou-se saber se as editoras possuem livrarias próprias e em quais ambientes. Identificou-se que 71% possuem livrarias

em ambiente físico, o que significa dizer que, das 76 editoras respondentes, 54 disponibilizam a sua produção em locais físicos; 45% em plataformas digitais, o equivalente a 34 editoras; e 4% não responderam. É importante observar que o número de editoras que produzem em formato digital (81%, Gráfico 10) é superior ao de editoras com livrarias em plataformas digitais. Isso significa dizer que as obras produzidas em formato digital são distribuídas e disponibilizadas aos leitores por outras plataformas. Os percentuais mostram também, que algumas editoras se utilizam tanto de ambientes físicos quanto digitais.

Os canais de comercialização mais utilizados ainda são as feiras e eventos, sendo mencionados por 75% das editoras, seguido do ambiente *online*, utilizado por 60% delas. Para 55%, a comercialização se dá nas livrarias universitárias; 46% utilizam distribuidores; 8% enviam obras para exportação; e 33% indicaram outros canais. Percebe-se que os ambientes físicos de comercialização são os que predominam dentre as respostas, confirmando assim o que dizem Neylon *et al.* (2018) que o impresso continua sendo importante e que atua em paralelo ao digital. No Gráfico 14, são apresentados os canais de comercialização, o número absoluto de editoras que os utilizam e a percentagem de uso pelas editoras respondentes.

Gráfico 14 – Canais de comercialização

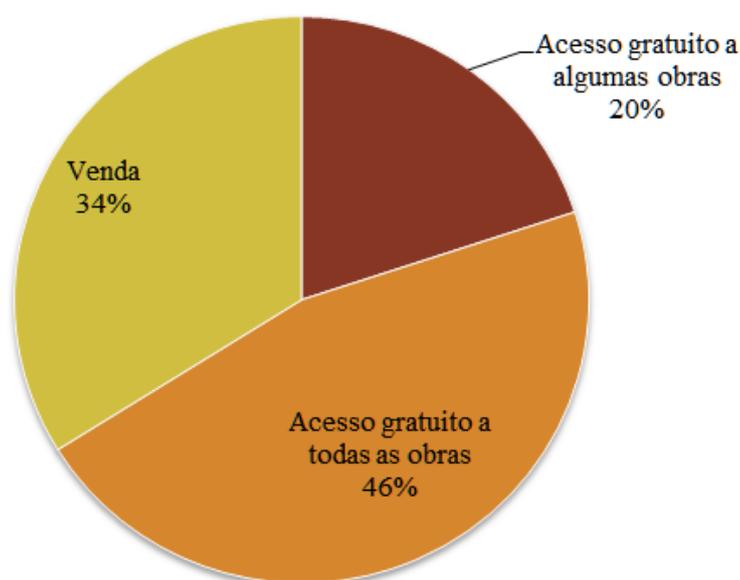


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A partir da opção de resposta ‘outros canais’ 11% das editoras informaram que não comercializam suas obras, ou seja, todas as suas obras são publicadas e disponibilizadas em acesso aberto. Ainda dentro da categoria ‘Outros’, foram indicados como canais de comercialização: livrarias parceiras e livrarias comerciais.

No que se refere às obras em formato digital a pesquisa constatou que 46% das editoras disponibilizam todos os seus livros digitais em acesso aberto, 34% vendem e não disponibilizam o acesso gratuito e em 20% das editoras apenas algumas obras são de acesso gratuito. Esses dados podem ser visualizados no Gráfico 15, a seguir. Destaca-se que, em 3% das editoras, essa disponibilidade da forma do acesso é definida pelo autor. Constatou-se, ainda, que 24% das editoras participantes da pesquisa vendem as obras no formato impresso, mas o acesso a essas mesmas obras no formato digital é gratuito.

Gráfico 15 – Acesso as obras em formato digital

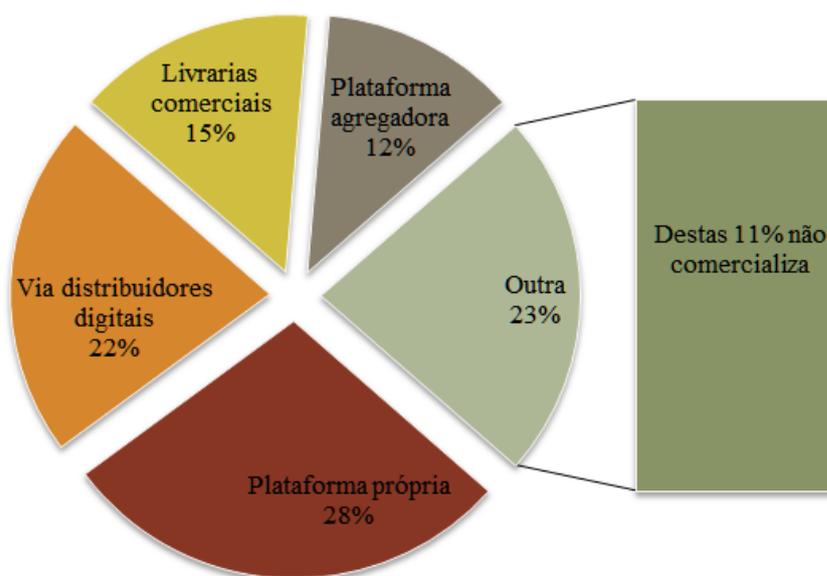


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Conforme descrito, há uma predominância para a disponibilização das obras em acesso aberto. Acredita-se que isso ocorra devido à amplitude do Movimento de Acesso Aberto e à própria natureza e missão das editoras universitárias que visam à disseminação e circulação da produção científica. O relatório da Springer-Nature analisa como o acesso aberto influencia o uso e o impacto dos livros científicos. Dentre os benefícios apresentados, destacam-se: ele é baixado sete vezes mais do que um livro convencional; é citado 50% mais; e recebe, em média, 10 vezes mais menções *online* (EMERY *et al.* 2017). Neylon *et al.* (2018) também indicaram os desafios e oportunidades para que o livro de acesso aberto seja melhor integrado ao cenário editorial, podendo, desse modo, proporcionar uma maior visibilidade às obras e aos autores.

Sobre a comercialização dos livros digitais, foi perguntado como a editora costuma comercializar e por meio de quais plataformas. Os dados do Gráfico 16 demonstram que 28% das editoras utilizam a própria livraria virtual ou site para comercializar os seus livros digitais, 22% das editoras trabalham com distribuidoras digitais, 15% utilizam editoras comerciais, 12% usam plataformas agregadoras para bibliotecas, nuvem etc. e 23% dizem utilizar outras plataformas. Das editoras que marcaram a opção ‘Outra’ 11% descreveram que não comercializam suas obras, ou seja, as editoras disponibilizam elas mesmas o seu acervo digital apenas em acesso aberto. As outras 12% que responderam ‘Outra’ não indicaram quais plataformas utilizam.

Gráfico 16 – Plataformas de comercialização dos livros digitais



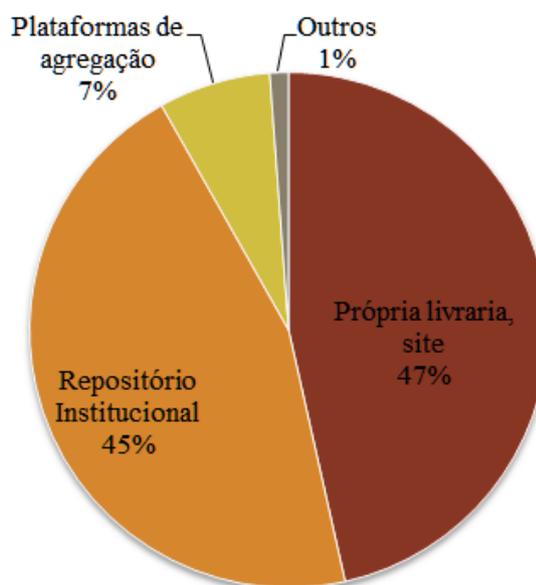
Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Conforme já demonstrado pelos resultados de questões anteriores, algumas editoras universitárias disponibilizam as suas obras em formato digital em acesso aberto, ou seja, sem custos para o leitor. Na primeira etapa da pesquisa, as variáveis disponibilização e acesso já apresentaram essa tendência das editoras universitárias brasileiras. Assis (2016) entende que a disponibilização de livros científicos em acesso aberto é ainda tímida, entretanto, fundamental para o avanço da ciência.

Buscou-se, por fim, identificar em que canais os livros de acesso aberto são disponibilizados. De acordo com as editoras, 47% disponibilizam as suas obras em seu próprio site ou livraria digital, 45% utilizam o repositório institucional, 7% as colocam em

plataformas de agregação³⁷ e 1% indicou outros canais, que foram descritos como as páginas *Web* dos autores. Os dados são apresentados no Gráfico 17, a seguir.

Gráfico 17 – Canais para disponibilização dos livros em acesso aberto



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Ao analisar os canais para disponibilização dos livros em acesso aberto, percebe-se que 92% utilizam canais que são administrados pela própria Instituição a que a editora está vinculada. Desse modo, no que tange aos repositórios institucionais, Rosa *et al.* (2013, p. 153) explicam que eles podem “agregar valor aos objetivos das editoras porque além de disseminar têm também como função a preservação do conteúdo neles depositados”. De acordo com Costa e Leite (2017), a América Latina contava com 298 repositórios digitais em 2017. Pelos dados estatísticos do Diretório OpenDoar³⁸, dos países da América Latina, o Brasil é o país que mais possui repositórios (127), justificando assim o percentual do Gráfico 17. Esses números são reflexos das iniciativas inovadoras do IBICT no que cerne ao movimento de acesso aberto no Brasil, com a publicação de periódicos científicos e a implementação de repositórios digitais. Uma das estratégias estabelecidas para o movimento de acesso é o arquivamento da produção em repositório digitais, denominada de via verde. Ferwerda (2014)

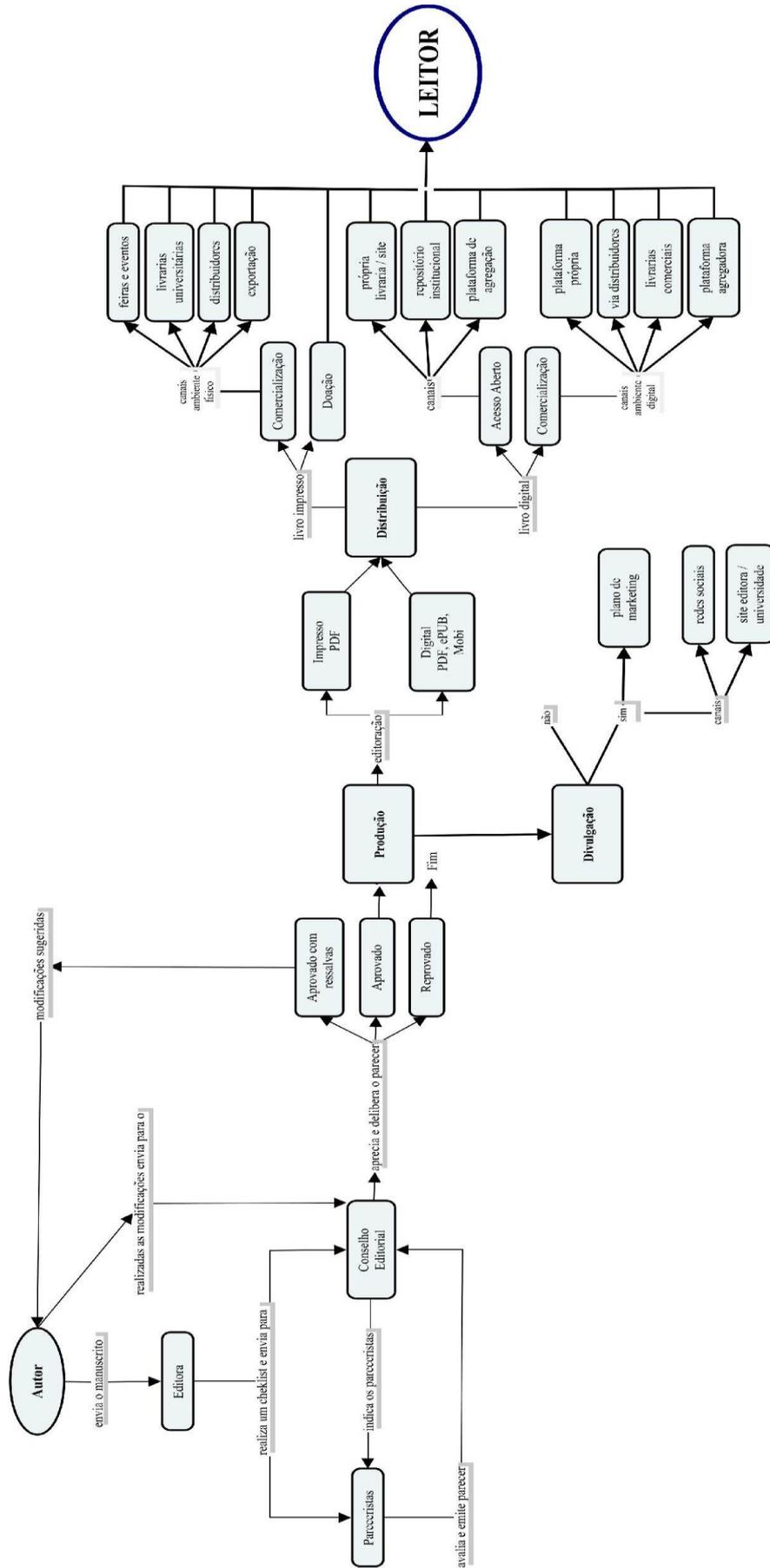
³⁷ As plataformas de agregação são companhias que representam os títulos de diversos editores, podendo aplicar diversas maneiras de licenciamento para as obras, possuem plataforma própria. (SERRA, 2017).

³⁸ Estatísticas do OpenDOAR. Disponível em: http://v2.sherpa.ac.uk/view/repository_visualisations/1.html. Acesso em: 29 ago. 2019.

pontua que o modelo híbrido de produção das publicações tornará possível a via verde também para livros. Nessa perspectiva, constata-se, nessa pesquisa, que a via verde para os livros está presente em 45% dos livros digitais produzidos pelas editoras universitárias da América Latina participantes da pesquisa.

Uma síntese do fluxo editorial das editoras universitárias pode ser visualizada na Figura 19, a seguir.

Figura 19 – Fluxo editorial das editoras universitárias



Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa, 2019.

As variáveis do fluxo editorial pesquisadas foram: avaliação, produção, divulgação e distribuição. De acordo com os dados da pesquisa, o processo de avaliação apresenta dois modelos mais utilizados pelas editoras, sendo o método mais adotado o *Double Blind Peer Review*. A produção científica é caracterizada por um modelo híbrido, aonde os livros são publicados nos formatos impresso e digital pela maioria das editoras. Para a divulgação, as editoras utilizam-se de planos de marketing, mesmo que eventualmente. Os canais para divulgação mais utilizados ainda são o site da editora, o da universidade e as redes sociais. A distribuição, assim como a produção, também apresenta um fluxo híbrido devido aos dois formatos de publicação, contudo há uma predominância para os ambientes físicos. As obras em formato digital têm uma disponibilização maior em acesso aberto, indicando assim a inclinação das editoras universitárias para cada vez mais aderirem ao movimento de acesso aberto.

Na próxima subseção será analisada a percepção dos diretores quanto à divulgação e as plataformas de gestão.

7.4 Percepção dos diretores quanto a distribuição e plataformas de gestão

Visando responder o objetivo específico c, “Analisar a percepção dos diretores quanto à distribuição e ao uso de plataformas para gestão editorial”, foram elaboradas questões abertas e fechadas, da questão 27 a 36, para que os diretores descrevessem sua opinião a partir de suas experiências.

No primeiro questionamento, buscou-se identificar se os diretores consideram que as obras esgotadas podem ser disponibilizadas *online* ou sob demanda. Categorizando as respostas, para 92% dos diretores as obras podem ser disponibilizadas, 5% dizem que não deve disponibilizar e 3% não opinaram. Dos que concordam com a disponibilização, 7% afirmam que as editoras já fazem *online*, “já disponibilizamos gratuitamente no site da Editora, pois entendemos que o livro digital não impede a comercialização do livro físico [...]” (ID17). Outros 9% colocam o repositório institucional como o principal ambiente para essa distribuição e afirmam estarem trabalhando para ativar o repositório institucional, reforçando assim os dados do Gráfico 19. É notório, assim como já destacado no Gráfico 15, que o acesso às obras *online* é predominante, mas algumas editoras consideram importante a venda, como nos destaca um diretor: “Sim. Dependendo da obra podem ser disponibilizadas em acesso aberto *online*. Caso seja uma obra que traga retornos financeiros pode ser

produzida sob demanda externa” (ID75). Algumas dificuldades foram pontuadas para a disponibilização das obras esgotadas, tais como:

Ausência/perda do arquivo original (sobretudo de obras antigas). (ID 7)

Impressão sob demanda é dificultada pelas especificidades do serviço público. (ID 34)

Para nosotros no es opción, pues es difícil la digitalición (no contamos con los archivos) y el control de propiedad intelectual con libros editados hace años. (ID 89)

Conforme descrição do respondente ID 89, para a disponibilização *online* ou sob demanda, os direitos autorais das obras devem ser observados, pois “cada obra depende de sua realidade - são projetos únicos; só podem ser liberadas com a autorização do autor e verificação do contrato” (ID 36). A partir das descrições dos diretores, pode-se aferir que os modelos de contratos com os autores variam entre as editoras. Em algumas, o autor cede a exclusividade dos direitos de edição, publicação e comercialização à editora por um período, que pode ser determinado. E em outras editoras, o autor pode fazer uma nova edição e/ou reimpressão com outra editora.

Quanto a se o acesso às obras esgotadas poderia ser livre, 78% dos diretores dizem sim, 10% dizem que não deve ser de acesso aberto, 7% compreendem que pode ser aberto apenas para algumas obras e 4% não responderam à questão. O contrato com os autores foi muito citado pelos diretores em diversas questões que envolvem o acesso às obras digitais. Diante do cenário da crescente produção do livro em formato digital e a disponibilização das obras em acesso aberto, faz-se necessário que muitas editoras revejam suas políticas contratuais para que os autores possam se adequar. Pela via de acesso aberto, utiliza-se uma licença *creative commons*, que mantém os direitos autorais e possibilita ao usuário baixar, imprimir, distribuir desde que a fonte seja citada, ou seja, os direitos morais do autor devem sempre ser assegurados.

No que concerne às obras frutos de pesquisas da universidade questionou-se se elas poderiam ser disponibilizadas livremente. Para 78% dos diretores, as obras podem ser disponibilizadas, sendo que 17% destes afirmam que a editora já disponibiliza esse tipo de obra abertamente. Sim, mas com restrições foi a resposta de 8% dos diretores, a depender do interesse do autor, do segmento editorial. Os direitos autorais foram citados como um dos motivos para a não disponibilização livre, sendo 9% proporção de diretores que afirmam que

as obras não devem ser de acesso livre; e outros 5% não souberam opinar. A seguir, destacam-se algumas respostas dos diretores:

Elas são disponibilizadas após um período de circulação no mercado, uma vez que para a produção do livro é investido recurso público, nada mais justo que ele gere algum retorno. (ID 17)

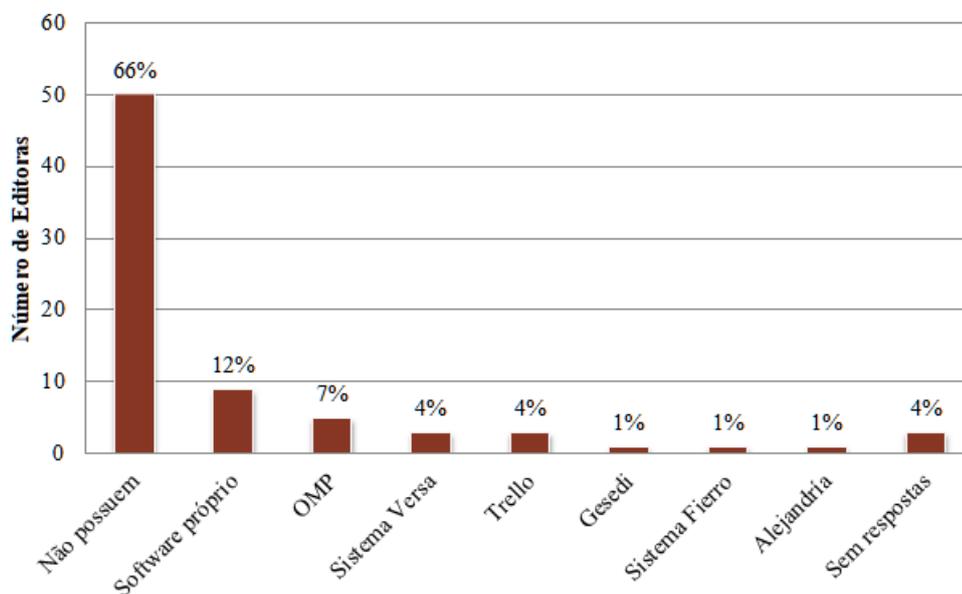
Si, debería ser obligatorio, ya que estas obras son financiadas por las universidades. Con la excepción de las investigaciones confidenciales o restringidas. (ID 25)

Estamos em processo de instigarmos e convenceremos os autores para disponibilizar as suas pesquisas em acesso aberto. (ID 54)

Assim, reforça-se a importância de disponibilizar em acesso aberto as obras frutos de pesquisas científicas, muitas desenvolvidas com financiamento público. Torna-se cada vez mais necessário disseminar a produção científica, possibilitando assim a construção de novos conhecimentos. A comunicação científica é fundamental para o desenvolvimento da ciência e conseqüentemente da sociedade, promove uma maior visibilidade e credibilidade aos autores, à sua produção e às instituições.

Nessa perspectiva, quando questionados se a editora apoia a iniciativa de disponibilizar os livros esgotados em formato digital, 82% afirmaram que a editora apoia, 10% não apoiam, outros 7% dizem que não tiveram essa experiência ainda, que não possuem livros esgotados e que existem questões contratuais que precisam ser verificadas e 1% não respondeu a questão. Desse modo, a partir da análise dos dados e relacionando com o Gráfico 10 afirma-se mais uma vez a crescente tendência para a publicação do livro no formato digital.

A partir da elaboração do referencial teórico e, sobretudo, analisando as plataformas para os livros digitais, questionou-se quais as plataformas para a gestão editorial são utilizadas pelas editoras universitárias. Assim, os dados da pesquisa mostram que alguns diretores desconhecem a existência de plataformas que podem auxiliar o processo da gestão editorial. Tal afirmativa se apoia, por exemplo, na resposta, quando dizem utilizar recursos do *word*, *email* institucional, intranet etc. No Gráfico 18, visualiza-se as plataformas de gestão indicadas pelos diretores.

Gráfico 18 – Plataformas de gestão editorial

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Do total de 76 editoras universitárias respondentes, identificou-se que 66% não possuem *software* de gestão editorial. As editoras que possuem *software* próprio representam 12%, o OMP é utilizado por 7%, o sistema Versa e o Trello são utilizados por 4%, delas. Os sistemas Gesedi, Fierro e Alejandria compreendem 1% das editoras. Outros 4% não responderam a questão. Nesse sentido, podemos aferir que, das editoras participantes da pesquisa, somente 30% utilizam *software* que auxilia no processo de gestão editorial. Destaca-se também que, dos 66% que dizem não possuir, 6% afirmam que vão utilizar em breve o OMP. As editoras universitárias que dizem utilizar o OMP são sediadas no Brasil, Colômbia e na Costa Rica.

Reforça-se a importância das editoras universitárias utilizarem um *software* de gestão editorial, que possibilitará a gestão do seu fluxo editorial e de suas coleções.

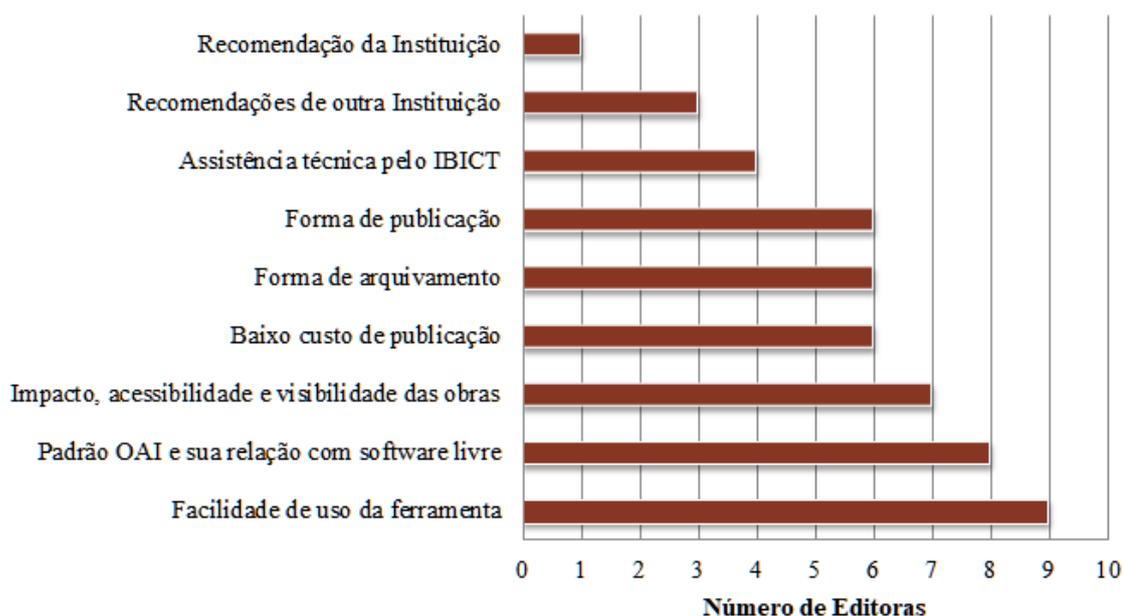
No que cerne o posicionamento dos diretores quanto à perspectiva de utilização de um *software* específico para a gestão editorial, observa-se que, para 54% dos diretores existe uma perspectiva em se utilizar um *software* de gestão editorial, 30% dizem que não pretendem adotar esse uso e 16% não responderam a questão. A partir dos dados, identifica-se que há uma possibilidade futura de que as editoras em sua grande maioria venham a utilizar um *software* de gestão editorial, pois 66% (Gráfico 18) não possuem *software*, entretanto 54% dizem que pretendem utilizar. Essa perspectiva sinaliza uma mudança positiva de cenário, embora ela seja relativamente lenta em relação ao restante do mercado editorial.

Perguntou-se se as editoras vêm analisando algum *software* de gestão editorial para uso. O OMP e o Versa foram citados, confirmando, assim, os comentários sobre os dados do Gráfico 18, que 6% dos diretores (dentre os 66% que ainda não usam plataforma de gestão) afirmaram que vão utilizar em breve o OMP.

O OMP é um sistema de editoração eletrônica de livros e monografias, que surge com o objetivo de auxiliar o fluxo do processo editorial, principalmente das editoras universitárias (WILLINSKY, 2009). Conforme já descrito anteriormente, o OMP é o *software* de gestão editorial mais utilizado pelas editoras universitárias investigadas. Na pesquisa, quando questionados se conhecem o OMP, 21% dos diretores dizem conhecer, 78% não e 1% não respondeu. Diante desses percentuais, avalia-se que a falta de conhecimento a respeito de um *software*, desenvolvido internacionalmente há 10 anos, pode ser um dos fatores que leva 66% das editoras universitárias a não possuírem um *software* de gestão editorial.

Aos que dizem conhecer, foi questionado quais os motivos para o uso do OMP. Essa foi uma questão (35) de múltipla escolha e mais de uma opção poderia ser assinalada. No Gráfico 19 são apresentados os motivos de uso:

Gráfico 19 – Motivos para uso do Open Monograph Press



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

De acordo com os dados do Gráfico 19, observa-se que, a facilidade de uso da ferramenta é o motivo mais indicado pelos diretores. Isso se deve, possivelmente, pela semelhança de suas características com o OJS, utilizado já amplamente com os periódicos

científicos. Em seguida, é citado o padrão OAI e a sua relação com o *software* livre, confirmando assim a intenção de promoção de uma ciência cada vez mais aberta. Impacto, acessibilidade e visibilidade das obras também são características advindas do movimento de uma ciência e, sobretudo, de um acesso aberto. Baixo custo de publicação, forma de arquivamento, forma de publicação também são citados como motivos de uso. A assistência fornecida pelo IBICT é indicada como um dos motivos e reforça, assim, a importância desta instituição no desenvolvimento da ciência no Brasil. É notório que o forte crescimento dos periódicos científicos no Brasil se deu a partir de um trabalho intenso do IBICT. Para o OMP, foi lançado, em 2019, o Guia de Usuário, em parceria com a Pontifícia Universidade Católica do Paraná (SHINTAKU; BRITO, 2019). Dentre as demais respostas, foram citadas, também, as recomendações de outras instituições, reforçando, assim, as relações existentes entre editoras e universidades. Por fim, apenas uma editora mencionou a recomendação da própria instituição.

Na última questão, procurou-se saber, dos diretores, quais os recursos do OMP são utilizados pelas editoras. Os dados mostram que todas as editoras utilizam o OMP para a gestão do processo editorial. A submissão das publicações, uma das etapas do fluxo editorial, é utilizada por 60% das editoras. A utilização deste recurso possibilita que, após a submissão do manuscrito e inserção dos metadados da obra e da autoria, o editor receba uma notificação automática de submissão e o autor consiga acompanhar todas as etapas do fluxo (SHINTAKU; BRITO, 2019). Tanto a avaliação por pares e quanto o catálogo são recursos que correspondem a 80% das respostas. Uma das editoras destaca que a utilização do OMP permite o “acompanhamento de modo organizado e em tempo real de cada uma das publicações” (ID 50).

É importante destacar que Andrade e Araújo (2016) identificaram que apenas uma editora universitária no Brasil utilizava o OMP. Em 2019, podemos dizer que ainda se tem um número considerado pequeno, diante do universo de editoras universitárias brasileiras que estão adaptadas a essa tecnologia. Contudo, é perceptível o crescimento. Outro aspecto importante de se observar é que, hoje, mais recursos são utilizados, como a submissão e avaliação, enquanto que, em 2016, era apenas o catálogo. Considera-se, assim, que a utilização de plataformas como o OMP auxilia o fluxo editorial, a divulgação da produção científica, bem como a preservação digital das coleções.

Portanto, no que tange à percepção dos diretores, pode-se concluir que, em sua maioria, eles são favoráveis à disponibilização *online* ou sob demanda de obras esgotadas e que estas poderiam ser de acesso livre. Os diretores compreendem também que as obras frutos

de pesquisas da universidade poderiam ser disponibilizadas livremente. Quanto ao uso de plataformas de gestão editorial, considera-se elevado o número de editoras que não as utilizam, embora haja uma perspectiva de ampliação desse uso.

Após essa descrição e análise dos dados referentes às editoras que publicam em formato digital, ao seu fluxo editorial e à percepção dos diretores, na próxima seção será apresentado a análise das variáveis e dos atores e a construção dos cenários para o mercado editorial universitário na América Latina.

8 ANÁLISE E CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Seguindo o percurso metodológico, essa é a segunda etapa da pesquisa constituída dos cenários prospectivos. Pelo método de Godet, descreve-se e analisa-se o grau de influência direta, indireta e máximo de uma variável sobre a outra por meio da análise estrutural. Apresenta-se também o grau de influência que um ator exerce sobre o outro e o grau de relevância do objetivo em relação aos atores. A partir desses resultados, realiza-se a análise morfológica visando explorar os futuros possíveis. Por fim, após as três análises, desenvolvem-se os cenários prospectivos para o mercado editorial do livro acadêmico na América Latina.

8.1 Análise Estrutural

A terceira fase da 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 variáveis. No Quadro 15 é possível identificar o número e a descrição associados a cada uma das 10 variáveis estruturantes e suas abreviaturas.

Quadro 15 – Números, descrições e abreviaturas das variáveis no MICMAC

NÚMERO	Idioma Português		Idioma Espanhol	
	VARIÁVEL	VARIÁVEL ABREVIADA	VARIÁVEL	VARIÁVEL ABREVIADA
1	Gestão	Gest	Gestión	Gesti
2	Avaliação	Aval	Evaluación	Evalu
3	Produção	Prod	Producción	Produ
4	Divulgação	Divu	Divulgación	Divul
5	Distribuição	Dist	Distribución	Distr
6	Legislação	Legi	Legislación	Legis
7	Tecnologia	Tecn	Tecnología	Tecno
8	Economia	Econ	Economía	Econo
9	Cultura	Cult	Cultura	Cultu
10	Capacitação	Capa	Capacitación	Capac

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Em seguida preencheu-se a MDI com os dados da fase 2, coletados por meio do preenchimento da Matriz de Análise Estrutural. Conforme descrito na metodologia, serão duas análises: a primeira (I) para as editoras brasileiras e a segunda (II) para os demais países da amostra. A MDI descreve as relações de influências diretas entre as variáveis que definem o sistema.

Figura 20 – Matriz de Influência Direta I

	1 : Gest	2 : Aval	3 : Prod	4 : Divu	5 : Dist	6 : Legi	7 : Tecn	8 : Econ	9 : Cult	10 : Capa
1 : Gestão	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2 : Avaliação	3	0	3	0	0	0	0	0	3	0
3 : Produção	3	1	0	2	3	1	3	3	2	3
4 : Divulgação	3	1	1	0	3	1	3	2	3	3
5 : Distribuição	3	1	2	3	0	1	3	3	3	3
6 : Legislação	3	2	2	2	3	0	1	3	3	1
7 : Tecnologia	3	2	3	3	3	1	0	3	2	3
8 : Economia	3	0	3	3	3	3	3	0	2	3
9 : Cultura	3	2	3	3	3	3	3	2	0	3
10 : Capacitação	3	2	3	3	3	1	3	3	3	0

© LIPSOR-EPTA-MICMAC

Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MICMAC (2019)

A partir do preenchimento da MID foi possível identificar as variáveis-chave. O resultado é apresentado de forma gráfica em um mapa de influência/dependência, possibilitando identificar as variáveis motrizes e dependentes. A identificação das variáveis se dá pelas classificações: direta, indireta e potencial (GODET, 2001).

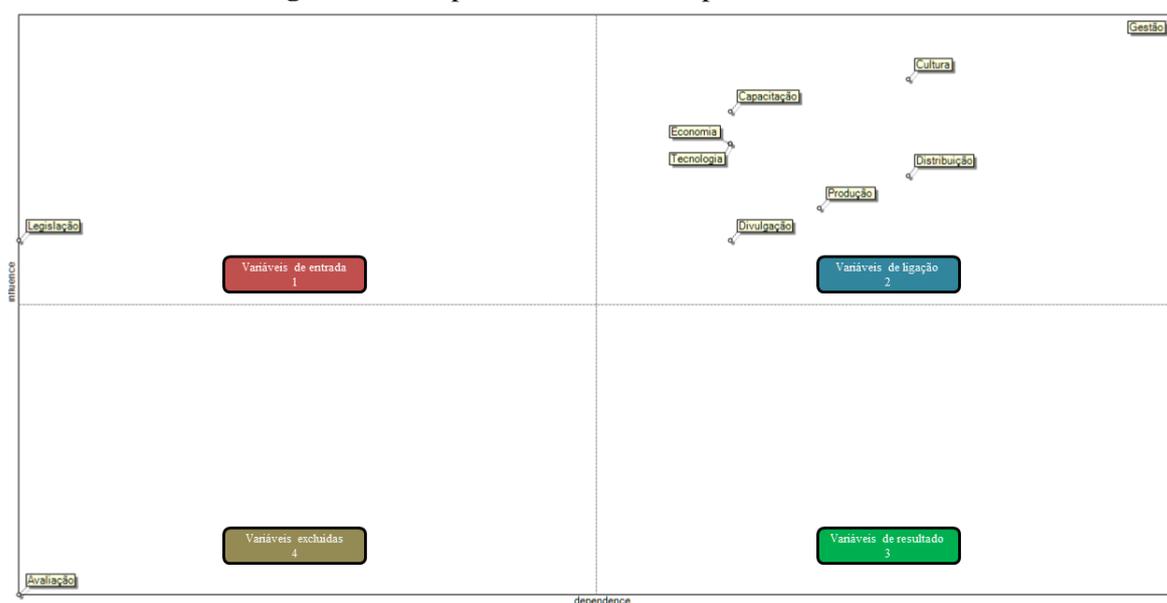
Primeiro, o MICMAC apresenta a classificação direta. Trata-se de um indicador quantitativo que determina o número de vezes que a variável estudada exerce uma ação sobre o sistema. É o que Godet chama de “Motricidade”. Ela vai indicar a importância da influência de uma variável de todo o sistema. Assim, o total de coluna indica o grau de “Dependência”, um indicador, também quantitativo, que determina a quantidade de vezes que uma variável é influenciada pelas demais (GODET, 2001). A classificação indireta é obtida pela elevação à potência da matriz. Já a potencial considera as relações potenciais, ou seja, que não existem agora mas, com a evolução do sistema, é provável ou possível que existam em um futuro (GODET, 2001).

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).

Nesse sentido, na Figura 21, apresenta-se o mapa direto de influências e dependências das editoras universitárias brasileiras.

Figura 21 – Mapa de Influência e Dependência Direta I



Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MICMAC (2019)

Analisando o mapa, observa-se que no setor 1 encontra-se a variável **legislação**. É uma variável de entrada (muito influente e pouco dependente) que exerce uma forte influência sobre o mercado editorial acadêmico brasileiro. Essa variável deve ser considerada nas ações prioritárias e pode influenciar o comportamento do sistema e de outras variáveis, contudo não depende das outras. Santos e Araújo (2017), em pesquisa sobre o mercado editorial, também identificaram a legislação como uma variável de entrada.

O setor 2 é o que mais apresenta variáveis. Nele encontram-se as variáveis de ligação: **gestão, cultura, capacitação, economia, tecnologia, distribuição, produção e divulgação**. São as variáveis consideradas altamente influentes e ao mesmo tempo dependentes. Nesse setor, observa-se que a gestão é a mais influente e ao mesmo tempo a mais dependente.

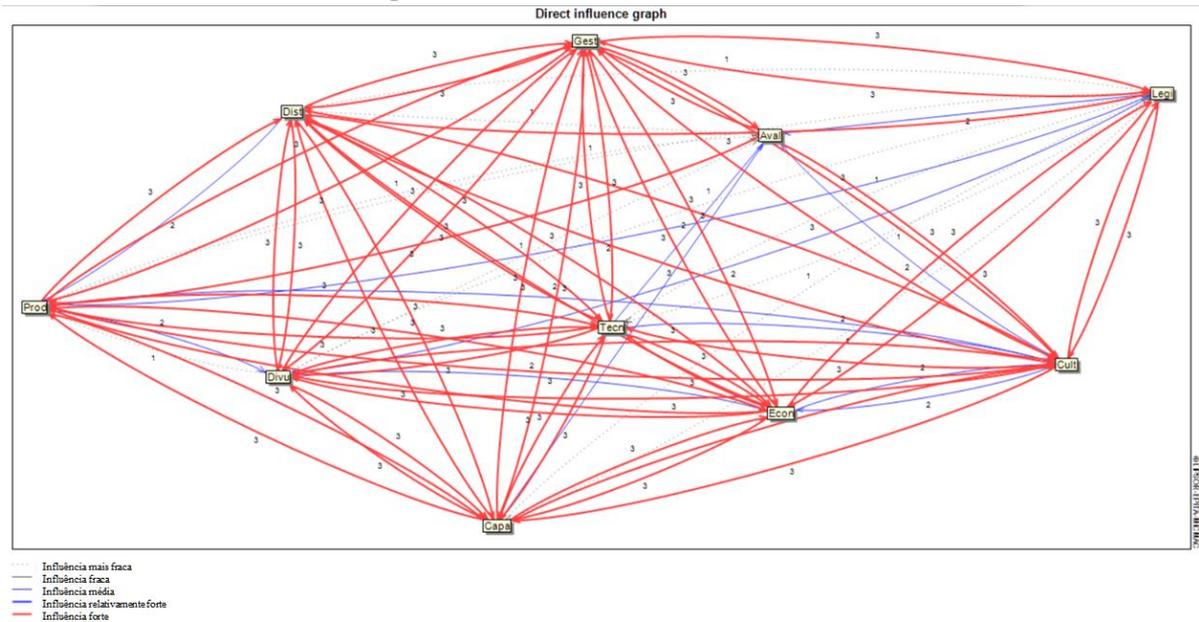
A ferramenta não identificou nenhuma variável no setor 3, onde deveriam existir as variáveis de resultado. Das variáveis identificadas pelos diretores, não houve nenhuma pouco influente e muito dependente.

No setor 4, das variáveis excluídas, está a variável **avaliação**. Ela é ao mesmo tempo pouco influente e pouco dependente, por isso não é considerada como um fato determinante, sendo excluída do estudo.

Nesse sentido, ressalta-se que, exceto a avaliação, todas as variáveis desta pesquisa são altamente influentes. Como o setor 2 é o que possui mais variáveis, elas podem ser influenciadas e influenciar, desempenhando um papel fundamental no mercado editorial das editoras universitárias brasileiras. Assim, as mudanças nas variáveis externas como a legislação, tecnologia, economia, cultura e capacitação podem influenciar diretamente as variáveis internas, inclusive a gestão. Portanto, a instabilidade das variáveis externas afetam o funcionamento das editoras, porém o inverso também acontece, ou seja, o desempenho das editoras universitárias é significativo para o funcionamento do mercado editorial. Esta constatação confirma a importância da produção editorial das editoras universitárias para o mercado do livro digital, corroborando dados de pesquisas da Fipe (2017) e de Diego González e Wischenbart (2019).

A relação dessas influências é classificada como: influência mais fraca, influência média, influência relativamente forte e influência forte. Na Figura 22, apresentam-se essas relações.

Figura 22 – Grafo de Influência Direta I

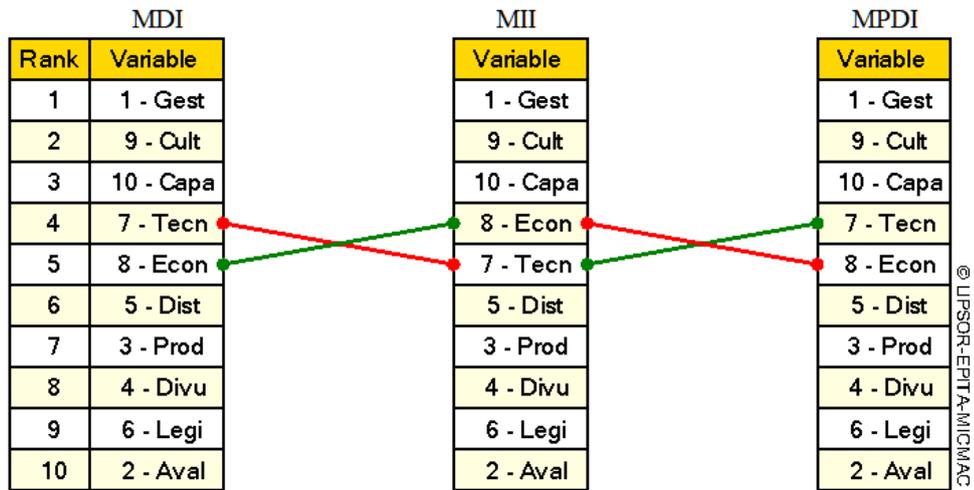


Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MICMAC (2019)

Com relação ao grafo de influências diretas, identificou-se que a influência predominante é a influência forte. Percebe-se que a variável **avaliação** é a que menos sofre influência, tendo apenas uma influência forte da gestão e as variáveis legislação, tecnologia e capacitação uma influência média sobre ela, contudo ela influencia fortemente a gestão, a produção e a cultura. A **legislação** tem uma influência forte na **gestão, distribuição, economia e cultura**, mas também sofre uma influência forte da **gestão, economia e cultura**.

As variáveis de influência direta mais influentes em uma ordem decrescente são: gestão, cultura, capacitação, tecnologia, economia, distribuição, produção, divulgação, legislação e avaliação. Reitera-se que a gestão é a variável que mais exerce influência forte sobre as demais, como também é a que mais recebe, mostrando um reflexo da parcialidade das respostas que foram dadas pelos diretores. Na Figura 23, visualiza-se a classificação das variáveis de acordo com o grau de influência direta, indireta e potencial direta.

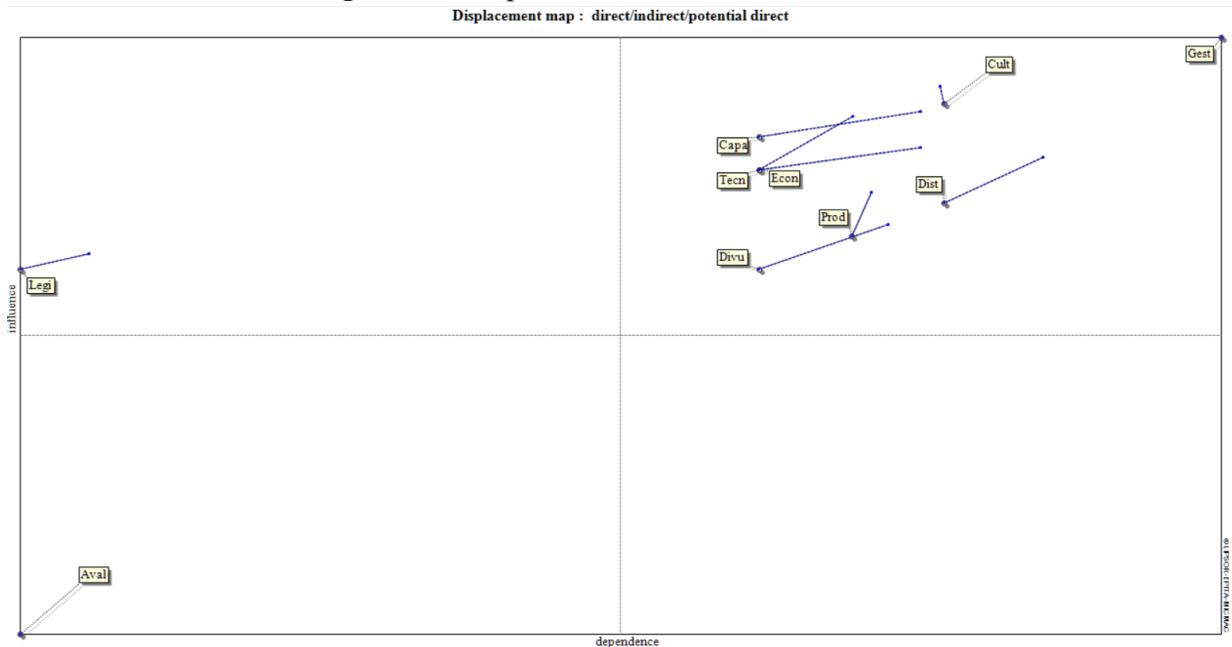
Figura 23 – Classificação das variáveis de acordo com o grau de influência



Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MICMAC (2019)

Em uma análise da influência direta da MDI, ocorre apenas um deslocamento na quarta e quinta posição da influência entre a tecnologia e economia quando comparada com a MII (influência indireta). O mesmo ocorre para uma análise da MPDI (potencial direta). Na Figura 24, visualiza-se o mapa de deslocamento das variáveis.

Figura 24 – Mapa de deslocamento das variáveis I



Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MICMAC (2019)

No mapa de deslocamento, o MICMAC possibilita inserir vários planos. Na Figura 24, é possível identificar a mudança de influência e dependência considerando as relações diretas,

indiretas e potenciais diretas. Assim, é interessante observar que as variáveis se movimentam, mesmo se mantendo no mesmo setor. Essa situação denota uma baixa mutabilidade na posição das variáveis.

Godet e Durance (2011, p. 68) pontuam que: “De facto, os resultados obtidos, tal como a lista das variáveis e a matriz, dizem-nos tanto sobre a maneira como a realidade percebida pelo grupo [...]”. A percepção dos diretores das editoras universitárias brasileiras acerca das variáveis possibilitou identificar a importância delas para o desenvolvimento do mercado editorial acadêmico, confirmando assim os dados de pesquisas ora apresentadas.

As mesmas etapas foram realizadas para inserção dos dados no MICMAC com as demais editoras participantes da pesquisa. A MDI (II) é composta por respondentes dos seguintes países: Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador e México. Na Figura 25, visualiza-se os dados da matriz estrutural.

Figura 25 – Matriz de Influência Direta II

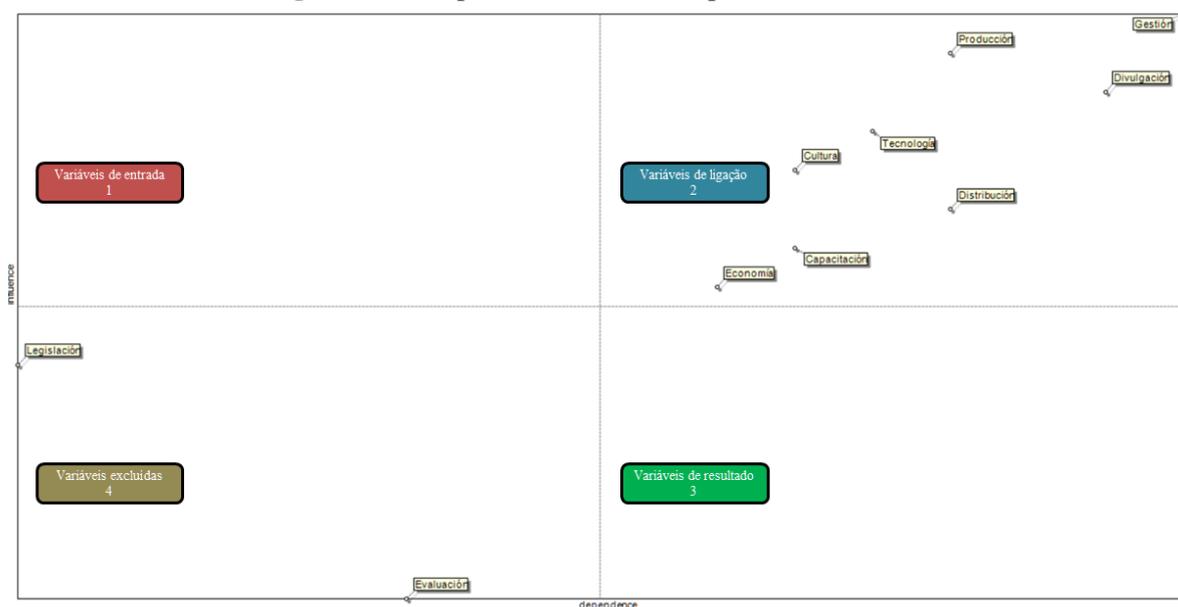
	1 : Gestí	2 : Evalu	3 : Produ	4 : Divul	5 : Distr	6 : Legis	7 : Tecno	8 : Econo	9 : Cultu	10 : Capac
1 : Gestión	0	3	3	3	3	2	3	3	3	3
2 : Evaluación	3	0	3	2	0	0	0	0	2	1
3 : Producción	3	2	0	3	3	3	3	3	2	3
4 : Divulgación	3	2	2	0	3	2	3	3	3	3
5 : Distribución	3	0	3	3	0	0	3	3	3	3
6 : Legislación	3	2	2	2	2	0	2	2	2	0
7 : Tecnología	3	2	3	3	3	2	0	2	2	3
8 : Economía	2	0	3	3	3	0	3	0	2	3
9 : Cultura	3	2	2	3	3	2	3	2	0	2
10 : Capacitación	3	3	2	3	3	0	2	2	2	0

© LIPSOR-EPITA-MICMAC

Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MICMAC (2019)

Fazendo um comparação com as editoras brasileiras no mapa observa-se já uma diferença no setor 1 e 4. Na Figura 26, apresenta-se o mapa de influência e dependência direta das demais editoras.

Figura 26 – Mapa de Influência e Dependência Direta II



Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MICMAC (2019)

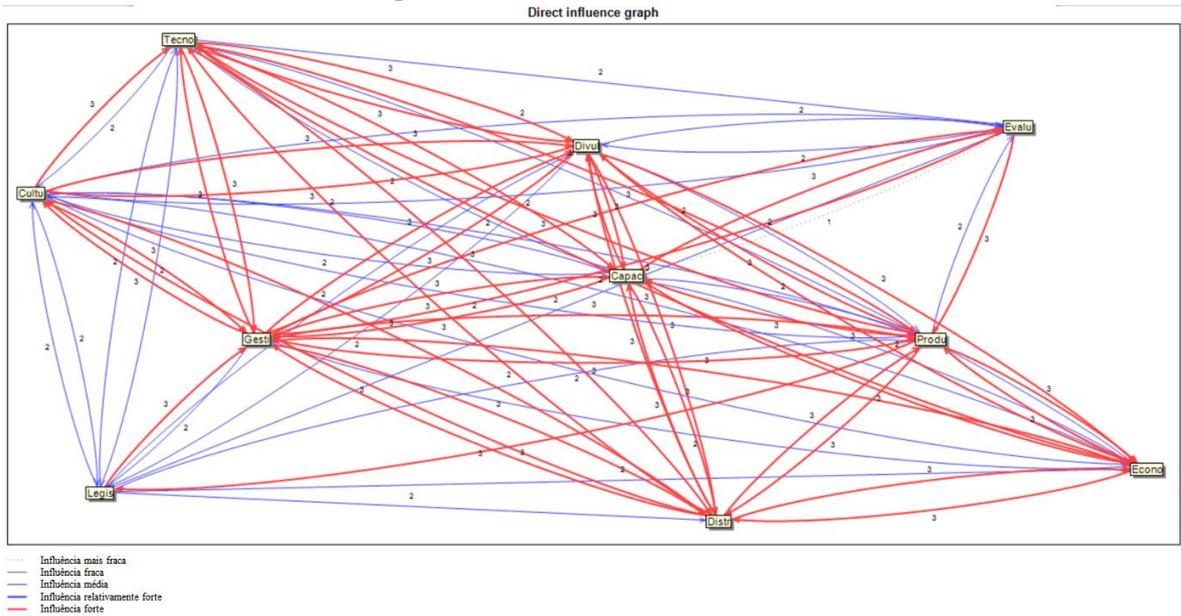
No setor 1, onde deveriam estar as variáveis de entrada, a ferramenta não identificou nenhuma variável. Logo, os diretores consideraram que nenhuma variável é altamente influente e pouco dependente. O mesmo acontece no setor 3 das variáveis de resultado, onde deveriam constar as variáveis com pouca influência e muita dependência.

O setor 2, das variáveis de ligação, altamente influentes e muito dependentes é composto por oito variáveis: **gestão, produção, divulgação, tecnologia, cultura, distribuição, capacitação e economia**. São as mesmas variáveis identificadas na MDI das editoras brasileiras (Figura 21).

No setor 4, o das variáveis excluídas, estão as variáveis **legislação e avaliação**. É interessante perceber que para os diretores brasileiros a legislação foi considerada altamente influente, já para os diretores dos demais países como pouco influente e pouco dependente. Acredita-se que isto se deva ao fato da maior parte das editoras brasileiras universitárias respondentes serem públicas e, assim, acabam tendo que seguir uma diversidade de exigências legais.

A relação das influências diretas entre as variáveis visualiza-se na Figura 27, a seguir.

Figura 27 – Grafo de Influência Direta II

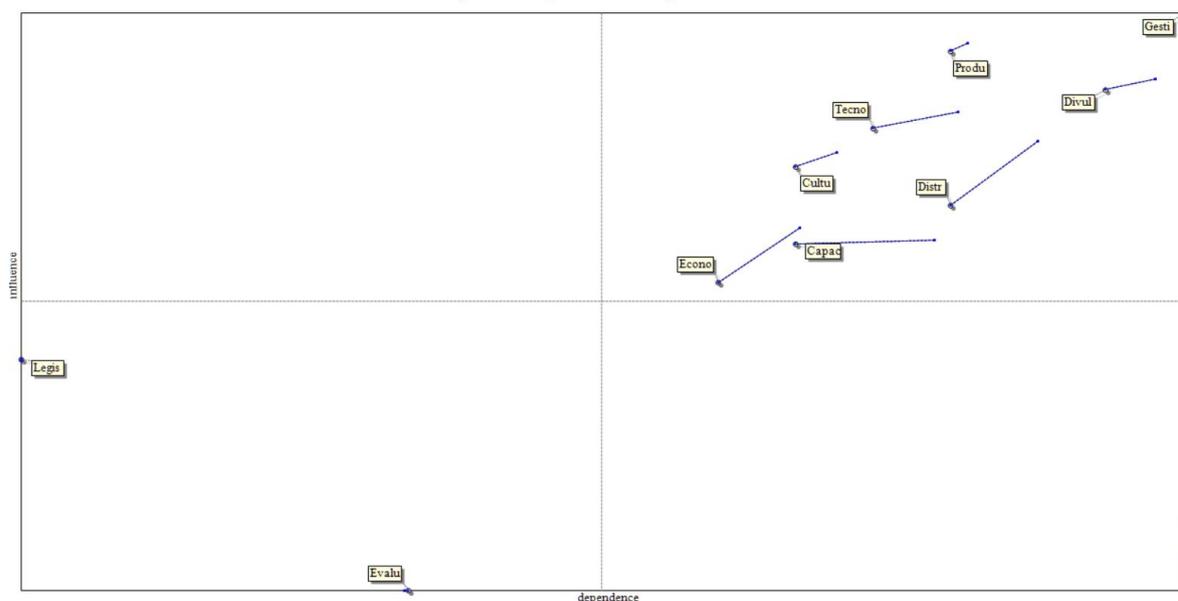


Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MICMAC (2019)

A partir do grafo de influências diretas é possível aferir a predominância da influência forte entre as variáveis, contudo a influência média também é bem representativa. Percebe-se que a **avaliação** é a que menos sofre influência, seguida da variável **legislação**, porém a avaliação influencia fortemente a **gestão** e a **produção**, enquanto que a **legislação** apresenta uma influência forte apenas com a **gestão**. Por isso que ambas estão representadas no setor 4 da MDI (II).

As variáveis de influência direta mais influentes, em uma ordem decrescente, são: gestão, produção, divulgação, tecnologia, cultura, distribuição, capacitação, economia, legislação e avaliação. A gestão, de um modo geral em toda a amostra da pesquisa, é a variável que exerce maior influência sobre as demais variáveis, bem como é a mais dependente. No que cerne à classificação das variáveis de acordo com o grau de influência, observa-se que o deslocamento ocorre na quinta e sexta posição com as variáveis cultura e distribuição e na sétima e oitava posição com as variáveis capacitação e economia. Na Figura 28, apresenta-se o mapa de deslocamento das variáveis.

Figura 28 – Mapa de deslocamento das variáveis II
Displacement map : direct/indirect/potential direct



Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MICMAC (2019)

No mapa de deslocamento é possível identificar a mudança de influência e dependência considerando as relações diretas e indiretas. Quando analisada a classificação considerando a MDI, MII e MPDI, percebe-se que a classificação da MPDI é a mesma da MDI. Logo, a MPDI não identificou nenhuma variável como potencial. Observa-se também que, mesmo com o deslocamento das variáveis, elas se mantiveram no mesmo setor, repetindo a mesma característica das editoras brasileiras.

O Quadro 16 apresenta o resumo dos resultados obtidos pela análise estrutural de toda amostra.

Quadro 16 – Resumo dos resultados obtidos através da análise estrutural/MICMAC

		MDI I (editoras do Brasil)	MDI II (editoras da Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador e México)
Setores	1 Variáveis de entrada	Legislação	-
	2 Variáveis de ligação	Gestão, Cultura, Capacitação, Tecnologia, Economia, Distribuição, Produção e Divulgação	Gestión, Producción, Divulgación, Tecnología, Cultura, Distribución, Capacitación, Economía
	3 Variáveis de resultado	-	-
	4 Variáveis excluídas	Avaliação	Legislación, Evaluación

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Fazendo um paralelo entre as duas matrizes tem-se que a variável legislação é 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).

No Quadro 17, apresenta-se o índice de motricidade onde é possível visualizar o posicionamento de cada variável. O índice de motricidade é calculado pela soma das motricidades de cada variável em relação às outras.

Quadro 17 – Índices de motricidade das relações diretas

Brasil			Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador e México		
ORDEM	VARIÁVEIS	MOTRICIDADE	MOTRICIDAD	VARIABLES	ORDEM
1	Gestão	27	26	Gestión	1
2	Cultura	25	25	Producción	2
3	Capacitação	24	24	Divulgación	3
4	Economia	23	23	Tecnología	4
5	Tecnologia	23	22	Cultura	5
6	Distribuição	22	21	Distribución	6
7	Produção	21	20	Capacitación	7
8	Legislação	20	19	Economía	8
9	Divulgação	20	17	Legislación	9
10	Avaliação	9	11	Evaluación	10

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Observando a classificação de influência, a gestão ela está posicionada como a variável mais influente. As outras variáveis que não mudam de posição são a distribuição e a avaliação. É interessante analisar também o valor igual da motricidade nas editoras brasileiras, exemplo da variável economia e tecnologia com valor 23 e legislação e divulgação com valor 20. A legislação, que na MDI se desloca de setor nas editoras brasileiras, está na oitava posição, enquanto que para as demais editoras ocupa a nona posição, ou seja, um leve deslocamento. 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 mais dependentes. No Quadro 18, apresenta-se o índice de dependência.

Quadro 18 – Índices de dependência das relações diretas

Brasil			Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador e México		
ORDEM	VARIÁVEIS	DEPENDÊNCIA	DEPENDENCIA	VARIABLES	ORDEM
1	Gestão	27	26	Gestión	1
2	Cultura	24	25	Divulgación	2
3	Distribuição	24	23	Distribución	3
4	Produção	23	23	Producción	4
5	Capacitação	22	22	Tecnología	5
6	Economia	22	21	Capacitación	6
7	Tecnologia	22	21	Cultura	7
8	Divulgação	22	20	Economía	8
9	Legislação	14	16	Evaluación	9
10	Avaliação	14	11	Legislación	10

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

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.

8.2 Análise das Estratégias dos Atores

Conforme a proposta metodológica, a análise estratégica dos atores, que se faz por meio do *software* MACTOR, é a segunda técnica do método de cenários prospectivos de

Godet. O uso desse método possibilita examinar as relações de força entre os atores, o posicionamento dos atores em função dos objetivos, a identificação das convergências e divergências e a hierarquização das prioridades (GODET; DURANCE, 2011). No Quadro 19, apresenta-se o número e abreviatura utilizada dos atores no MACTOR.

Quadro 19 – Número, descrição e abreviatura dos atores no MACTOR

NÚMERO	Idioma Português		Idioma Espanhol	
	ATORES	ATORES ABREVIADO	ATORES	VARIÁVEL ABREVIADA
1	Diretoria	Dire	Directoria	Direc
2	Conselho Editorial	C.Ed	Consejo Editorial	C.Edi
3	Equipe de Editoração	E.Ed	Equipo de Edición	E.Edi
4	Equipe de Comunicação e Marketing	E.CM	Equipo de comunicación y marketing	E.CyM
5	Equipe Comercial	E.Com	Equipo comercial	E.Com
6	Financiadores	Fina	Financiadores	Finan
7	Autor	Aut	Autor	Autor
8	Biblioteca	Bibl	Biblioteca	Bibli
9	Leitor	Leit	Lector	Lecto
10	Equipe de Tecnologia da Informação	E.TI	Equipo de Tecnología de la Información	E.TI

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

São quatro entradas de dados no MACTOR a dos atores e a dos objetivos e as duas matrizes para o preenchimento a MDI e a 2MAO. Os dados na MDI foram transcritos, reitera-se que estes foram coletados na questão 39 do questionário. Os dados da fase 2 (questão 40) foram inseridos na 2MAO. Da mesma forma que foi feito na análise estrutural, aqui também serão realizadas duas análises: uma para as editoras brasileiras e outra os demais países da amostra. Na Figura 29, visualiza-se a MDI das editoras brasileiras com os níveis de intensidade indicando o grau de influência que um ator exerce sobre o outro.

Figura 29 – Matriz de Influências Direta dos Atores I

MID	Dire	C.Ed	E.Ed	E.CM	E.Com	Fina	Aut	Bibl	Leit	E.TI
Diretoria	0	3	4	3	3	4	2	2	3	2
Conselho Editorial	3	0	1	0	0	0	2	0	1	0
Equipe de Editoração	3	0	0	2	2	0	2	0	3	0
Equipe de comunicação e marketing	3	0	2	0	3	0	3	0	3	3
Equipe comercial	3	0	2	2	0	2	3	0	2	2
Financiadores	3	0	0	0	0	0	3	0	0	0
Autor	3	2	2	3	3	2	0	0	3	0
Biblioteca	2	0	0	0	0	0	1	0	3	0
Leitor	4	0	1	4	4	0	4	3	0	0
Equipe de Tecnologia da Informação	3	0	0	0	3	0	0	0	0	0

© LIPSOR-EPTA-MACTOR

Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

A 2MAO representa a matriz de posição valoradas e indica o grau de relevância dos atores em relação aos objetivos. Na Figura 30, apresentam-se os dados. Ressalta-se que as Matrizes MDI e 2MAO são tabelas para inserção de dados e consulta.

Figura 30 – Matriz de Posições Valoradas I

2MAO	Dirigir	Aprovar	Produção	Promoção	Vend_Dist	Patrocinar	Produzir	Pres_Diss	Leitura	Tecnologia
Diretoria	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
Conselho Editorial	1	4	0	0	0	0	0	2	3	0
Equipe de Editoração	1	0	4	1	1	0	4	4	3	4
Equipe de comunicação e marketing	1	0	0	4	3	0	0	4	3	3
Equipe comercial	1	0	0	4	4	0	0	0	4	3
Financiadores	0	0	0	1	0	4	0	0	0	0
Autor	1	0	1	2	3	0	4	2	4	0
Biblioteca	0	0	0	1	0	0	0	0	4	3
Leitor	0	0	0	0	0	0	0	2	4	0
Equipe de Tecnologia da Informação	0	0	0	1	0	0	0	3	2	4

© LIPSOR-EPTA-MACTOR

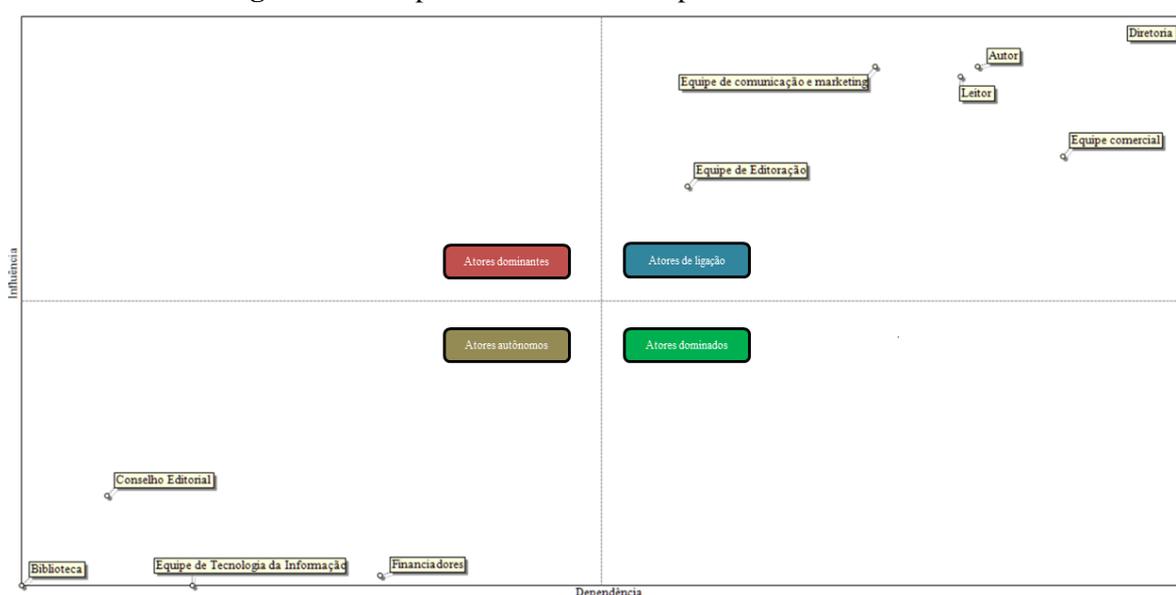
Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

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 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). Assim, na Figura 31, observa-se o mapa de influências e dependências entre atores.

Figura 31 – Mapa de Influências e Dependências entre Atores I



Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

Como resultado observa-se que a ferramenta não identificou nenhum ator no setor 1. Nesse quadrante deveriam constar os atores com características muito influentes e pouco dependentes. Outro setor que também não possui atores é o setor 3, o dos atores dominados, mostrando que a pesquisa não identificou nenhum ator que tenha pouca influência e muita dependência.

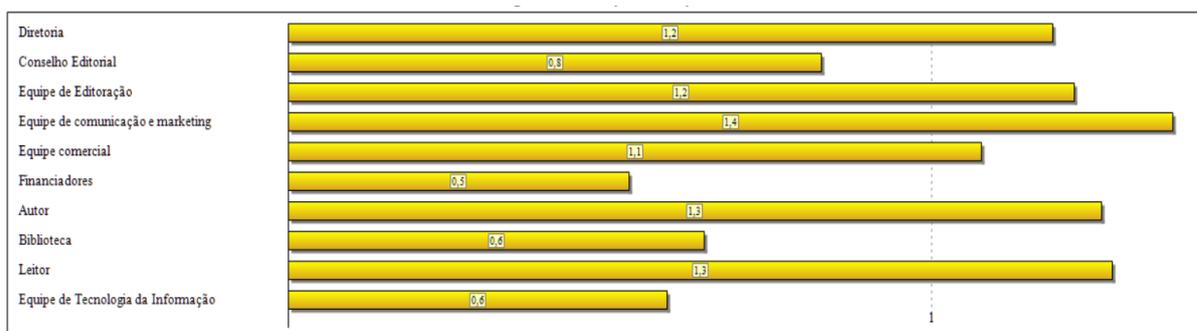
O setor 2 é o dos atores de ligação que são atores muito influentes e ao mesmo tempo muito dependentes, ou seja, eles exercem uma forte influência, mas também possuem uma forte dependência dos demais atores. Esse setor é o que mais possui atores e é composto, em sua maioria, pelos atores internos: diretoria, equipe comercial, equipe de comunicação e marketing e equipe de editoração; além dos atores externos: autor e leitor. Ressalta-se que as variáveis internas gestão, produção, divulgação e distribuição, que possuem uma relação direta com as atividades desempenhadas pelos atores internos, também foram posicionadas no

setor 2, conforme Figura 21. A diretoria, assim como a gestão, é o ator e a variável mais influente e mais dependente identificados na pesquisa.

O 4 setor é o dos atores autônomos, eles nem são influentes, nem dependentes. Tem como ator interno o conselho editorial. Os outros atores do setor são externos: os financiadores, a equipe de tecnologia e a biblioteca. Ressalta-se que a biblioteca é o ator menos influente e menos dependente do sistema.

Como resultado, ainda a partir da MID, o MACTOR apresenta as relações de força da MIDI sob forma de histograma. As relações de força de cada ator são determinadas levando em conta a sua influência, sua dependência direta e indireta e sua retroação. Na Figura 32 apresenta-se o histograma das relações de força da MIDI I.

Figura 32 – Histograma das relações de força MIDI I



Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

De acordo com Godet quanto mais alto na escala, mais o ator estará na posição de força. Da análise do histograma podemos aferir que a equipe de comunicação e marketing é a que possui mais força, evidenciando assim a importância dessa equipe para o desenvolvimento e aprimoramento das etapas do fluxo de trabalho, as variáveis divulgação e distribuição. Em seguida está o autor e o leitor e, posteriormente, a diretoria e a equipe de editoração.

Outra análise feita a partir da MID é a MMIDI. Ela serve para identificar o nível máximo de influência que um ator pode exercer sobre o outro diretamente ou através de outro ator. Dois indicadores são calculados na matriz MMIDI: o grau máximo de influências diretas e indiretas, que é a soma da linha $IMAX_i$ e o grau máximo de dependências diretas e indiretas, o $DMAX_i$, soma da coluna. Na Figura 33 visualiza-se a MMIDI.

Figura 33 – Matriz Máxima de Influência e Dependência I

MMIDI	Dire	C:Ed	E:Ed	E:CM	E:Com	Fina	Aut	Bibl	Leit	E:TI	IMAXi
Diretoria	0	3	4	3	3	4	3	3	3	3	29
Conselho Editorial	3	0	3	3	3	3	2	2	3	2	24
Equipe de Editoração	3	3	0	3	3	3	3	3	3	2	26
Equipe de comunicação e marketing	3	3	3	0	3	3	3	3	3	3	27
Equipe comercial	3	3	3	3	0	3	3	2	3	2	25
Financiadores	3	3	3	3	3	0	3	2	3	2	25
Autor	3	3	3	3	3	3	0	3	3	3	27
Biblioteca	3	2	2	3	3	2	3	0	3	2	23
Leitor	4	3	4	4	4	4	4	3	0	3	33
Equipe de Tecnologia da Informação	3	3	3	3	3	3	3	2	3	0	26
DMAXi	28	26	28	28	28	28	27	23	27	22	265

© LIPSOR-EPITA-MACTOR

Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

A partir da matriz, observa-se que o leitor é o mais influente. É interessante também observar que os valores tanto de influência como de dependência são muito próximos, indicando assim a importância de todos os atores para um bom desenvolvimento do mercado do livro acadêmico. Na Figura 34, apresenta-se o histograma com as relações de força da MMIDI.

Figura 34 – Histograma das relações de força MMIDI I

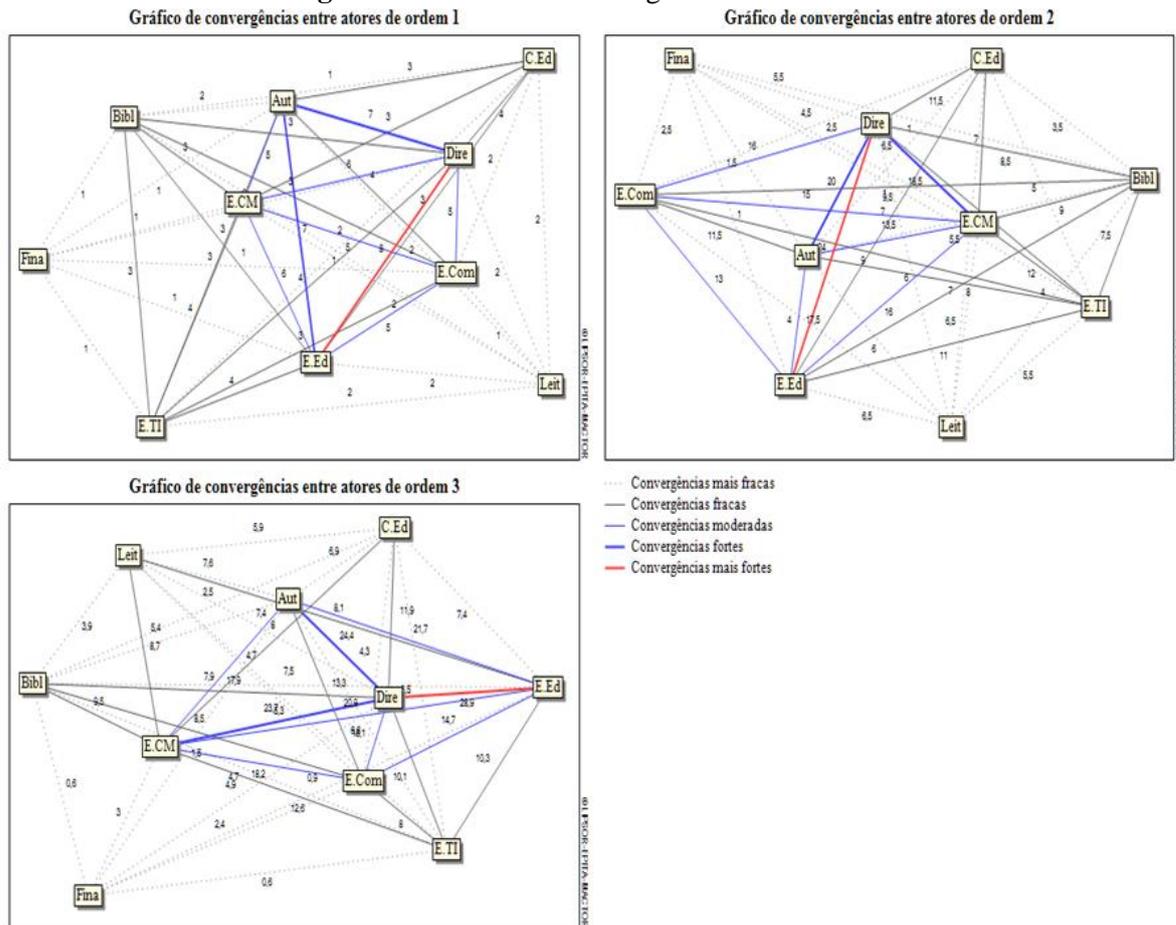
© LIPSOR-EPITA-MACTOR

Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

Em uma análise comparativa do histograma das relações de força MIDI (Figura 32) com MMIDI (Figura 34), tem-se uma mudança no posicionamento de qual ator possui mais força. Enquanto que na MIDI a equipe de comunicação e marketing é quem possui mais força, na MMIDI é o leitor, seguido da diretoria e da equipe de tecnologia da informação. Outra característica da matriz máxima é de como os valores das relações de força são bem próximos, conforme também já pontuado na matriz anterior. A MMIDI identifica a relação de

força do ator tendo em vista o seu máximo de influências e dependências. Logo, reforça assim a influência do leitor identificada no mapa e deve ser observado pelas editoras, afinal compete à editora ser o elo entre o livro e o leitor (PROCÓPIO, 2013).

Para os cálculos a partir da MAO, o MACTOR traz as posições simples de ordem 1, posições valoradas de ordem 2 e posições valoradas ponderadas de ordem 3 dos atores sobre os objetivos. Como resultado, apresenta os dados em forma de matriz, histograma e grafos de convergências e divergências. A matriz 1MAO busca identificar a atitude de cada ator sobre cada objetivo. Ela é constituída por três valores: -1 indica que o ator é desfavorável ao cumprimento do objetivo, 1 que o ator é favorável ao cumprimento do objetivo e 0 representa uma posição de neutralidade. Faz parte também da matriz a coluna “soma absoluta” que contém todos os valores da linha, ou seja, de cada ator, a linha “quantidade de acordos” ela é o somatório dos binários positivos, a linha “número de discordâncias” é o somatório dos binários negativos e a linha “número de posições” é somatório modular dos valores da coluna, de modo que os valores negativos são transformados em positivos e somam-se aos demais. A ferramenta também gera a 3MAO que é uma matriz baseada na 2MAO, multiplicada automaticamente, pelo vetor de relações de força dos atores e de suas influências indiretas. É adicionada uma coluna mobilização e as linhas quantidade de acordos, número de discordâncias e grau de mobilização (GODET, 2001). Assim, para as matrizes 1MAO, 2MAO e 3MAO geraram-se os grafos de convergências entre os atores de ordem 1, 2 e 3, respectivamente, e podem ser analisadas a partir da Figura 35.

Figura 35 – Grafos de convergências entre atores I

Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

Ao fazer uma análise comparativa entre os grafos observa-se que a convergência mais forte, que se mantém nas três ordens, é entre a diretoria e a equipe de editoração, o que pode ser evidenciado por serem atores que atuam em conjunto no processo da produção. Verifica-se também uma forte convergência, que se mantém nas três ordens, entre diretoria e autor, possivelmente pelo contato mais próximo entre diretoria e os autores das obras publicadas. Ainda no que se refere à diretoria, observa-se que, na convergência de ordem 1, a diretoria e a equipe de comunicação e marketing apresentam uma convergência moderada. Já nas ordens 2 e 3, passam a ter uma convergência forte. A diretoria é o ator que possui mais interesses convergentes com os números de atores.

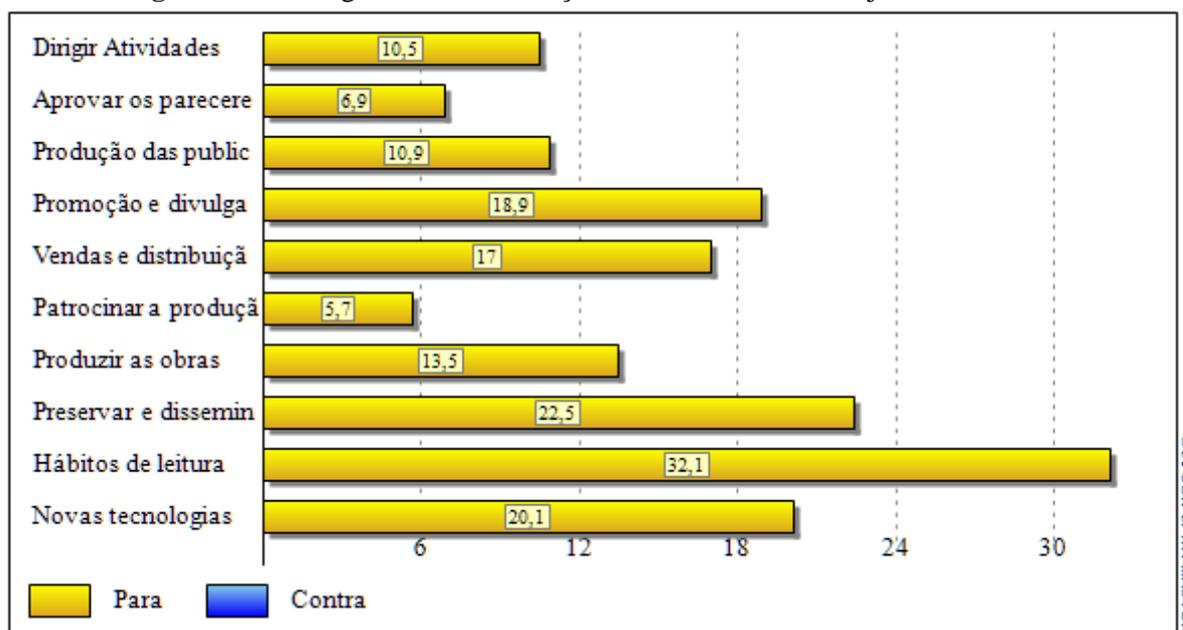
A equipe de editoração inclui os atores que apresentam mais mudanças de convergências entre as ordens. Já a equipe comercial é a que apresenta uma convergência moderada com os demais atores. O ator que menos apresenta convergência são os financiadores, inclusive nas três ordens não há convergência com o conselho editorial, nem com os leitores. Com os demais atores os financiadores possuem uma convergência mais

fraca. Destaca-se também, na Figura 35, a predominância para as convergências mais fraca e fraca entre os atores, possivelmente porque o mapa de influências e dependências não ter sido identificado nenhum ator dominante ou dominado.

Os diretores não indicaram desacordo em relação aos objetivos, ou seja, a pesquisa não identificou divergências entre atores e objetivos. Logo não foram considerados os grafos de divergência de ordem 1, 2 ou 3.

A partir da 3MAO, a ferramenta apresenta também o histograma da mobilização dos atores sobre os objetivos. No Quadro 10, apresentam-se os atores e os objetivos associados a eles. O histograma é construído considerando a quantidade de posições favoráveis e desfavoráveis nas relações atores *versus* objetivos da 2MAO.

Figura 36 – Histograma da mobilização dos atores sobre os objetivos 3MAO I



Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

O histograma na Figura 36 evidencia que o objetivo mais significativo e que, de acordo com os diretores, teria maior implicação no mercado editorial é o hábito de leitura. Em seguida vem preservar e disseminar o conhecimento e, posteriormente, as novas tecnologias. Destaca-se que os três objetivos estão relacionados aos atores externos. O leitor, que já foi evidenciado na Figura 34 como o ator que possui mais força, volta a ter seu objetivo destacado como mais significativo, reforçando a importância de políticas públicas na área do livro, leitura e biblioteca.

Uma nova inserção dos dados foi realizada no sistema, agora com os demais participantes da pesquisa. A MID dos atores II, na Figura 37, tem os dados compostos por respondentes dos seguintes países: Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador e México.

Figura 37 – Matriz de Influências Direta dos Atores II

MID	Direc	C.Edi	E.Edi	E.CyM	E.Com	Finan	Autor	Bibli	Lecto	E.TI
Directoria	0	3	4	3	3	1	4	2	2	2
Consejo Editorial	3	0	3	1	2	1	2	0	2	2
Equipo de Edición	2	0	0	2	2	0	2	0	2	2
Equipo de comunicación y marketing	2	2	2	0	3	2	3	1	2	3
Equipo comercial	3	0	2	3	0	2	3	0	2	3
Financiadores	3	0	0	0	0	0	3	0	2	0
Autor	3	0	3	3	3	0	0	2	3	0
Biblioteca	2	2	0	2	2	0	2	0	3	3
Lector	2	2	2	3	3	0	3	3	0	0
Equipo de Tecnología de la Información	2	2	2	2	3	0	2	0	0	0

© LIPSOR-EPTA-MACTOR

Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

Na Figura 38 estão expostos os dados da 2MAO, a matriz de posições valoradas que indica o grau de relevância dos atores em relação aos objetivos.

Figura 38 – Matriz de Posições Valoradas II

2MAO	Dirigir	Aprobar	Producción	Promoción	Ventas_Dis	Patrocinar	Producir	Pres_Dis	Lectura	Tecnología
Directoria	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3
Consejo Editorial	4	4	2	1	2	0	0	2	2	2
Equipo de Edición	4	0	4	2	2	0	4	0	3	3
Equipo de comunicación y marketing	4	0	0	4	4	0	0	3	3	3
Equipo comercial	4	0	0	4	4	0	0	2	3	3
Financiadores	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0
Autor	0	0	0	2	3	0	4	2	3	1
Biblioteca	3	0	0	1	0	0	0	4	4	3
Lector	0	0	0	3	0	0	0	0	4	2
Equipo de Tecnología de la Información	1	0	0	3	3	0	0	3	2	4

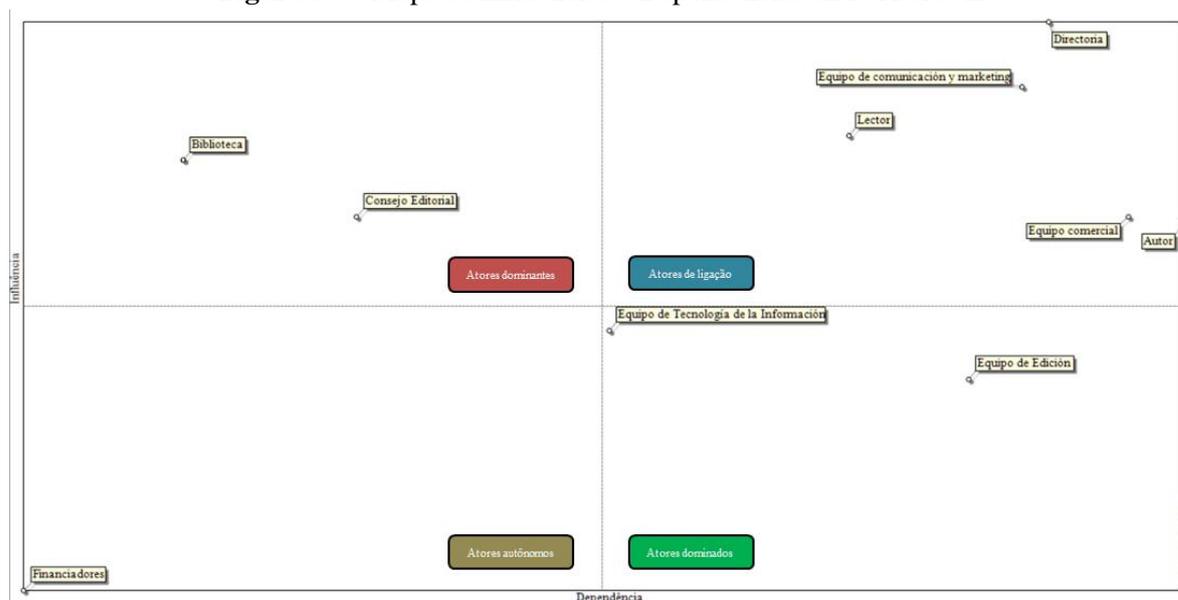
© LIPSOR-EPTA-MACTOR

Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

Seguindo a mesma estrutura utilizada para os respondentes brasileiros, primeiro serão apresentados os dados resultados da MID e depois da 2MAO.

Os resultados da MIDI estão apresentados na forma de mapa e, em uma análise comparativa com os dados brasileiros, percebe-se uma diferença de posicionamento dos atores nos quatro setores. Na Figura 39, apresenta-se o mapa de influências e dependências entre atores dos países respondentes da América Latina.

Figura 39 – Mapa de Influências e Dependências entre Atores II



Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

Observa-se que, no setor 1, o dos atores dominantes que possuem características de serem muito influentes e pouco dependentes estão a biblioteca e o conselho editorial. Ressalta-se que a biblioteca é um ator externo e, conforme o mapa, é mais influente e menos dependente que o conselho editorial. É interessante observar, em uma análise comparativa com a Figura 24, que a variável avaliação cuja relação se dá com o ator conselho editorial estão posicionados em quadrantes diferentes, ou seja, enquanto a avaliação é menos influente, o ator responsável por ela é mais influente, mas ambos são dependentes.

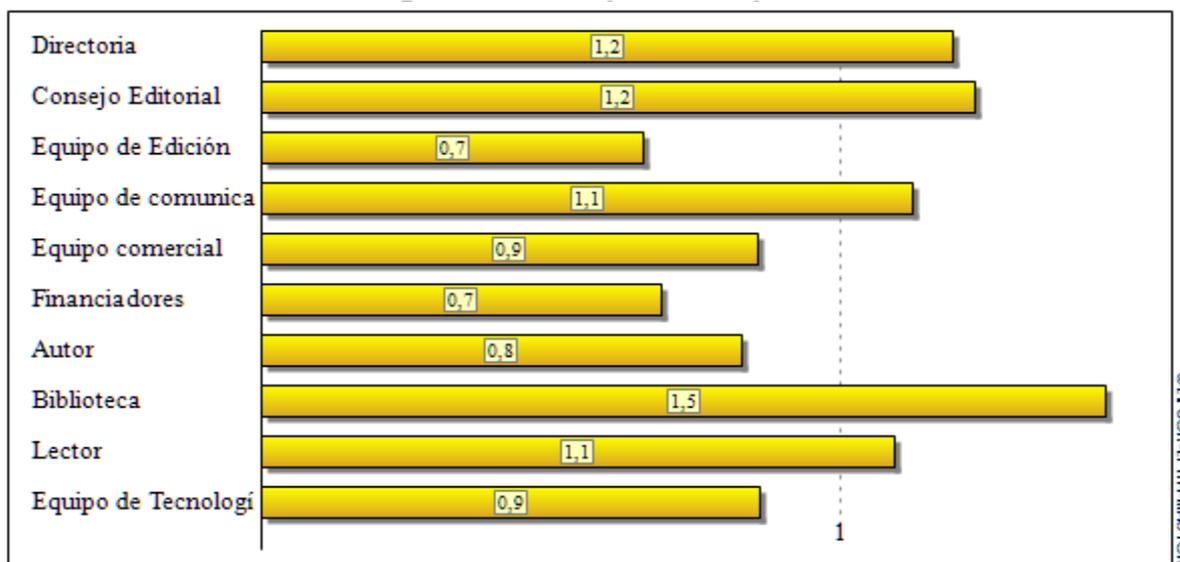
O setor 2 é o dos atores de ligação, muito influentes e ao mesmo tempo muito dependentes. Esse setor é o que possui mais atores e, em sua maioria, é composto por atores internos: diretoria, equipe de comunicação e marketing e equipe comercial; tendo também os atores externos: leitor e autor. Analisando o plano de influência tem-se que os diretores são os mais influentes, seguido da equipe de comunicação e marketing e, posteriormente, os leitores. Já pelo plano de dependência tem-se que o autor é o mais dependente seguido da equipe comercial, sendo também menos influentes que os demais atores do mesmo setor.

No setor 3, o dos atores dominados, encontram-se a equipe de tecnologia da informação e equipe de edição, eles têm pouca influência e muita dependência. Entretanto, a equipe de tecnologia da informação encontra-se posicionada em um nível médio de dependência, situada próxima da zona limítrofe.

No quarto quadrante, o setor 4, dos atores autônomos, encontram-se os financiadores. Eles não são nem influentes, nem dependentes, aparecendo no mapa com o menor grau tanto de influência quanto de dependência.

As relações de força podem ser visualizadas a partir da MIDI sob forma de histograma, na Figura 40. Essas relações de cada ator são determinadas considerando a sua influência direta, indireta e sua retroação.

Figura 40 – Histograma das relações de força MIDI II



Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

Quanto mais alto a escala, mais o ator estará na posição de força. Assim, de acordo com o histograma podemos aferir que a biblioteca é a que possui mais força, confirmando assim o seu posicionamento no mapa de influência e dependência. Posteriormente estão a diretoria e o conselho editorial, com a mesma posição de força, e em seguida a equipe de comunicação e marketing e o leitor. Observa-se também, no histograma, que os atores que possuem menos força são a equipe de editoração e os financiadores.

Ainda de acordo com a MID, outra análise realizada é a matriz MMIDI, a partir da qual se pode identificar o nível máximo de influência e dependência diretas e indiretas que um ator pode exercer sobre outro. Na linha IMAXi, encontra-se descrito o grau de influência e na coluna DMAXi, a dependência.

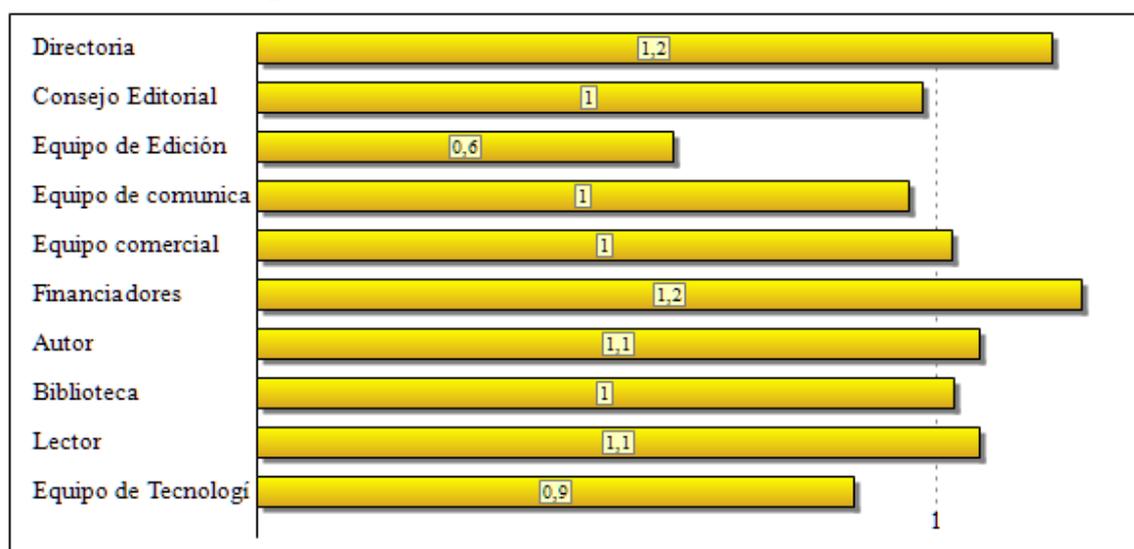
Figura 41 – Matriz Máxima de Influência e Dependência II

MMIDI	Direc	C.Edi	E.Edi	E.CyM	E.Com	Finan	Autor	Bibli	Lecto	E.TI	IMAXi
Directoria	0	3	4	3	3	2	4	2	3	3	27
Consejo Editorial	3	0	3	3	3	2	3	2	2	2	23
Equipo de Edición	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	18
Equipo de comunicación y marketing	3	2	3	0	3	2	3	2	3	3	24
Equipo comercial	3	3	3	3	0	2	3	2	3	3	25
Financiadores	3	3	3	3	3	0	3	2	3	2	25
Autor	3	3	3	3	3	2	0	3	3	3	26
Biblioteca	2	2	2	3	3	2	3	0	3	3	23
Lector	3	2	3	3	3	2	3	3	0	3	25
Equipo de Tecnología de la Información	3	2	2	3	3	2	3	2	2	0	22
DMAXi	25	22	26	26	26	18	27	20	24	24	238

© ILSOR-EPITA-MACTOR

Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

Na Figura 41, observa-se que o ator mais influente é a diretoria, seguido do autor, enquanto que o mais dependente é o autor. É interessante observar como os graus têm valores bem próximos, indicando a importância de todos para um bom desenvolvimento do mercado editorial acadêmico. Ressalta-se, por exemplo, os financiadores, que nas Figuras 39 e 40, estão posicionados como o ator menos influente e com menos força. Já quando se observa a matriz máxima, ele é o terceiro mais influente. Na Figura 42, apresenta-se o histograma com as relações de força da MMIDI.

Figura 42 – Histograma das relações de força MMIDI II

© ILSOR-EPITA-MACTOR

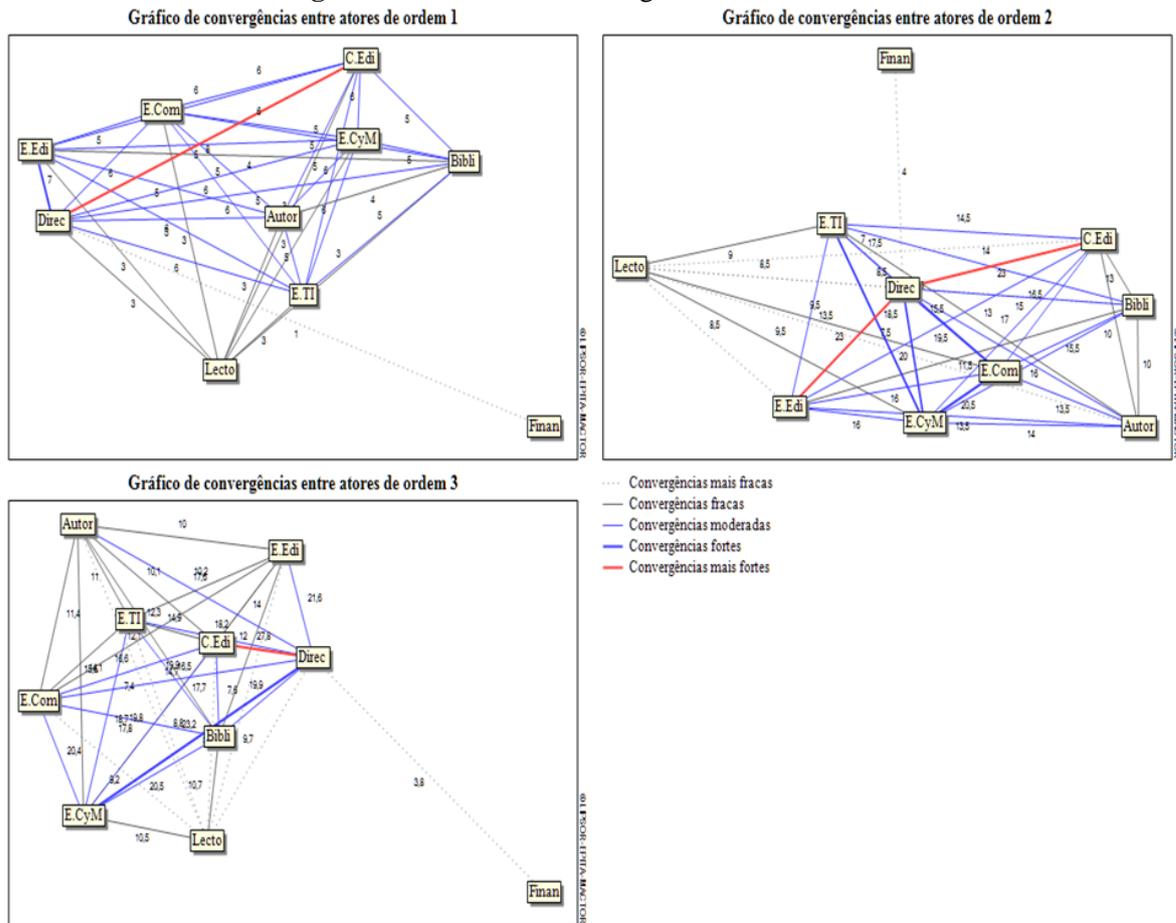
Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

Reitera-se que a MMIDI analisa todas as relações máximas diretas, indiretas e sua retroação, por isso apresenta uma diferença significativa com a MIDI que analisa apenas as

relações diretas e indiretas. Nesse sentido, em uma análise do histograma da MIDI (Figura 40) com o histograma MMIDI (Figura 42), observa-se que a diretoria e os financiadores são os atores que possuem mais forças, reforçando assim a importância dos financiadores para o desenvolvimento da produção editorial acadêmica. O autor e o leitor também se destacam pois passam a ter mais força que no histograma anterior. A equipe de editoração continua como o ator com menos força.

Como resultado, a partir do preenchimento da 2MAO, a ferramenta apresenta as posições simples, valoradas e valoradas ponderadas de ordem 1, 2 e 3, respectivamente, dos atores sobre os objetivos. Na Figura 43, apresenta-se os grafos de convergências entre os atores de ordem 1, 2 e 3.

Figura 43 – Grafos de convergências entre atores II



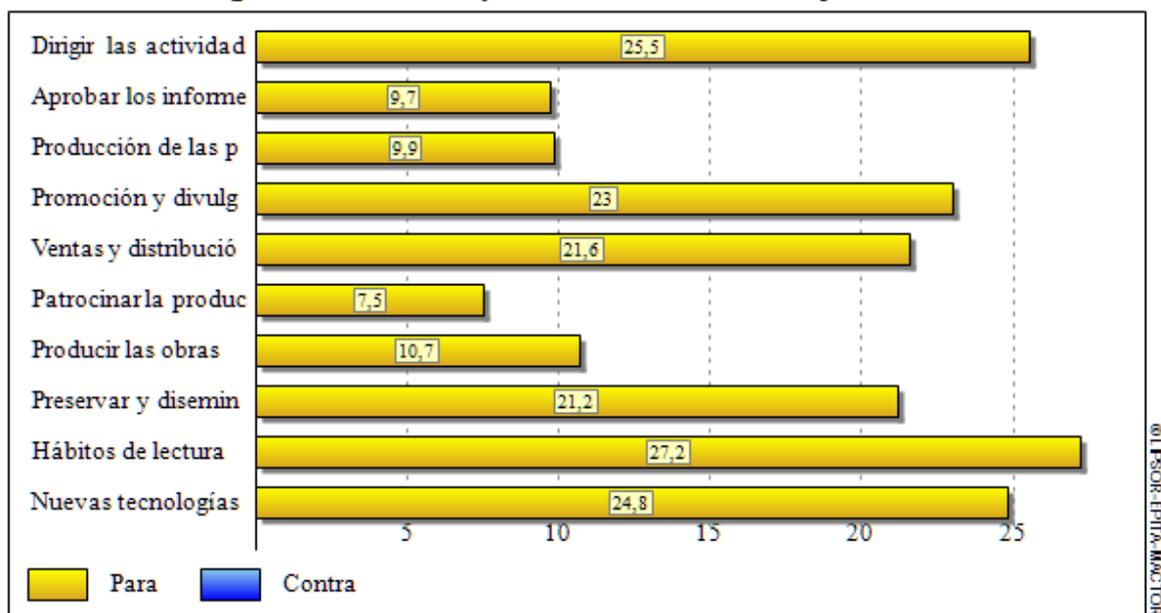
Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

Ao comparar os grafos de convergência, observa-se que há uma convergência mais forte que se mantém nas três ordens, entre a diretoria e o conselho editorial. A diretoria, apenas na ordem 2 apresenta uma convergência mais forte com a equipe de editoração.

Diferente da análise dos dados dos diretores brasileiros, aqui com os diretores dos demais países da América Latina o grau de influência muda bastante de uma ordem para outra, conforme visualiza-se nos grafos, e há uma predominância para o grau moderado das convergências entre os atores, com exceção para os financiadores e o leitor. Destaca-se que, enquanto a diretoria apresenta um grau de convergência forte com o conselho editorial, com o autor, a biblioteca e a equipe de tecnologia da informação apresentam uma convergência moderada. Os financiadores são os atores com quem a convergência é a mais fraca. Eles convergem apenas com a diretoria e mesmo assim com o grau mais fraco. Já com o leitor a convergência é do tipo mais fraca e/ou fraca, não apresentando nenhuma convergência moderada.

Os respondentes da pesquisa não indicaram desacordo em relação aos objetivos, logo não foram considerados os gráficos de divergência. A partir da 3MAO, o MACTOR apresenta o histograma da mobilização dos atores sobre os objetivos. Reitera-se que o histograma é construído considerando a quantidade de posições favoráveis e desfavoráveis das relações apresentadas na 2MAO de atores versus objetivos.

Figura 44 – Histograma da mobilização dos atores sobre os objetivos 3MAO II



Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* MACTOR (2019)

O histograma, na Figura 44, evidencia que o objetivo mais significativo pontuado pelos respondentes é o hábito de leitura, em seguida dirigir as atividades e, posteriormente, as novas tecnologias. O hábito de leitura nos respondentes brasileiros também foi identificado

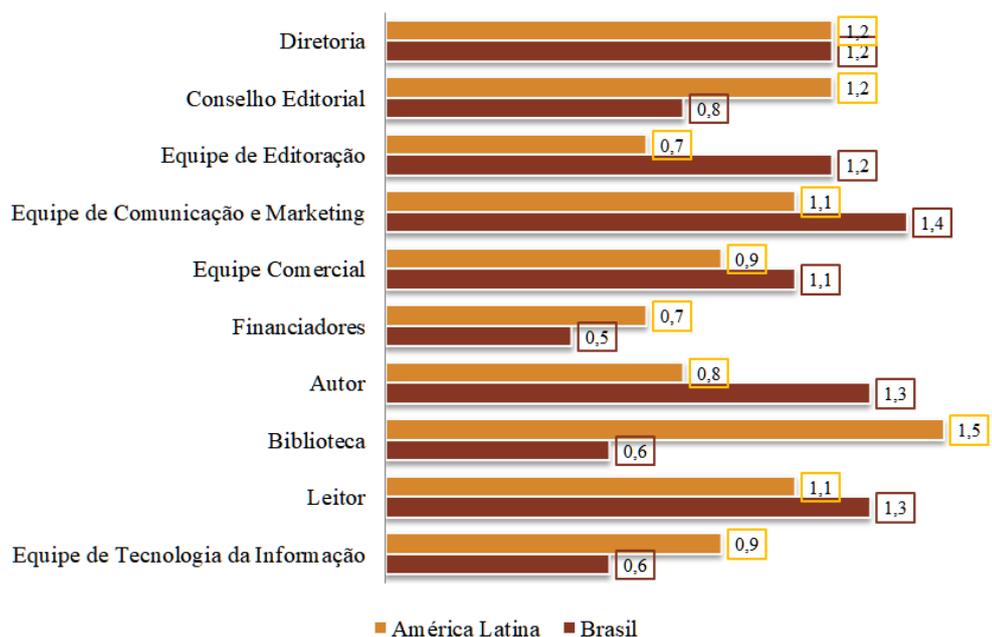
como o objetivo mais significativo. Sabe-se que o hábito da leitura é fundamental para o aprimoramento e desenvolvimento da educação e, conseqüentemente, das sociedades.

Quadro 20 – Resumo dos resultados obtidos através do MACTOR

		MDI I (editoras do Brasil)	MDI II (editoras da Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador e México)
Setores	1 Atores dominantes	-	Biblioteca, Consejo Editorial
	2 Atores de ligação	Diretoria, Autor, Leitor, Equipe de comunicação e marketing, Equipe comercial, Equipe de editoração	Directoria, Equipo de comunicación y marketing, Lector, Equipo comercial, Autor
	3 Atores dominados	-	Equipo de tecnologia de la información, Equipo de edición
	4 Atores autônomos	Conselho editorial, Biblioteca, Equipe de tecnologia da informação e Financiadores	Financiadores

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

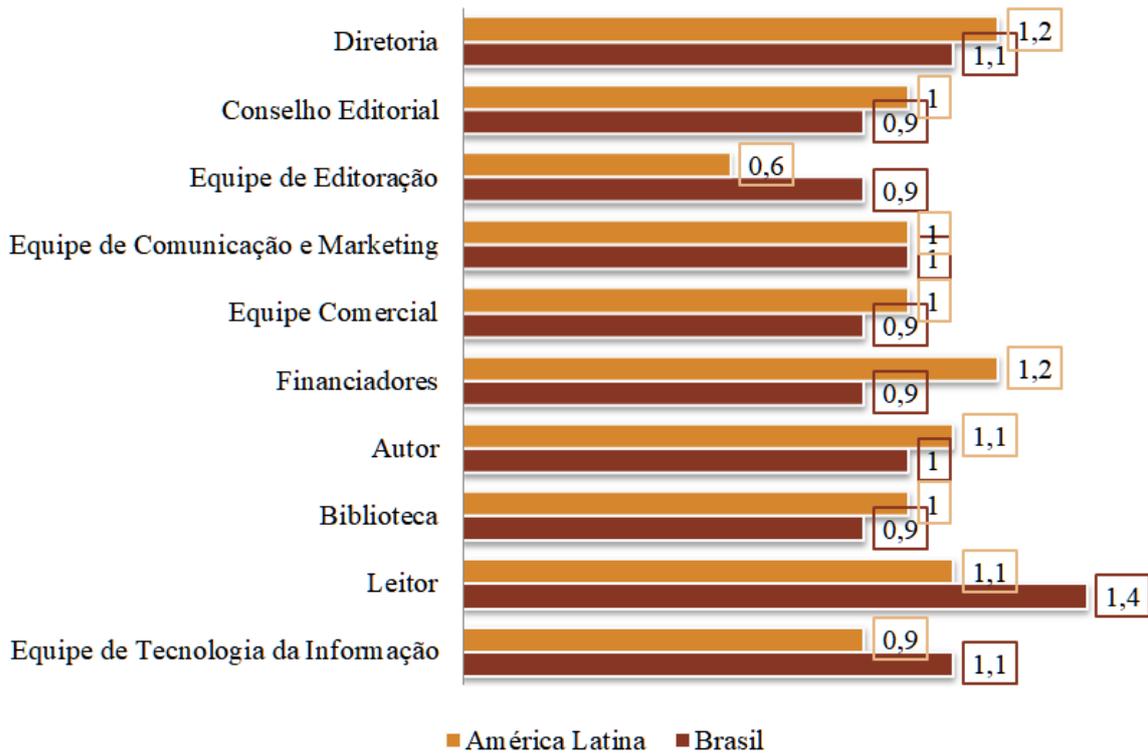
A partir do Quadro 20, que apresenta os dados da MDI, podemos aferir que os dados dos respondentes da pesquisa tem um consenso nos setores 2 e 4. O setor 2 em ambos os mapas estão posicionados os atores diretoria, equipe de comunicação e marketing, equipe comercial e autor, ou seja, são atores muito influentes e muito dependentes. Outra similaridade é o setor 4 dos atores autônomos onde estão posicionados os financiadores. Os demais atores se deslocam entre os setores na comparação entre as duas realidades.

Gráfico 20 – Comparativo da Matriz de Influência Direta e Indireta

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Em uma análise comparativa da MIDI e dos histogramas (Figuras 32 e 40), percebe-se que o ator indicado como o que possui mais força é diferente entre os respondentes. Enquanto para os diretores brasileiros é a equipe de comunicação e marketing, para os diretores dos demais países é a biblioteca. No Brasil, a biblioteca juntamente com os financiadores e a equipe de tecnologia da informação são os atores que possuem menos força. No Gráfico 20, percebe-se que, para os brasileiros, os atores autor e leitor possuem a mesma força, enquanto que nessa mesma posição, os demais países respondentes indicam a diretoria e o conselho editorial.

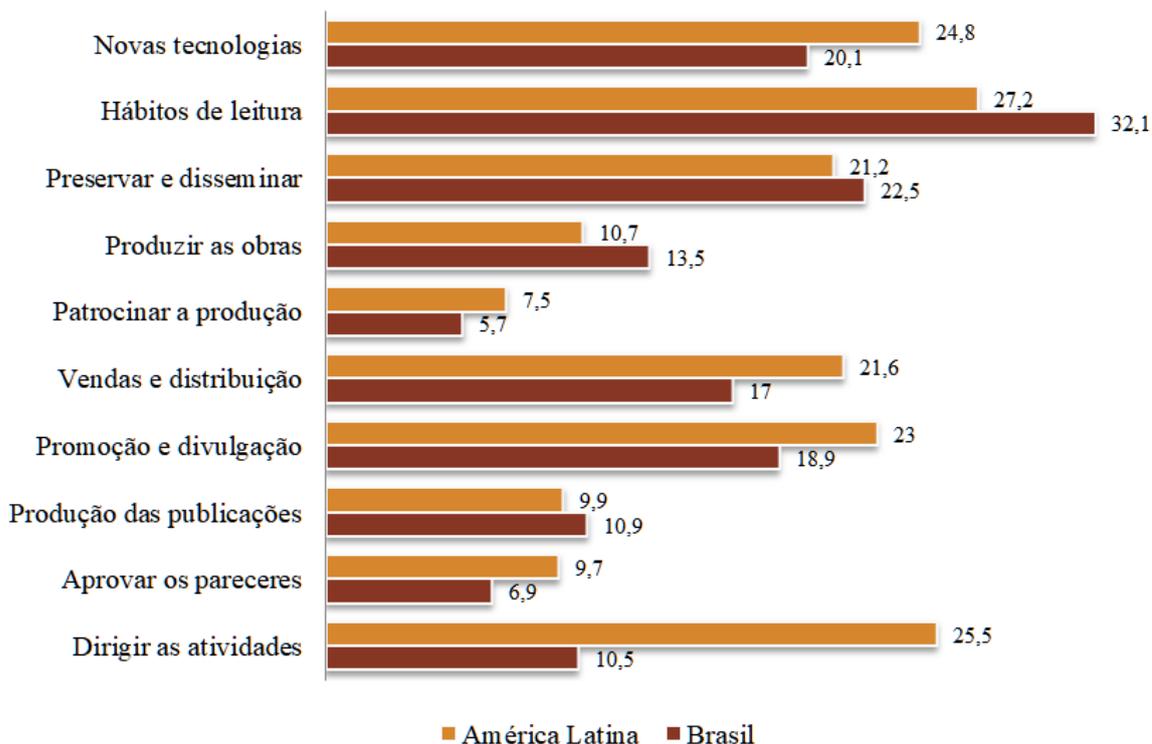
Em uma sequência decrescente, os atores com mais força são: no Brasil, a equipe de comunicação e marketing, autor, leitor, diretoria e equipe de editoração; nos demais países, são a biblioteca, diretoria, conselho editorial, equipe de comunicação e marketing e leitor. Conclui-se que os atores que possuem mais força são os que estão posicionados nos setores 1 e 2 da MDI, ou seja, são atores muito influentes.

Gráfico 21 – Comparativo da Matriz Máxima de Influência Direta e Indireta

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O Gráfico 21 é composto pelos histogramas (Figuras 34 e 42) da MMIDI. Conforme já exposto, a MMIDI analisa todas as relações máximas diretas, indiretas e sua retroação. Observa-se que os valores das forças são mais próximos do que os já apresentados na MIDI. Na matriz máxima, em ambos os histogramas, houve uma mudança considerável, pois atores que eram posicionados na MIDI com menos força agora surgem na posição inversa. É o caso da equipe de tecnologia da informação e dos financiadores. Logo, temos em uma sequência decrescente: no Brasil, os atores leitor, diretoria e equipe de tecnologia da informação, os dois últimos com o mesmo valor da força; nos demais países, os atores financiadores e diretoria com o mesmo valor da força e autor e leitor também com a mesma força.

Gráfico 22 – Comparativo do histograma da mobilização dos atores sobre os objetivos



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O Gráfico 22 é constituído dos dados dos histogramas da mobilização dos atores sobre os objetivos (Figuras 36 e 44). 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.

8.3 Análise Morfológica

A análise morfológica proposta por Godet tem como base o estudo desenvolvido pelo astrônomo suíço Fritz Zwicky, no Instituto de Tecnologia da Califórnia (Caltech), na década de 1940, denominado “abordagem morfológica”. “Morf(o)” e “logia” são provenientes do grego, *morphe* que significa forma e *logia* significa estudo (GODET; DURANCE, 2011; RITCHEY, 2013), ou seja, o estudo da forma. Por meio do Lipsor (Laboratório de Pesquisa em Estratégia Prospectiva e Organizacional), Godet disponibiliza o Morphol para auxiliar a construção dos cenários.

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 se dá a partir das combinações das variáveis com suas possíveis hipóteses, ou seja, são todas as combinações possíveis de cenários. Para cada variável é possível criar até sete hipóteses no Morphol. Godet e Durance (2011) dizem que o ideal é que se desenvolva de quatro a seis hipóteses.

Para a redução do espaço ela é feita em forma de uma matriz, semelhante à análise estrutural, se o par puder coexistir representa um relacionamento consistente, ou seja, todas as hipóteses são comparadas entre si, em pares. Essa etapa Zwicky chamou de “princípio de contradição e redução” (RITCHEY, 2013). Godet (1994) pontua que para a redução do espaço morfológico é preciso inserir critérios de inclusão e exclusão.

Nesse sentido, para a construção do espaço morfológico levou-se em consideração os resultados da Análise Estrutural, apresentados nas Figuras 21 e 26 e no Quadro 16, para se identificar as variáveis mais influentes. Destaca-se que, geralmente, o espaço morfológico é construído com as variáveis de entrada, as que têm como características serem mais influentes e menos dependentes. Porém, excepcionalmente, como nessa pesquisa o consenso apontou para as variáveis de ligação (muito influentes, mas também muito dependentes) são elas que irão compor o espaço. Ressalta-se que, segundo Godet e Durance (2011, p. 78), o ideal é trabalhar com cinco ou seis variáveis. Desta forma, dentre as oito variáveis identificadas como variável de ligação, as seis mais influentes foram selecionadas. Conforme se observa no Quadro 17, o índice de motricidade, ou seja, de influência é diferente entre os diretores brasileiros e os dos demais países. Para trabalhar com os dois contextos, somou-se os índices,

obteve-se sua média e ordenou-se em ordem decrescente, sendo possível selecionar as seis variáveis mais influentes. Esses dados podem ser observados na Figura 45.

Figura 45 – Índice de motricidade das variáveis

Brasil / Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador e México			
VARIÁVEIS	ÍNDICES DE MOTRICIDADE	MÉDIA DA MOTRICIDADE	ORDEM
Gestão	27 + 26	26,5	1
Cultura	25 + 22	23,5	2
Produção	21 + 25	23	3
Tecnologia	23 + 23	23	4
Capacitação	24 + 20	22	5
Divulgação	20 + 24	22	6
Distribuição	22 + 21	21,5	7
Economia	23 + 19	21	8
Legislação	20 + 17	18,5	9
Avaliação	9 + 11	10	10

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Após a seleção das variáveis, o próximo passo foi inserir os dados no Morphol. Para a entrada de dados precisamos preencher o domínio ou áreas, as variáveis, o quadro das hipóteses e a probabilidade das hipóteses.

O domínio pode ser chamado de área. Nesse caso os denominamos de interno e externo, caracterizando os espaços das variáveis, conforme Godet e Durance (2011) especificam na elaboração da análise estrutural determinado durante a elaboração das variáveis.

De acordo com a Figura 45 as variáveis motrizes selecionadas são: três internas, gestão, produção e divulgação; e três externas, tecnologia, cultura e capacitação. É importante destacar que as variáveis devem ser independentes e não podem se confundir com as hipóteses.

Para a elaboração do quadro das hipóteses, levaram-se em consideração as perguntas e os resultados obtidos no questionário aplicado com os diretores, bem como as ferramentas apontadas por Kramer e Bosman (2016) conforme o tipo de trabalho do pesquisador. Optou-se por construir quatro hipóteses para cada variável. Contudo, o *software* cria

automaticamente uma hipótese denominada “Outros”, representando uma hipótese que por ventura não tenha sido descrita ou levada em consideração pelo pesquisador. Destaca-se também que o *software* não permite a repetição de hipóteses.

Outro dado que o sistema Morphol pode computar é a probabilidade das hipóteses. Esse dado é opcional e permite que seja atribuído um peso percentual para cada hipótese. Mesmo não sendo caracterizado como um critério de inclusão para a redução do espaço morfológico, pode-se afirmar que esse peso percentual pode influenciar as relações entre as hipóteses, criando assim os possíveis cenários. Nesse sentido, para cada variável foram determinadas as hipóteses e os valores conforme visualiza-se na Figura 46.

Figura 46 – Quadro de cenários indicados

Áreas	Variáveis	Cenários indicados				
		Hipóteses				
		H1	H2	H3	H4	H5
Interna	Gestão	Estruturada 10 %	Atuante 54 %	Inoperante 30 %	Desestruturada 5 %	Outros (Gestão) 1 %
	Produção	Novos formatos 9 %	Formatos tradicionais 75 %	Só impresso 11 %	Reduz o número de títulos 4 %	Outros (Produção) 1 %
	Divulgação	Sempre 11 %	Quase sempre 9 %	Eventualmente 45 %	Quase nunca 18 %	Outros (Divulgação) 17 %
Externa	Tecnologia	Experimental 10 %	Inovadora 16 %	Moderna 38 %	Tradicional 25 %	Outros (Tecnologia) 11 %
	Cultura	Grandes investimentos 10 %	Investimento regular 40 %	Pouco investimento 30 %	Sem investimento 10 %	Outros (Cultura) 10 %
	Capacitação	Uso de tecnologias inovadoras 12 %	Uso de tecnologias modernas 38 %	Uso de tecnologias tradicionais 20 %	Sem capacitação 13 %	Outros (Capacitação) 17 %

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Conforme visualiza-se na Figura 46, a seguir é descrita a construção das hipóteses de cada variável e os seus percentuais de probabilidade:

- A variável **gestão** teve as suas hipóteses construídas a partir da reflexão de que o diretor/gestor deve ter um conhecimento administrativo e técnico relacionado ao mercado editorial. É importante que ele entenda todas as etapas do fluxo de trabalho, mesmo que não esteja envolvido em sua execução. O percentual foi definido com base nos dados que apresenta a perspectiva dos diretores de utilizarem um *software* de gestão editorial. Observa-se que esses dados estão descritos nas hipóteses 2 e 3 e o restante do percentual foi distribuído com as demais hipóteses. Como nem todas as editoras utilizam um *software* de gestão editorial, bem como não publicam o livro em formato digital, as hipóteses 2 e 3 são as que obtiveram o maior peso percentual.
- A variável **produção** está relacionada a uma das etapas do fluxo editorial e diz respeito aos formatos de publicação, ao número de títulos produzidos, às extensões utilizadas nos arquivos digitais e à impressão sob demanda. Tomando por base o Gráfico 10 para definir o valor relacionado à hipótese 3, tem-se que 11% publicam só em formato impresso, enquanto que na hipótese 2 (Gráfico 11), 75% publicam em PDF. Os demais percentuais foram distribuídos nas outras hipóteses considerando a hipótese 1 que outros formatos são publicados, mas ainda não em números tão expressivos como em PDF.
- A variável **divulgação** é uma das etapas que também faz parte do fluxo editorial e está relacionada, sobretudo, com os planos de marketing. Teve tanto as variáveis como os percentuais definidos com base no Gráfico 12.
- A **tecnologia** é uma variável externa que está representada pelo uso de plataformas digitais para a gestão editorial, leitura, produção, etc. As hipóteses foram definidas com base em Bosman e Kramer (2016), que apresentam as diversas ferramentas utilizadas nas fases de uma pesquisa, consideram o tipo de atividade como tradicional, moderno, inovador e experimental. Uma ferramenta tradicional é mais comum e não possui funcionalidades diferentes em comparação com a era impressa; a moderna utiliza a Internet e visa auxiliar o fluxo de trabalho; as inovadoras possibilitam ainda mais mudanças no fluxo; e a experimental possui um grande impacto no cenário da comunicação científica e pode até ainda estar em elaboração. Nesse sentido, os percentuais foram distribuídos conforme o Gráfico 10 e 18 e os dados quanto à perspectiva de utilização de um *software* específico para a gestão editorial. Do primeiro gráfico, que considera o número de editoras que

publicam ainda apenas no formato impresso, extraiu-se a porcentagem que foi inserida na hipótese 5. No Gráfico 18, observou-se que 30% utilizam um *software* de gestão editorial: considerou-se que destes, 10% podem vir a utilizar uma tecnologia experimental. Os demais percentuais foram distribuídos entre as hipóteses 2, 3 e 4 também considerando os dados quanto à perspectiva de utilização de *software* de gestão editorial.

- **Cultura** é uma variável que depende de legislação e incentivo para o mercado editorial, precisa muito do desenvolvimento, investimento e da aplicação de políticas públicas para a área do livro, leitura e biblioteca. Os percentuais foram atribuídos a partir da soma do grau de influência definido pelos diretores no preenchimento da matriz de análise estrutural, a partir da relação da cultura com as demais variáveis. Após a soma, fez-se o percentual de cada grau de influência, aqui representados pelas hipóteses, ou seja, o grau sem influência é a hipótese 5 e assim por diante até chegar à hipótese 1 que corresponde a grandes investimentos.
- A **capacitação** é uma variável externa, mas que apresenta uma forte relação com os atores internos. Ela está relacionada com o treinamento das equipes para o uso de novas tecnologias, por isso há uma relação de suas hipóteses com as que estão apresentadas na variável tecnologia. Assim como a cultura, a capacitação teve a sua probabilidade definida com base no grau de influência de sua relação com as demais variáveis.

Com o preenchimento desses dados está construído o espaço morfológico. Assim, o número de cenários possíveis para esse espaço morfológico foi dado pelo número de hipóteses de cada variável, logo temos como número de cenários possíveis de $5 \times 5 \times 5 \times 5 \times 5 \times 5 = 15.625$ cenários.

Cada cenário no Morphol é representado por uma combinação de números, a quantidade de algarismos representa o número de variáveis consideradas, de modo que cada variável é representada por um algarismo que sempre aparece na mesma posição. Desse modo, em cada posição o algarismo representa uma determinada hipótese da variável. Por exemplo, o cenário **123322** é composto por seis variáveis, em que o destaque em negrito está indicando que na variável 2 (produção) adotou-se a hipótese 2 (formatos tradicionais).

Com o número de 15.625 possíveis cenários é inviável que se faça uma análise detalhada. Conforme pontuam Godet e Durance (2011), é preciso reduzir o espaço

morfológico. Além disso, o *software* só permite a análise de 50 cenários por vez, ou seja, tornou-se necessário definir as restrições. As restrições são combinações de hipóteses que não devem ocorrer dentro de um mesmo cenário, ou seja, todo cenário que contiver essa combinação é excluído. Com isso diminuiu-se o número de possíveis cenários, chegando assim a um conjunto chamado de cenários plausíveis.

As restrições foram construídas considerando todas as variáveis e todas as suas hipóteses, ou seja, totalizando 24 restrições. Na Figura 47, apresenta-se as variáveis, suas hipóteses e as combinações para exclusão.

Figura 47 – Variáveis e hipóteses excluídas

VARIÁVEIS	HIPÓTESES	VARIÁVEIS	HIPÓTESES	VARIÁVEIS E HIPÓTESES EXCLUÍDAS
1ª Gestão	Estruturada	Capacitação	Sem capacitação	1:1 – 6:4
	Atuante	Capacitação	Sem capacitação	1:2 – 6:4
	Inoperante	Tecnologia	Experimental	1:3 – 4:1
	Desestruturada	Tecnologia	Experimental	1:4 – 4:1
2ª Produção	Novos formatos	Tecnologia	Tradicional	2:1 – 4:4
	Formatos tradicionais	Tecnologia	Experimental	2:2 – 4:1
	Só impresso	Tecnologia	Experimental	2:3 – 4:1
	Reduz o número de títulos	Tecnologia	Experimental	2:4 – 4:1
3ª Divulgação	Sempre	Gestão	Desestruturada	3:1 – 1:4
	Quase sempre	Tecnologia	Tradicional	3:2 – 4:4
	Eventualmente	Tecnologia	Experimental	3:3 – 4:1
	Quase nunca	Gestão	Estruturada	3:4 – 1:1
4ª Tecnologia	Experimental	Divulgação	Quase nunca	4:1 – 3:4
	Inovadora	Gestão	Desestruturada	4:2 – 1:4
	Moderna	Capacitação	Sem capacitação	4:3 – 6:4
	Tradicional	Gestão	Estruturada	4:4 – 1:1
5ª Cultura	Grandes investimentos	Produção	Reduz o número de títulos	5:1 – 2:4
	Investimento regular	Produção	Só impresso	5:2 – 2:3
	Pouco investimento	Produção	Novos formatos	5:3 – 2:1
	Sem investimento	Produção	Novos formatos	5:4 – 2:1
6ª Capacitação	Uso de tecnologias inovadoras	Gestão	Desestruturada	6:1 – 1:4
	Uso de tecnologias modernas	Produção	Só impresso	6:2 – 2:3
	Uso de tecnologias tradicionais	Tecnologia	Experimental	6:3 – 4:1
	Sem capacitação	Produção	Novos formatos	6:4 – 2:1

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

As restrições definidas para esta pesquisa foram elaboradas a partir da perspectiva que a combinação de uma variável e sua hipótese não seria possível acontecer juntamente com outra variável e sua hipótese que representa o contrário ou uma restrição à primeira combinação.

Conforme Figura 47, na quinta coluna estão descritas todas as combinações excluídas. Assim, podemos exemplificar que: uma gestão altamente estruturada possivelmente não terá um ambiente sem capacitação, logo esse foi um critério de exclusão. Esta lógica pode ser

verificada na quinta coluna que representam a variável e a hipótese, ex. 1:1 – 6:4 (gestão é a variável 1, estruturada é a hipótese 1 e capacitação é a variável 6 e sem capacitação a hipótese 4).

Conforme comentado anteriormente, todos os possíveis cenários que contenham pelos uma dessas restrições foram desconsiderados. Com isso os possíveis cenários se reduziram de 15.625 para 625. Ainda diante do número elevado de cenários, optou-se por criar um cenário pré-selecionado e preferências, conforme indicado na literatura que trata do método. Ressalta-se que, as preferências e exclusões devem ser compostas de 2 a 5 hipóteses e os cenários pré-selecionados aceitam a inserção das 6 hipóteses.

O cenário pré-selecionado foi composto das hipóteses que possuem o peso percentual de probabilidade maior dentro de cada variável, conforme apresentado na Figura 46. Logo, o cenário ficou composto pelas hipóteses: 223322 (Figura 48). Como na preferência só poderia conter até cinco hipóteses então se desconsiderou a última hipótese da capacitação, essa decisão foi tomada com base no posicionamento dos respondentes da pesquisa ao determinarem os atores e os objetivos mais influentes, descritos nos Gráficos 24 e 25.

Ressalta-se que a inserção do cenário pré-selecionado e das preferências não reduziu o número de cenários, porém a equidade que cada cenário apresenta ficou condensada em um número menor de cenários. **A equidade é constituída por um valor que representa o julgamento mais justo, quanto à formulação dos cenários.** Por exemplo, apenas com o percentual de probabilidade, a equidade do cenário 50 foi de 21,16, enquanto que com a inserção dos critérios de exclusão, as preferências e o cenário pré-selecionado no cenário 9 a equidade foi de 12,02.

Assim, o próximo passo foi analisar a similaridade entre esses cenários para que fossem agrupados entre si, para se chegar a um número de cenários finais.

Para analisar os cenários e realizar o agrupamento, o Morphol possui duas matrizes: a de proximidade e a de indicadores.

A matriz de proximidade compara os cenários a partir do número de hipóteses iguais, quanto maior o número de hipóteses iguais, maior a compatibilidade entre os cenários. A matriz indica quantas hipóteses cada par de cenários tem em comum. O valor pode variar de zero, em que os cenários são totalmente diferentes, até seis, quando o par de cenários têm n-1 hipóteses iguais. Na Figura 48, apresenta-se a matriz de proximidade desse estudo.

Figura 48 – Matriz de proximidades

	1: 2 2 3 3 2 2 Re Pr	2: 2 2 3 3 2 3 Pr	3: 2 2 3 3 2 4 Pr	4: 2 2 3 3 2 1 Pr	5: 1 2 3 3 2 2	6: 1 2 3 3 3 2	7: 1 2 3 3 2 3	8: 1 2 3 2 2 2	9: 1 2 3 3 3 3
1: 2 2 3 3 2 2 Re Pr	-	5	5	5	5	4	4	4	3
2: 2 2 3 3 2 3 Pr	5	-	5	5	4	3	5	3	4
3: 2 2 3 3 2 4 Pr	5	5	-	5	4	3	4	3	3
4: 2 2 3 3 2 1 Pr	5	5	5	-	4	3	4	3	3
5: 1 2 3 3 2 2	5	4	4	4	-	5	5	5	4
6: 1 2 3 3 3 2	4	3	3	3	5	-	4	4	5
7: 1 2 3 3 2 3	4	5	4	4	5	4	-	4	5
8: 1 2 3 2 2 2	4	3	3	3	5	4	4	-	3
9: 1 2 3 3 3 3	3	4	3	3	4	5	5	3	-

© LIPSOR-EPTA-MORPHOL

Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* Morphol (2019)

A matriz de proximidades é semelhante à matriz da análise estrutural. Aqui, a compatibilidade entre os cenários variou entre três e cinco hipóteses. Observa-se que a inserção de um cenário pré-selecionado (Re) e das preferências (Pr) não interferiu, ao menos diretamente, no número de compatibilidade.

Destaca-se na matriz de proximidades que as hipóteses das variáveis produção e divulgação (2 e 3) não sofrem mudanças, sendo sempre representadas pelas hipóteses 2 e 3, respectivamente. Os cenários 1, 2, 3 e 4 são representados, na variável gestão, sempre pela hipótese 2 (atuante) e nos cenários de 5, 6, 7, 8 e 9, a gestão possui a hipótese 1 (estruturada).

A matriz de indicadores fornece informações de cada cenário com relação aos outros. Há três indicadores: o indicador de compatibilidade total (CT) faz a soma de hipóteses comuns com o restante do grupo de cenários é utilizado para detectar os cenários que desempenham um papel principal, possibilitando, também, a identificação dos cenários com baixa compatibilidade; a máxima compatibilidade (CM) indica o número de cenários que tem apenas uma hipótese diferente do cenário analisado, ou seja, indica o número de cenários mais próximos; e o indicador de exclusão (CX) indica o número de vezes que o cenário considerado é completamente diferente de outro, ou seja, que não tem nenhuma hipótese em comum com o cenário analisado.

Figura 49 – Matriz de indicadores

	CT	CM	CX	Lista de cenários mais próximos
1: 2 2 3 3 2 2 Re Pr	35	4	0	2;3;4;5
2: 2 2 3 3 2 3 Pr	34	4	0	1;3;4;7
3: 2 2 3 3 2 4 Pr	32	3	0	1;2;4
4: 2 2 3 3 2 1 Pr	32	3	0	1;2;3
5: 1 2 3 3 2 2	36	4	0	1;6;7;8
6: 1 2 3 3 3 2	31	2	0	5;9
7: 1 2 3 3 2 3	35	3	0	2;5;9
8: 1 2 3 2 2 2	29	1	0	5
9: 1 2 3 3 3 3	30	2	0	6;7

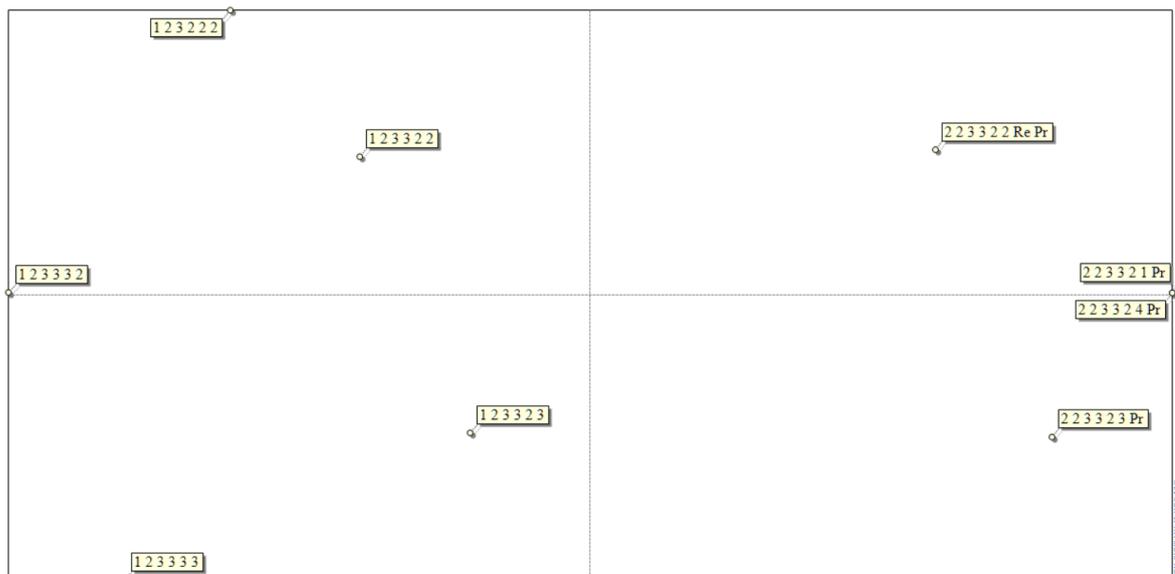
© LIPSOR-EPITA-MORPHOL

Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* Morphol (2019)

A partir da matriz de indicadores, observa-se que os cenários 5, 1, 7 e 2 possuem o CT maior, ou seja, eles representam as maiores somas dos valores apresentados na matriz de proximidades. Os cenários 1, 2 e 5 são os que possuem o número maior de cenários mais próximos. E o cenário 8 é o que possui o menor número de cenário mais próximo.

A análise desses cenários também pode ser observada a partir do mapa de proximidades, apresentado na Figura 50.

Figura 50 – Mapa de proximidades



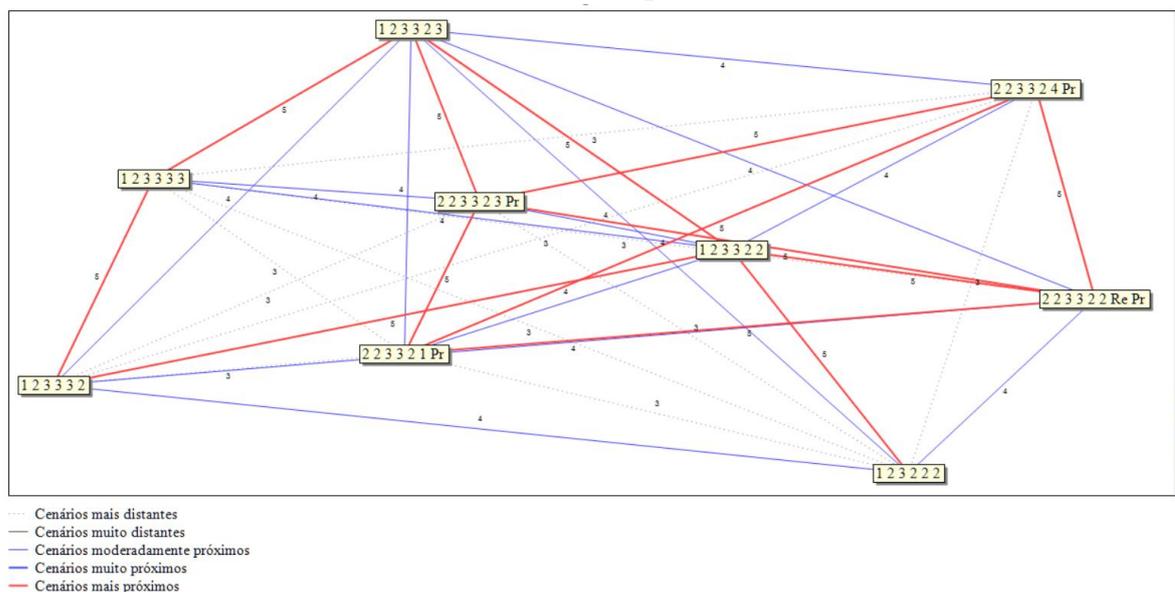
© LIPSOR-EPITA-MORPHOL

Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* Morphol (2019)

Os *softwares* do LIPSOR apresentam o mapa dividido por setores, mas diferentemente dos demais, no Morphol, não há uma descrição do significado e/ou características desses setores. Ainda assim, a partir da Figura 50, observa-se que os cenários indicados nos setores da direita (cenários 1, 4, 3 e 2) possuem apenas a última hipótese, referente à variável capacitação, diferente das demais. Nesses setores estão o cenário pré-selecionado (cenário 1) e as preferências (cenários 2, 3 e 4). Nos setores do lado esquerdo nota-se que os cenários 5 e 7 possuem uma maior proximidade, com diferença apenas na hipótese da variável capacitação. Os cenários 6 e 9 também possuem diferença apenas na variável capacitação. Possivelmente, a diferença de hipótese na variável capacitação se dê porque, na inserção das preferências, a capacitação não teve hipótese indicada, visto que o sistema só aceita cinco preferências.

A proximidade dos cenários também pode ser observada a partir do grafo, na Figura 51, a seguir.

Figura 51 – Grafo de proximidades



Fonte: Dados da pesquisa apresentados com o auxílio do *software* Morphol (2019)

No grafo de proximidades, observa-se que há apenas três tipos de distâncias: os cenários mais próximos, os cenários moderadamente próximos e os cenários distantes. Os mais próximos são representados na cor vermelho e podem ser observados também, na Figura 49, a partir da matriz de indicadores, onde cada cenário tem a sua lista de cenários mais próximos. Uma característica desses cenários é que possuem cinco hipóteses iguais. Os cenários moderadamente próximos representados na cor azul possuem duas hipóteses

diferentes, dentre as seis variáveis. E os cenários mais distantes, representados pela linha pontilhada, possuem três hipóteses diferentes.

A análise morfológica possibilita varrer os campos dos possíveis cenários a partir das combinações das hipóteses. Diversas análises e combinações para a elaboração dos cenários podem ser realizadas com base nos nove cenários selecionados. Logo, na próxima subseção serão apresentados os cenários para o mercado editorial acadêmico na América Latina.

8.4 Cenários Prospectivos para o Mercado Editorial na América Latina

Os cenários prospectivos são uma ferramenta mais adequada para definição de estratégias em ambientes turbulentos e incertos. Marcial e Grumbach (2006, p. 34) dizem que, “embora a prospectiva não se proponha a eliminar essas incertezas, aponta meio de reduzi-las, possibilitando tomada de decisão [sic] fundamentadas em futuros hipotéticos”. Mas, Godet e Durance (2011) alertam que não se deve confundir cenários com estratégias, pois, os cenários dependem da visão dos que os elaboram e as estratégias dependem das atitudes adotadas em face dos futuros possíveis.

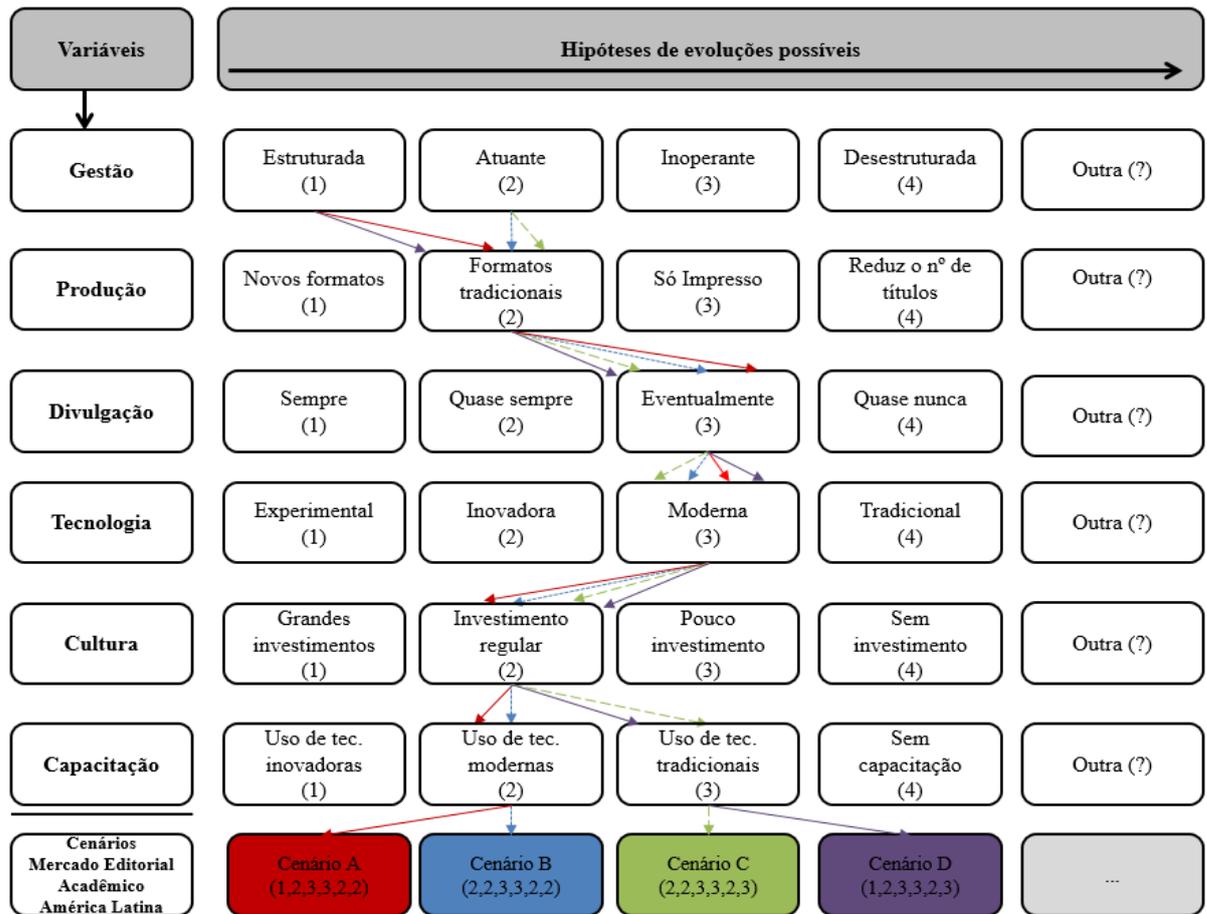
É preciso que os atores envolvidos nos processos de tomada de decisão compreendam que os cenários possíveis não são igualmente prováveis ou desejáveis, pois “é preciso não perder de vista que a construção de cenários é apenas uma etapa da abordagem prospectiva que deve, naturalmente, conduzir à ação [sic]” (GODET; DURANCE, 2011, p. 78). Ou seja, as incertezas relacionadas ao futuro do mercado editorial acadêmico demandam dos gestores habilidades, conhecimento e planejamento em longo prazo.

Assim, 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 ação [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 que saibam suas ações poderão influenciar o destino de suas instituições.

Nessa pesquisa, com base nos dados gerados pela análise morfológica, com o auxílio do Morphol, optou-se por descrever, dentre os nove cenários, os que possuem a maior compatibilidade total. Assim, conforme a matriz de indicadores (Figura 49) os cenários 1, 2, 5 e 7 possuem o CT maior.

Na Figura 52, apresenta-se as combinações das hipóteses de evoluções possíveis, com base nos dados gerados pelo Morphol já apresentados na matriz de proximidades (Figura 48), o que possibilitou gerar os cenários denominados Cenário A, Cenário B, Cenário C e Cenário D.

Figura 52 – Quadro de cenários para o mercado editorial acadêmico na América Latina



Fonte: Dados da pesquisa (2019) e adaptado de Godet e Durance (2011, p. 75)

Ainda com base no mapa de proximidades (Figura 50) e no quadro de cenários (Figura 52), observa-se que os cenários 1, 2, 5 e 7 estão centralizados nos setores do mapa. Conforme destacado na subseção anterior, os cenários apresentaram uma grande proximidade sendo a principal diferença nas hipóteses da variável gestão e da variável capacitação. Observa-se também que há uma centralidade nas hipóteses 2 e 3.

Com base no mapa de proximidades, na Figura 53, descreve-se os cenários selecionados, a seguir.

Figura 53 – Mapa de cenários do mercado editorial acadêmico na América Latina

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

Fonte: Dados da pesquisa (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. Conseqüentemente, 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.

Reitera-se, também, que os objetivos pontuados pelos diretores como os mais significativos, dentre eles os hábitos de leitura e as novas tecnologias desempenham um papel fundamental no desenvolvimento do mercado editorial. Os investimentos na cultura apresentam uma relação direta com a formação de novos leitores, representando também uma relação direta com os atores externos mais influentes que são os autores e os leitores.

Contudo, essa é uma ação que dependerá, sobretudo, de políticas governamentais externas às editoras. As novas tecnologias são destacadas nos objetivos, porém nos cenários o destaque ainda está no uso de tecnologias modernas. No entanto, são as tecnologias experimentais que apresentam grande potencial de impacto na comunicação científica.

Conclui-se que 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.

Destaca-se, ainda, que outras análises, descrições e (re) combinações podem ser realizadas a partir dos nove cenários, bem como com base nas hipóteses indicadas.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação é parte essencial do processo de investigação e produção científica. Meadows (1999) enfatiza que a comunicação é tão importante quanto a própria pesquisa. Logo, a comunicação científica deve ultrapassar as barreiras do campo científico e chegar diretamente aos usuários finais, a sociedade.

Uma das atuais tendências da globalização é o imenso fluxo informacional e o crescente número de fontes de informação, impulsionados pelos avanços tecnológicos. Contudo, o fluxo informacional não é um problema apenas da nossa contemporaneidade. Ele existe desde a época dos registros nas cavernas, tendo apenas sido intensificado com a explosão bibliográfica.

O uso das Tecnologias da Informação e Comunicação, associado ao princípio do acesso livre à informação e ao movimento de acesso aberto, consolidou um novo modelo de comunicação científica. Hoje a produção científica pode ter um alcance maior a partir da divulgação em canais de acesso aberto. As barreiras pontuadas inicialmente como: custo, acesso e distribuição, ainda não foram superadas totalmente, mas percebe-se um grande avanço. Muitos autores ainda têm custos elevados para disseminar a sua produção, sobretudo, quando optam por periódicos pagos e/ou pela publicação de livros em grandes editoras.

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 no decorrer dessa tese, as editoras universitárias e, conseqüentemente, 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.

Essa tese se propôs a investigar a perspectiva da publicação de livros em formato digital nos processos das editoras universitárias na América Latina. Para tanto, tomou como base a metodologia de cenários de Michel Godet para a construção dos cenários prospectivos.

Nessa perspectiva, a pesquisa foi desenvolvida em duas etapas. Na primeira, buscou-se identificar quais as editoras universitárias brasileiras públicas publicam em formato digital. Pode-se dizer que esses dados possuem características de indícios embrionários quanto à perspectiva da publicação de livros em formato digital. Na segunda etapa, expandiu-se a amostra para as editoras universitárias da América Latina. Esta etapa é composta de dados sobre a publicação em formato digital extraídos das perspectivas das editoras respondentes. A partir dessa amostra, foi possível utilizar a metodologia proposta por Godet com vistas a elaborar cenários prospectivos para o mercado editorial acadêmico da América Latina.

Assim, a partir dos dados da pesquisa, na primeira etapa constatou-se que as editoras universitárias públicas brasileiras estão publicando em formato digital, mesmo que a inserção nesse universo ainda seja lenta, se comparada aos dados do mercado editorial. De acordo com os dados do Censo do Livro Digital divulgados em 2017, referente ao ano base de 2016, em uma amostra de 794 editoras, 37% produzem e comercializam conteúdos digitais (FIPE, 2017).

Com a pesquisa, constatou-se que, no universo das editoras universitárias públicas filiadas à ABEU, 56% publicam livros em formato digital. Dentre as variáveis analisadas, o catálogo é a que apresenta mais diferenças, pois cada editora tem terminologias específicas para caracterizar o livro digital, sendo que muitos estão em catálogos separados das obras impressas. Quanto à disponibilidade das obras, em 27% das editoras, o acesso se dá no seu próprio catálogo. Um dado importante é que 91% das obras publicadas são de acesso aberto, ou seja, as editoras universitárias brasileiras estão seguindo a tendência do mercado mundial. No que tange ao formato, o PDF ainda é o mais utilizado.

Diversas são as plataformas utilizadas para disseminação e comercialização das obras. A partir da análise documental dos textos disponibilizados nas páginas *Web* das editoras analisadas, pode-se aferir que é ínfimo o número de editoras brasileiras que utilizam a ferramenta OMP. As editoras identificadas na pesquisa não usufruem das funcionalidades, gerenciamentos e potencialidades que a plataforma disponibiliza. Ou seja, mesmo as que usam, não fazem em sua totalidade, especialmente na fase da publicação, restringindo aos autores e leitores uma maior interatividade. Conforme destaca Meadows (1999), a principal diferença da informação impressa para a eletrônica é o grau de interatividade. O modo digital favorece a inclusão de uma imensa quantidade de informação adicional, à qual o usuário pode

ter acesso de várias maneiras, sobretudo, suprindo as suas necessidades em apenas um *click*, com os *hiperlinks*. Essa interatividade ainda não é percebida nos livros disponibilizados pelas editoras pesquisadas.

Visando alcançar os objetivos propostos nessa tese, utilizou-se, na segunda etapa, como método de coleta de dados, o questionário formulado com questões estratégicas relacionadas à perspectiva das editoras em relação a publicação de livros em formato digital. A coleta foi realizada *online*.

Nesse sentido, inicialmente, buscou-se a caracterização das editoras universitárias da América Latina. Como resultados constatou-se que o segmento editorial em que mais atuam é o de Livros Científicos, Técnicos e Profissionais, compreendendo 46% da produção, seguido dos Livros Didáticos, com 23%. Suas estruturas e vinculação administrativa são bem diversificadas, sendo que 53% estão vinculadas administrativamente à reitoria.

Para alcançar o objetivo específico (a), uma análise a partir dos dados permitiu caracterizar e identificar o fluxo editorial das editoras, mapeando atividades tais como a avaliação, produção, divulgação e distribuição. Na etapa da produção, identificou-se quais as editoras publicam em formato digital, alcançando assim o objetivo (b).

No processo de avaliação, a pesquisa constatou que apenas uma editora não possui conselho editorial e em 95% delas a política editorial fazer parte de sua estrutura. Assim, o processo de avaliação, em mais de 50% das editoras, é feito por pareceristas *ad hoc* internos e/ou externos e com apreciação e deliberação do conselho editorial.

A etapa de produção apresenta diversidade nos formatos dos livros, em que 81% das editoras produzem o livro nos formatos impresso e digital, 11% publicam apenas no formato impresso e 8% apenas em formato digital. Apesar do baixo percentual de editoras que publicam somente em formato digital, nesta pesquisa já foi possível identificá-las. O mercado editorial ainda não absorveu todo o potencial que os formatos digitais podem oferecer e ainda estão presos no formato analógico dos livros. Este processo de evolução não depende somente das editoras, mas também de outros atores envolvidos no processo, como os autores e os leitores.

Quanto à extensão dos livros digitais, o formato PDF continua predominando, porém nessa ordem crescente de uso surgem outros formatos como epub, XML e HTML.

Ainda sobre a produção, constatou-se que apenas 33% das editoras universitárias da América Latina oferecem a opção aos leitores da impressão sob demanda. Em 54% das editoras respondentes há uma equipe própria voltada para a atuação e a produção do livro digital. Mesmo assim, o número de editoras que utilizam o DOI em suas publicações é de

apenas 34%. Quanto à perspectiva de se produzir o livro em formato digital, a falta de equipe e, sobretudo, de equipe especializada foi a barreira mais pontuada, além da falta de recursos financeiros. No entanto, imagina-se que os movimentos recentes para produção de livros de editoras universitárias iniciados na União Europeia devem influenciar as editoras universitárias na América Latina.

Quanto à divulgação, constatou-se que 83% das editoras em algum momento elaboraram planos de marketing, mas tal planejamento não é algo cotidiano em suas atividades. Dentre os canais mais utilizados para divulgação de seus produtos estão o site da editora, da universidade e as redes sociais. Em 58% das editoras ocorre investimento na divulgação de seus produtos em formato digital.

Para a distribuição, constatou-se que 71% das editoras possuem livrarias em ambientes físicos e 45% em plataformas digitais. Ressalta-se que muitas editoras distribuem suas obras por plataformas que não são próprias, via distribuidoras digitais, plataformas agregadoras, editoras comerciais, etc. Os canais de comercialização mais utilizados ainda são as feiras e eventos, escolhidos por 75% das editoras, sendo que o ambiente *online* também apresenta o número expressivo 60%. Quanto às obras em formato digital, a pesquisa constatou que 46% das editoras disponibilizam todos os seus livros em acesso aberto e 24% delas vendem as obras no formato impresso, mas disponibiliza gratuitamente o acesso a essas mesmas obras no formato digital.

O objetivo (c) visou analisar a percepção dos diretores quanto à distribuição e ao uso de plataformas para gestão editorial. Constatou-se que para 92% deles as obras esgotadas poderiam ser disponibilizadas *online* ou sob demanda, porém apenas 82% das editoras apoiam essa iniciativa. Contudo, as editoras precisam rever as suas políticas contratuais com os autores para que eles possam possibilitar esse tipo de distribuição. Trata-se de um problema típico do binômio analógico *versus* digital, pois termos contratuais firmados para o modelo analógico ainda vigoram e acabam dificultando a migração do conteúdo para o formato digital.

Quanto ao acesso, para 78% dos gestores de editoras essas obras poderiam estar em acesso aberto. Quando questionados se as obras fruto de pesquisas universitárias poderiam ser disponibilizadas livremente, 78% dizem que sim. Dentre eles, 17% afirmam que a editora já adota essa prática. Reforça-se a importância de as editoras universitárias aderirem ao movimento de acesso aberto para disponibilizarem livremente especialmente as obras que são fruto de pesquisas científicas realizadas com recursos públicos.

Questionou-se os gestores sobre as plataformas de gestão editorial que são utilizadas pelas editoras e identificou-se que 66% não utilizam nenhuma delas. Contudo, para 54% dos diretores existe uma perspectiva de utilização no futuro. Apenas 30% utilizam um *software* que auxilia o processo de gestão editorial. Destes, 12% possuem site próprio e, entre as plataformas disponibilizadas, o OMP é o mais utilizado.

Plataformas como o OMP foram desenvolvidas para facilitar o gerenciamento, o fluxo de trabalho e a publicação de livros acadêmicos. Apesar disso, grande parte das editoras universitárias brasileiras ainda não aderiu ao seu uso. Isto pode ocorrer pelas dificuldades de uso, tais como terminologias do sistema que não são de uso comum, bem como dificuldades técnicas de instalação.

Esta percepção acaba indo de encontro com aos cenários descritos e pode ser fruto de problemas mais profundos. A morosidade das editoras universitárias em absorver as novas tecnologias ou a estagnação imposta pelos processos burocráticos típicos das universidades são elementos que não foram considerados nas variáveis estudadas. Por outro lado, o percentual ainda pequeno de editoras que adotaram o OMP tende a aumentar diante da perspectiva de algumas editoras começarem a utilizá-lo.

A última etapa da pesquisa, correspondente ao objetivo (d), foi composta da análise e construção dos cenários utilizando o método de Godet, a partir da utilização dos *softwares* MICMAC, MACTOR e MORPHOL.

Para Análise Estrutural, utilizou-se o MICMAC. Como resultado, apenas duas variáveis dentre as selecionadas no recenseamento foram excluídas. A legislação foi a única variável que se deslocou de setor entre a análise realizada com os dados das editoras brasileiras e a dos demais países. Para as editoras brasileiras, a legislação é mais influente possivelmente por grande parte das respondentes serem editoras universitárias públicas e terem obrigação legal maior. Por isso, foi excluída juntamente com a avaliação.

Outras oito variáveis tiveram um consenso entre os diretores e ficaram situadas no setor 2, das variáveis de ligação, que são as que possuem muita influência, contudo são também as mais dependentes. Entre elas, as variáveis internas são: **gestão, produção, divulgação e distribuição**; e as externas: **tecnologia, cultura, capacitação e economia**. Por estarem em um setor que tanto influencia como sofre influências, quaisquer instabilidades em uma variável podem afetar o funcionamento das editoras. Como as variáveis externas estão inseridas em todo o mercado editorial, independente da tipologia da editora, as editoras universitárias também são fundamentais para o desenvolvimento deste mercado, por possuírem cada vez mais representatividade.

O MACTOR foi utilizado para a Análise Estratégica dos Atores e identificou que os atores mais influentes, dentro de um consenso entre todos os respondentes, são: **diretoria, equipe de comunicação e marketing, equipe comercial, autor e leitor**. Assim como as variáveis, esses atores também estão posicionados no setor de ligação, logo são muito influentes e muito dependentes. Verificou-se uma diferença entre as editoras brasileiras e as demais no que diz respeito aos atores mais influentes. Para as editoras brasileiras eles são a diretoria, o autor e o leitor. Já para as editoras dos demais países, apenas atores internos como a diretoria, equipe de comunicação e marketing e equipe comercial têm maior índice. É interessante observar, também, que os financiadores são considerados como atores autônomos por todos os respondentes, ou seja, nem são influentes, nem dependentes.

Ainda utilizando o MACTOR quanto à mobilização dos atores sobre os objetivos, identificou-se que o objetivo hábitos de leitura é considerado como o mais significativo. Em uma análise conjunta dos respondentes, tem-se que o segundo objetivo indicado é novas tecnologias, em seguida preservar e disseminar e, posteriormente, a promoção e divulgação. Observa-se que há uma relação direta dos objetivos tanto com as variáveis como com os atores mais influentes.

Para a Análise Morfológica utilizou-se a ferramenta Morphol. Ela foi desenvolvida considerando as seis variáveis mais influentes e para cada uma delas, definiu-se quatro hipóteses. Para a redução do número de cenários foram inseridos critérios de exclusão, um cenário pré-selecionado e preferências. Ao final, dos 15.625, foram selecionados nove cenários, aqueles que possuem maior indicador de compatibilidade total (CT). Depois de uma análise de proximidades e similaridades, considerou-se quatro, aqueles tanto com maior CT quanto com o maior indicador de máxima compatibilidade (CM), que foram analisados para a elaboração dos cenários.

Levando-se em consideração os dados obtidos com a amostra e a partir da análise morfológica, foram descritos quatro cenários prospectivos. Todos os cenários identificados são propícios, ou seja, favoráveis ao desenvolvimento do mercado editorial acadêmico da América Latina.

Reitera-se que os cenários elaborados representam uma perspectiva do que poderá vir a ocorrer no futuro. O método prospectivo de cenários visa estimular o pensamento estratégico e, a partir de reflexões em conjunto, fazer emergir questões que promovam a discussão e a criação de alternativas para se aprimorar um determinado ambiente.

O fato de os cenários desenvolvidos apontarem para o uso de tecnologias tradicionais e modernas indica o conservadorismo dos gestores participantes desta pesquisa. Tanto as

tecnologias experimentais como as inovadoras tiveram uma indicação de adoção baixa pelos gestores investigados. Contudo, conforme indicado por Kramer e Bosman (2016), são exatamente estas tecnologias que representam um potencial maior de modificar os processos de comunicação científica. Os desafios do mercado editorial acadêmico na América Latina são diversos mas, se os atores internos se dispuserem a resolvê-los, encontrarão um mercado promissor a ser explorado.

Em resposta a pergunta dessa tese: **Qual a perspectiva da publicação de livros em formato digital pelas editoras universitárias da América Latina?** Os cenários desenvolvidos apontam que o mercado editorial acadêmico na América Latina tem uma postura conservadora, mesmo produzindo os livros em formato digital. Não há uma expectativa em curto prazo para expansão e/ou publicação de livros neste formato. Para alterar estes cenários seria necessário atuar fortemente em duas variáveis, a gestão e a capacitação, ambas variáveis envolvem o uso das tecnologias. Para modificar os cenários faz-se necessário que as editoras passem a utilizar as tecnologias descritas como inovadoras, necessitando de uma gestão que modifique as tecnologias utilizadas nos atuais processos de capacitação e no formato de produção do livro.

O livro acadêmico não deve ser visto apenas como um mero instrumento de divulgação da produção científica, mas essencialmente como um elemento cultural, difusor de ideias, visando sempre à democratização do conhecimento e com isso possibilitando, à sociedade, uma reflexão crítica. Chartier (1999, p. 18) destaca que, graças às redes eletrônicas, “a atividade crítica se colocam ao alcance de todo o mundo”. O potencial transformador que o livro acadêmico pode propiciar ainda está longe de ser alcançado, mas os caminhos podem ser construídos trabalhando-se com os atores, as variáveis e os cenários específicos identificados nesta pesquisa.

Reitera-se a importância de as editoras utilizarem plataformas que possam auxiliar o processo de produção e difusão da produção científica. O OMP, por exemplo, é uma plataforma gratuita desenvolvida para facilitar o gerenciamento, o fluxo de trabalho e a publicação de livros acadêmicos.

É notória a evolução da sociedade e a utilização das tecnologias da informação e comunicação, inclusive, no universo do livro. A motivação para este trabalho se deu por se acreditar que o levantamento de cenários prospectivos para o mercado editorial acadêmico é útil para a inserção das editoras no universo digital. Principalmente as editoras universitárias, cujo principal objetivo é a produção e disseminação do conhecimento científico, têm muito a se beneficiar dessa ferramenta se basearem a produção e distribuição de conhecimentos

científicos em plataformas similares. Um estudo de cenários, como o que foi realizado nesta tese, possibilita o desenvolvimento de estratégias e o planejamento de ações futuras, podendo fomentar o mercado editorial de livros digitais acadêmicos.

A disseminação da produção científica é uma atividade eminentemente social. O uso das tecnologias da informação e comunicação auxilia no fluxo informacional, que por sua vez acelera a constituição de novas pesquisas, permitindo assim o acesso de um modo rápido e interativo. A ciência precisa ser comunicada para que alcance reconhecimento entre seus pares e para que toda a sociedade tenha acesso a seus resultados com vistas à produção, não só de conhecimentos, como de soluções para o aumento da qualidade de vida em geral.

Destaca-se algumas limitações e obstáculos da pesquisa: na primeira etapa muitas editoras não apresentavam informações referentes às variáveis analisadas em suas páginas *Web*. Já na segunda etapa, houve dificuldade quanto ao retorno das associações e editoras universitárias da América Latina. Diversas tentativas de contato foram realizadas, via *email*, Facebook e páginas oficiais. Para muitas editoras e associações, a busca pelo contato se deu em diversas páginas *Web*. Apesar disso, a amostra da pesquisa foi composta por 76 editoras universitárias na etapa da caracterização e 28 editoras quanto à análise estrutural e das estratégias dos atores.

Por fim, considera-se que os estudos de cenários prospectivos possibilitam uma diversidade de análises em diferentes perspectivas, podendo ser abordados com a utilização de ferramentas computacionais variadas. Esta pesquisa não esgota o tema e, assim, possibilita diversas oportunidades para os estudos de cenários prospectivos acerca do mercado editorial acadêmico. Ficam como sugestões para futuras investigações: uma nova (re) combinação das variáveis, atores e hipóteses; estudo sobre o uso das tecnologias inovadoras pelo mercado editorial; um estudo mais aprofundando apresentando a relação dos cenários prospectivos com a Ciência da Informação. Logo, os estudos acerca do livro digital e das editoras universitárias não se encerram aqui, pois as editoras universitárias estão vivenciando um processo de evolução e ainda necessitam passar por diversas mudanças buscando acompanhar os avanços tecnológicos.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Robéria de Lourdes de Vasconcelos; ARAÚJO, Wagner Junqueira. Aplicação do *Open Monograph Press* por editoras brasileiras. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 17., 2016, Salvador. **Anais eletrônicos** [...]. Salvador: UFBA/ANCIB, 2016. Disponível em: <http://www.ufpb.br/evento/index.php/enancib2016/enancib2016/paper/view/3646>. Acesso em: 12 jun. 2019.
- ARAÚJO, Ronaldo Ferreira. Marketing científico digital e métricas alternativas para periódicos: da visibilidade ao engajamento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 20, n. 3, p. 67-84, jul./set. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/2402>
- ASSIS, Tainá Batista de. O cenário dos livros eletrônicos científicos em acesso aberto. **Cadernos BAD**, n. 2, p. 212-219, jul./dez. 2016.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS (ABEU). [Informações dispersas]. Disponível em: <http://www.abeu.org.br/farol/abeu/sobre/o-que-e-abeu/18/>. Acesso em: 10 jan. 2019.
- ASOCIACIÓN DE EDITORIALES UNIVERSITARIAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (EULAC). [Informações dispersas]. Disponível em: <https://eulac.org/>. Acesso em: 11 ago. 2019.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BARRETO, Aldo Albuquerque. Uma quase história da ciência da informação. **DataGramZero: Revista de Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, abr. 2008.
- BARRETO, Aldo Albuquerque. A Questão da Informação. **Revista São Paulo em Perspectiva**, Fundação Seade, v. 8, n. 4, 1994.
- BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal**: ensaio sobre fenômenos extremos. Campinas: Papirus, 1992.
- BERGER, Gaston. *Revue Prospective*, n. 1, 1958. A atitude prospectiva. Tradução de Nathália Keneipp. **Parcerias estratégicas**, n. 19, dez. 2004.
- BJÖRK, Bo-Christer. A model of scientific communication of a global distributed information system. In: INTERNATIONAL ASSOCIATION OF SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL UNIVERSITY LIBRARIES (IATUL), 28., 2007. **Proceedings** [...] Estolcomo, 2007. Disponível em: <http://docs.lib.purdue.edu/iatul/2007/papers/3>. Acesso em: 10 jun. 2019.
- BOMFÁ, Claudia Regina Ziliotto *et al.* Acesso livre à informação científica digital: dificuldades e Tendências. **TransInformação**, Campinas, v. 20, n. 3, p. 309-318, set./dez. 2008.
- BORKO, H. Information Science: what is it? **American Documentation**, v. 19, n. 1, p. 3-5, jan. 1968.

BOSMAN, Jeroen; KRAMER, Bianca. Innovations in scholarly communication - data of the global 2015-2016 survey [conjunto de dados]. **Zenodo**, apr. 2016. DOI <http://doi.org/10.5281/zenodo.49583>. Disponível em: <https://zenodo.org/record/49583#.XmTeb6hKhPY>. Acesso em: 20 maio 2017.

BRADFIELD, Ron *et al.* The origins and evolution of scenario techniques in long range business planning. **Futures**, v. 37, p. 795-812, 2005. DOI 10.1016/j.futures.2005.01.003

BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia. (org.) **Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros**. São Paulo: Editora Unesp, 2010.

BRITO, Ronnie Fagundes de *et al.* **Guia do usuário do Digital Object Identifier**. Brasília, DF: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, 2016.

BRITO, Ronnie. Fagundes de; SHINTAKU, Milton. Periódicos de Acesso Aberto no Brasil: o Cenário Tecnológico no uso do SEER/OJS. *In: CONFERÊNCIA LUSO-BRASILEIRA SOBRE ACESSO ABERTO*, 5., 2014, Coimbra. **Anais [...]**. Coimbra, 2014.

BUARQUE, Sérgio C. **Metodologia e técnicas de construção de cenários globais e regionais**. Brasília, DF: IPEA, 2003.

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.

BUFREM, Leilah Santiago. Política editorial universitária por uma crítica à prática. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 14, n. 1, p. 23-36, jan./abr. 2009.

CARRENHO, Carlo. Livros digitais são 6,89% do mercado trade no Brasil, aponta Global eBook. Publishnews, 15 de maio de 2017. Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/materias/2017/05/15/livros-digitais-sao-689-do-mercado-trade-no-brasil-aponta-global-ebook>. Acesso em: 14 set. 2017.

CENTRE FOR RESEARCH ON LATIN AMERICA AND THE CARIBBEAN (CERLALC). [Informações dispersas]. Disponível em: <https://cerlalc.org/>. Acesso em: 11 ago. 2019.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: UNESP, 1999.

CHRISTÓVÃO, Heloísa Tardin; BRAGA, Gilda Maria. Ciência da informação e sociologia do conhecimento científico: a intertematicidade plural. **TransInformação**, Campinas, v. 9, n. 3, p. 33-45, set./dez. 1997.

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR (CAPES). **Qualis**. 21 maio 2014. Disponível em: <http://www.capes.gov.br/component/%20content/article?id=2550:capes-aprova-a-nova-classificacao-do-qualis>. Acesso em: 15 jan. 2017.

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR (CAPES). **Roteiro para classificação de livros: avaliação dos programas de Pós-Graduação**. 24 ago. 2009. Disponível em: https://www.capes.gov.br/images/stories/download/avaliacao/Roteiro_livros_Trienio2007_2009.pdf. Acesso em: 10 jan. 2017.

CORDON GARCÍA, José Antonio; ALONSO ARÉVALO, Julio; MARTÍN RODERO, Helena. Los libros electrónicos: la tercera ola de la revolución digital. **Anales de Documentación**, [S. l.], v. 13, p. 53-80, 2010. Disponível em: <http://revistas.um.es/analesdoc/article/download/106991/101681>. Acesso em: 20 jun. 2018.

CORDÓN GARCÍA, José Antonio *et al.* **El ecosistema del libro electrónico universitario**. 2. ed. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2014.

COSTA, Michelli Pereira da; LEITE, Fernando César Lima. **Repositórios institucionais da América Latina e o acesso aberto à informação científica**. Brasília, DF: IBICT, 2017.

COSTA, Sely, M. S. Filosofia aberta, modelos de negócios e agências de fomento: elementos essenciais a uma discussão sobre o acesso aberto à informação científica. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 35, n. 2, p. 39-50, maio/ago. 2006.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CROSSICK, Geoffrey. **Monographs and Open Access: a report to HEFCE**. Londres: HEFCE, 2015. Disponível em: https://dera.ioe.ac.uk/21921/1/2014_monographs.pdf. Acesso em: 18 jan. 2020.

DEEGAN, Marilyn. **The Academic Book of the Future Project Report: a report to the AHRC and the british library**. Londres: [s.n.], 2017. Disponível em: https://academicbookfuture.files.wordpress.com/2017/06/project-report_academic-book-of-the-future_deegan3.pdf. Acesso em: 02 nov. 2017.

DIEGO GONZÁLEZ, José; WISCHENBART, Rudiger. **El espacio iberoamericano del libro 2018**. Bogotá: Cerlalc, 2019. Disponível em: <https://cerlalc.org/publicaciones/el-espacio-iberoamericano-del-libro/>. Acesso em: 21 maio 2019.

DOURADO, Stella Moreira. **Identificando a inovação editorial na cadeia produtiva do livro universitário brasileiro**. 2012. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

EDITORAS vendem menos ebooks nos EUA: vendas diretas de autores disparam. Ebook News, 7 ago. 2016. Disponível em: <http://ebooknews.com.br/editoras-vendem-menos-ebooks-nos-eua-vendas-diretas-de-autores-disparam>. Acesso em: 13 jan. 2017.

EL FAR, Alessandra. **O livro e a leitura no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

EMERY, Christina *et al.* The OA effect: How does open access affect the usage of scholarly books? **Springer-Nature**, nov. 2017. (White Paper). Disponível em: <https://media.springernature.com/full/springer-cms/rest/v1/content/15176744/data/v3>. Acesso em: 28 ago. 2019.

EUROPEAN COMMISSION. **Providing researchers with the skills and competencies they need to practise Open Science**. Luxemburgo: European Commission, July 2017. DOI 10.2777/121253 Disponível em: https://ec.europa.eu/research/openscience/pdf/os_skills_wgreport_final.pdf. Acesso em: 10 jan. 2020.

FERWERDA, Eelco. Open access monograph business models. **Insights**, 27, p. 35–38, 2014. DOI <http://dx.doi.org/10.1629/2048-7754.46>.

FERWERDA, Eelco; PINTER, Frances; STERN, Niels. **A landscape study on open access and monographs: policies, funding and publishing in eight European countries**. [S.l.]: Knowledge Exchange, 2017. Disponível em: http://repository.jisc.ac.uk/6693/1/Landscape_study_on_OA_and_Monographs_Oct_2017_K_E.pdf. Acesso em: 20 out. 2017.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS (Fipe). **Produção e vendas do setor editorial brasileiro: ano base 2018**. Pesquisa encomenda pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) e o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL). Disponível em: <http://cbl.org.br/downloads/fipe>. Acesso em: 10 dez. 2019.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS (Fipe). **Produção e vendas do setor editorial brasileiro: ano base 2017**. Pesquisa encomenda pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) e o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL). Disponível em: <http://cbl.org.br/downloads/fipe>. Acesso em: 10 dez. 2018.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS (Fipe). **Censo do Livro Digital: ano base 2016**. Pesquisa encomenda pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) e o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL). Disponível em: <http://cbl.org.br/downloads/fipe>. Acesso em: 23 mar. 2017.

GARCIA, Joana Coeli Ribeiro; TARGINO, Maria das Graças. Responsabilidade ética e social na produção de periódicos científicos. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 13, n. 1, p. 33-54, jan./abr. 2008.

GARVEY, William D. **Communication: the essence of science; facilitating information among librarians, scientists, engineers and students**. Oxford: Pergamon, 1979.

GARVEY, William D.; GRIFFITH, Belder 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. 4. reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.

GIMÉNEZ-TOLEDO, Elea; TEJADA-ARTIGAS, Carlos; MAÑANA-RODRÍGUEZ, Jorge. Libros académicos digitales y acceso abierto en América Latina. *In*: GIMÉNEZ-TOLEDO, Elea; RESTREPO, Juan Felipe Córdoba (ed.). **Edición académica y difusión**: Libro abierto en Iberoamérica. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario: Editorial Comares, 2018a. cap. 5, p. 113-152.

GIMÉNEZ-TOLEDO, Elea; TEJADA-ARTIGAS, Carlos; MAÑANA-RODRÍGUEZ, Jorge. Las editoriales universitarias iberoamericanas: una aproximación a su perfil y a sus procesos de selección de originales. **Revista Española de Documentación Científica**, v. 41, n. 2, abril/junio, 2018b. DOI <https://doi.org/10.3989/redc.2018.2.1459>

GODET, Michel. **Creating futures**: scenario planning as a strategic management tool. 2. ed. França: Economica, 2006.

GODET, Michel. **L'art et la méthode**. Paris: Dunod, 2001. v.2

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

GODET, Michel. **From anticipation to action**: a handbook of strategic prospective. França: UNESCO, 1994.

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

GOMES, Cristina Marques. **Comunicação científica**: alicerces, transformações e tendências. [Lisboa]: Livros LabCom, 2013.

GUERRERO, Margarita *et al.* **Evolución del Mercado digital (ebooks y audio libros) en España y América Latina**. Espanha: Bookwire: Dosdoce, 2019. Disponível em: <https://cerlalc.org/publicaciones/v-informe-bookwire-es-2019-evolucion-del-mercado-digital-ebooks-y-audio-libros-en-espana-y-america-latina/>. Acesso em: 17 ago. 2019.

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.

HURD, Julie M. The Transformation of Scientific Communication: a Model for 2020. **Journal of the American Society for Information Science**, v. 51, n. 14, p. 1279–1283, 2000.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. Pesquisa retratos da leitura no Brasil. 2015. Disponível em: http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf. Acesso em: 20 jun. 2018.

KOBASHI, Nair Y.; TÁLAMO, Maria de Fátima G. M. Informação: fenômeno e objeto de estudo da sociedade contemporânea. **TransInformação**, Campinas, v. 15, p. 7-21, set./dez. 2003. Edição especial.

KRAMER, Bianca; BOSMAN, Jeroen. **Wheel of Open Science practices** (image). Fevereiro, 2017. DOI <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.4628014.v2> Disponível em: https://figshare.com/articles/Wheel_of_Open_Science_practices_image_/4628014. Acesso em: 10 jan. 2020.

KRAMER, Bianca; BOSMAN, Jeroen. Innovations in scholarly communication - global survey on research tool usage [version 1; referees: 2 approved]. **F1000Research**: open for science, 5:692, Apr. 2016. Disponível em: <https://f1000research.com/articles/5-692/v1>. Acesso em: 20 maio 2017.

KRAMER, Bianca; BOSMAN, Jeroen. 101 Innovations in Scholarly Communication: the changing research workflow. **Figshare**, poster 2015. DOI <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.1286826.v1> Disponível em: https://figshare.com/articles/101_Innovations_in_Scholarly_Communication_the_Changing_Research_Workflow/1286826. Acesso em: 10 jan. 2020.

LAUNCH of the Global Alliance of Open Access Scholarly Communication Platforms to democratize knowledge. [S.l.]: UNESCO, 12 April 2019. Disponível em: <https://en.unesco.org/news/launch-global-alliance-open-access-scholarly-communication-platforms-democratize-knowledge>. Acesso em: 13 ago. 2019.

LARIVIÈRE, Vincent; HAUSTEIN, Stefanie; MONGEON, Philippe. The oligopoly of academic publishers in the digital era. **Plos One**, v. 10, n. 6, jun. 2015. DOI <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0127502>.

LE COADIC, Yves-François. **A Ciência da Informação**. Tradução de Maria Yêda F.S.de Filgueiras Gomes. Brasília, DF: Briquet de Lemos/Livros, 1996.

LIBRANDA. Informe Annual del libro digital. Espanha: Libranda, 2018. Disponível em: <https://cerlalc.org/publicaciones/informe-anual-del-libro-digital-2018-libranda/>. Acesso em: 17 ago. 2019.

MACGREGOR, J.; STRANACK, K.; WILLINSKY, J. The Public Knowledge Project: Open Source Tools for Open Access to Scholarly Communication. *In*: BARTLING, S.; FRIESIKE, S. (ed.). **Opening Science**: the evolving guide on how the internet is changing research, collaboration and scholarly publishing. New York: SpringerOpen, 2014. Part II Tools, p. 165-178.

MANUAL do Editor: guia do usuário OMP. 24 de abril de 2015. Disponível em: https://pkp.sfu.ca/wiki/index.php/OMP_Userguide. Acesso em: 09 nov. 2015.

MARCIAL, Elaine Coutinho. **Aplicação de metodologia de cenários no Banco do Brasil no contexto da inteligência competitiva**. 1999. Dissertação (DEA em Inteligência Competitiva) – Université de Droit et des Sciences D'aix, Marseille, França, 1999.

MARCIAL, Elaine Coutinho; COSTA, Alfredo José Lopes. O uso de cenários prospectivos na estratégia empresarial: vidência especulativa ou inteligência competitiva? *In*: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 25., Campinas. **Anais** [...]. Campinas: ANPAD, 2001.

MARCIAL, Elaine Coutinho; GRUMBACH, Raul José dos Santos. **Cenários prospectivos: como construir um futuro melhor**. 4.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

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

MARQUES NETO, José Castilho; ROSA, Flávia Garcia. Editoras universitárias: academia ou mercado?. *In*: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia (org.). **Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros**. São Paulo: Editora Unesp, 2010. cap. 19, p. 331-348.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Estudo de Caso: uma estratégia de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS, Robson Dias. Obstáculos para expansão do uso dos e-books na sociedade brasileira. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 14. n. 2, p. 179-297, maio/ago. 2016.

MEADOWS, Arthur Jack. **A comunicação científica**. Tradução de Antonio Agenor Briquet de Lemos. Brasília: Briquet de Lemos/Livros, 1999.

MORAES, Rubens Borba de. **Livros e Bibliotecas no Brasil Colonial**. 2. ed. Brasília, DF: Briquet de Lemos/Livros, 2006.

MORITZ, Gilberto de Oliveira. **Planejando por cenários prospectivos: a construção de um referencial metodológico baseado em casos**. 2004. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

MORITZ, Gilberto de Oliveira; MORITZ, Mariana Oliveira; PEREIRA, Maurício Fernandes. **Planejamento por cenários prospectivos: referencial metodológico baseado em casos para a aplicação prática nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2012.

MUELLER, Suzana Pinheiro Machado. A ciência, o sistema de comunicação científica e a literatura científica. *In*: CAMPELLO, Beatriz Valadares Cendón; KREMER, Jeannette Marguerite (org.). **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000. cap. 1, p. 21-34.

MUELLER, Suzana Pinheiro Machado. A comunicação científica e o movimento de acesso livre ao conhecimento. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 35, n. 2, p. 27-38, maio/ago. 2006.

MUELLER, Suzana Pinheiro Machado; PASSOS, Edilenice Jovelina Lima (org.). As questões da comunicação científica e a ciência da Informação. *In*: MUELLER, Suzana Pinheiro Machado; PASSOS, Edilenice Jovelina Lima. **Comunicação científica**. Brasília, DF: Departamento de Ciência da Informação de Brasília, 2000. cap. 1, p. 13-23.

NEYLON, Cameron *et al.* **The Visibility of Open Access Monographs in a European Context**: a report prepared by Knowledge Unlatched Research. [S.l.: s.n.], 2018. Disponível em: <https://zenodo.org/record/1230342#.XiMUpmhKhPY>. Acesso em: 18 jan. 2020.

NOBRÉGA, Rosângela Gomes da. **Cenários para a tecnologia de Data Warehousing no SERPRO**. Monografia (Curso de Especialização em Inteligência Competitiva) - MCT/INT, CNPq/IBICT, UFRJ/ECO, Brasília, 1999.

NOBRÉGA, Rosângela Gomes da. Cenários para a tecnologia de Data Warehousing no Serpro. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO*, 4., 2000, Salvador. **Anais eletrônicos** [...]. Brasília, DF: UnB/ANCIB, 2000. Disponível em: <http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/ivenancib/paper/viewFile/2597/1727>. Acesso em: 10 jan. 2020.

OPEN Access Book Publishing. Simba Information, 2016. Disponível em: <https://www.simbainformation.com/Open-Access-Book-10410716/>. Acesso em: 23 mar. 2017.

PAIVA, Ana Paula Mathias de. **A aventura do livro experimental**. Belo Horizonte: Autêntica Editora; São Paulo: Edusp, 2010.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga. Rio de Janeiro: Elsevier: Editora Campus, 2004.

PORTER, Michael E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga. Rio de Janeiro: Elsevier: Editora Campus, 1989.

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

RAJU, Reggie. Altruism as the founding pillar for open monograph publishing in the Global South. *In: Conferences Annual Congress IFLA WLIC 2017, Wrocław, Polônia, na Seção 232 -Libraries. Solidarity. Society. Proceedings* [...]. Polônia: IFLA, 2017 Disponível em: <http://library.ifla.org/1703/>. Acesso em: 20 maio 2017.

RIPA, Javier Torres. El libro em entornos cambiantes. *In: PUJADAS, Magda Polo (coord.). Innovación y retos de la edición universitaria*. Espanha: Universidad de La Rioja: UNE, 2007. Disponível em: <http://www.une.es/media/Ou1/File/Publicaciones/Innovacion%20y%20retos.pdf>. Acesso em: 10 out. 2017.

RITCHEY, Tom. General Morphological Analysis: a general method for non-quantified modelling. **Swedish Morphological Society**, 2002 (revised 2013). Disponível em: <http://swemorph.com/pdf/gma.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2020.

ROSA, Flávia Garcia *et al.* A presença das editoras universitárias nos acervos dos repositórios institucionais. **InCID: R. Ci. Inf. e Doc.**, Ribeirão Preto, v. 4, n. 2, p. 152-164, jul./dez. 2013. Edição especial.

SALINAS, Lenin Monak S; CASTRILLÓN, Andrés Felipe Valencia. **El libro em cifras: boletín estadístico del libro en Iberoamérica**. Bogotá: Cerlalc-Unesco, 2016. v. 10. Disponível

em: http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2017/02/PUBLICACIONES_OLB_Libro-en-cifras-10_vf_311216.pdf. Acesso em: 20 jun. 2018.

SANTOS, Janiele Moura Lopes dos; ARAÚJO, Wagner Junqueira de. Estudo de cenários prospectivos para o mercado editorial do livro digital no Brasil. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO*, 18., 2017, Marília, SP. **Anais eletrônicos** [...]. Marília, SP: UNESP/ANCIB, 2017. Disponível em: http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XVIII_ENANCIB/ENANCIB/paper/viewFile/112/1236. Acesso em: 27 out. 2017.

SARACEVIC, Tefko. Ciência da Informação: origem, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 41-62, jan./jun. 1996.

SCHROEDER, Richard Uribe; MANTILLA, Sandra Villamizar. Percepción sobre el clima editorial y tendencias a corto plazo. **Boletín**, n. 9, oct. 2010. Disponível em: http://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_Percepcion-sobre-el-clima-empresarial-editorial-y-tendencias-a-corto-plazo_v1_011010.pdf. Acesso em: 26 out. 2017.

SCHRODER, Hannah. Usage of Knowledge Unlatched titles doubled within one quarter. **Knowledge Unlatched**, Berlim, 20 oct. 2017. Disponível em: <http://www.knowledgeunlatched.org/2017/10/usage-of-knowledge-unlatched-titles-doubled-within-one-quarter/>. Acesso em: 03 nov. 2017.

SCHWARTZ, Peter. **The art of the long view**: the path to strategic insight for yourself and your company. New York: Currency Doubleday, 1991.
SCIELO. **SciELO Livros**: o que é e como participar. São Paulo: ABEU: SciELO, 2016. Disponível em: <http://books.scielo.org/guia-scielo-livros/>. Acesso em: 26 mar. 2017.

SHINTAKU, Milton; BRITO, Ronnie. Fagundes de. **Guia do usuário do OMP**: sistema de editoração eletrônica de livros e monografias. Brasília: IBICT; Curitiba: PUCPRESS, 2019. DOI <https://doi.org/10.7213/guia.OMP>.

SERRA, Liliana Giusti. Livros digitais, bibliotecas e o desenvolvimento de coleções. *In: MELLO, Josiane; ALMEIDA, Josiana Florêncio V. R. de. Gestão de coleções em unidades de informação*. Natal: Editora IFRN, 2017. cap. 4, p. 113-146.

SERRA, Liliana Giusti. **Livro digital e bibliotecas**. Rio de Janeiro: FVG, 2014.

SMITH, Elta *et al.* **Open Science Monitoring**: methodological note. Reino Unido: European Commission, 2017. Disponível em: http://ec.europa.eu/research/openscience/pdf/monitor/open_science_monitor_methodological_note.pdf#view=fit&pagemode=none. Acesso em: 10 jun. 2017.

SMIT, Johanna Wilhelmina; BARRETO, Aldo de Albuquerque. Ciência da informação: base conceitual para a formação profissional. *In: VALENTIM, Marta Lúcia P. (org.). Formação do profissional da informação*. São Paulo: Polis, 2002. p. 9-24.

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.

TARAPANOFF, Kira (org.). **Inteligência organizacional e competitiva**. Brasília, DF: UnB, 2001.

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.

VALERIO, Palmira Moiconi. Comunicação científica e divulgação: o público na perspectiva da internet. *In*: PINHEIRO, L. V. R.; OLIVEIRA, E. C.P. (org.). **Múltiplas facetas da comunicação e divulgação científicas**: transformações em cinco séculos. Brasília: IBICT, 2012. cap. 2, p. 150-167.

VAN NOTTEN, Philip. Scenario development: a typology of approaches. *In*: OECD Publishing. **Think Scenarios, Rethink Education**. Paris: OECD, 2006. cap. 4, p. 69-92. DOI <https://dx.doi.org/10.1787/9789264023642-en>.

VIANA, José Antonio; ODDONE, Nanci. Autopublicação de livros acadêmicos no Brasil: um estudo exploratório. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 17., 2016, Salvador. **Anais eletrônicos [...]**. Salvador: UFBA/ANCIB, 2016. Disponível em: <http://www.ufpb.br/evento/index.php/enancib2016/enancib2016/paper/view/3809>. Acesso em: 09 ago. 2019.

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico e as perspectivas do tempo real**. Rio de Janeiro: Ed. 34 Letras, 1993.

WILLINSKY, John. Toward the Design of an Open Monograph Press. **Journal of Electronic Publishing**, v. 12, n. 1, Feb. 2009. Disponível em: <http://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0012.103?view=text;rgn=main>. Acesso em: 20 ago. 2016.

ZIMAN, J. **Conhecimento público**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1979.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Termo de consentimento livre e esclarecido



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
DOUTORADO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

João Pessoa, Brasil, junho de 2019

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado a participar desta pesquisa que é sobre “Perspectivas da publicação de livros em formato digital pelas editoras universitárias da América Latina e do Caribe”, e está sendo desenvolvida por Robéria Andrade, Doutoranda em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba, sob a orientação do Prof. Dr. Wagner Junqueira de Araújo.

A pesquisa está ligada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba e tem como objetivo geral “Investigar a perspectiva da publicação de livros em formato digital no processo editorial nas editoras universitárias”. O principal benefício da pesquisa é apresentar a perspectiva da produção de livros em formato digital no processo editorial, de modo que assim possa direcionar políticas para o melhor desenvolvimento do mercado editorial do livro digital acadêmico.

Solicitamos a sua colaboração no sentido de responder o questionário, para que o objetivo da pesquisa seja alcançado, como também sua autorização para apresentar os resultados deste estudo em eventos da área e publicar em revista científica nacional e/ou internacional. Por ocasião da publicação dos resultados a pesquisa é de caráter confidencial, ficando resguardado o nome da editora participante. Esta pesquisa não oferece riscos ao participante.

Esclarecemos que sua participação no estudo é voluntária, logo, a editora não é obrigada a fornecer as informações. Portanto, reservamos o seu direito de solicitar a sua retirada da pesquisa a qualquer momento.

Quaisquer dúvidas no preenchimento do questionário, favor nos consultar. Estamos a sua disposição para qualquer esclarecimento que considere necessário em qualquer etapa da pesquisa.

Agradecemos a sua colaboração.

Robéria de Lourdes de V. Andrade – Doutoranda em Ciência da Informação da UFPB

Prof. Dr. Wagner Junqueira de Araújo – Orientador da pesquisa, professor Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da UFPB.

- () Diante dos esclarecimentos acima descritos, declaro que fui devidamente esclarecido (a) e dou o meu consentimento para participar da pesquisa e para a publicação dos resultados
- () Diante dos esclarecimentos acima descritos, declaro que não quero participar da pesquisa.

Contato com a pesquisadora responsável: caso necessite de maiores informações sobre estudo estudo, favor ligar para a pesquisadora **Robéria Andrade**

Telefone: +55 82 99969-6903

e-mail: roberiabiblio@gmail.com; roberia.andrade@ichca.ufpb.br ou

Comitê de Ética em Pesquisa do CCS/UFPB – Cidade Universitária/Campus I

Bloco Arnaldo Tavares, sala 812–Telefone: +55 83 3216-7791 – *email:* eticaccs@ccs.ufpb.br

APÊNDICE B – Questionário Editoras Universitárias em português

CARACTERIZAÇÃO DA EDITORA UNIVERSITÁRIA	
1. Nome/Sigla, Local (Sede)/País e instituição que está vinculada:	
2. Possui filiais? Caso a resposta seja sim, em quais cidades?	
3. Segmento editorial (Múltipla escolha):	<input type="checkbox"/> Científicos, técnicos e profissionais <input type="checkbox"/> Obras Gerais <input type="checkbox"/> Livros didáticos <input type="checkbox"/> Religiosos <input type="checkbox"/> Outros?
4. Com relação à estrutura editorial e administrativa, a editora está vinculada a:	<input type="checkbox"/> Reitoria <input type="checkbox"/> Unidade/Centro de ensino <input type="checkbox"/> Biblioteca <input type="checkbox"/> Outra. Qual?
SOBRE A AVALIAÇÃO	
5. A editora tem a presença de conselho editorial?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
6. Existe uma política editorial?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
7. Como se dá o processo de avaliação?	
SOBRE A PRODUÇÃO	
8. A sua editora produz livros nos formatos?	<input type="checkbox"/> Impresso (Ir para a questão 16) <input type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nos dois formatos (Impresso/Digital)
Se você indicou que publica títulos em formato digital, responda as seguintes perguntas:	
9. Qual o total da produção de títulos em 2018 no formato digital?	<input type="checkbox"/> 0 a 50 títulos <input type="checkbox"/> 50 a 100 títulos <input type="checkbox"/> 100 a 200 títulos <input type="checkbox"/> 200 a 400 títulos <input type="checkbox"/> Mais de 400 títulos
10. Pretende expandir o número dessa produção em formato digital?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
11. Em quais formatos é publicado?	<input type="checkbox"/> PDF <input type="checkbox"/> Epub <input type="checkbox"/> Mobi <input type="checkbox"/> PRC / AZW (Kindle) EPUB3 <input type="checkbox"/> aplicativos para iPhone / iPad <input type="checkbox"/> XML (diferente do Epub) Aplicativos HTML / XHTML para Android HTML5 DAISY

	() Outros Por favor, indique quais:
12. Existe a opção de imprimir sob demanda?	() Sim. Por favor, indique em quais casos é oferecido _____ () Não
13. A editora possui uma equipe própria para o desenvolvimento de conteúdo digital (produção, conversão, divulgação e distribuição)?	() Sim () Não
14. Utiliza o DOI?	() Sim () Não
15. Qual plataforma é utilizada no processo de editoração e produção gráfica?	
Se publica apenas em formato impresso, responda as seguintes perguntas:	
16. Qual a produção de títulos em 2018 impressos?	() 0 a 50 títulos () 50 a 100 títulos () 100 a 200 títulos () 200 a 400 títulos () Mais de 400 títulos
17. Quais as razões para não publicar em formato digital?	
18. Quais as perspectivas da editora com relação a produção em formato digital?	
SOBRE A DIVULGAÇÃO	
19. A editora costuma elaborar planos de marketing?	() Nunca () Quase nunca () Eventualmente () Quase sempre () Sempre
20. Quais os canais são utilizados para divulgação de seus produtos?	() Nenhum, apenas livros em acesso aberto são publicados () Site da editora () Site da universidade () Redes sociais. Indique: () Outros. Quais?
21. A editora investe na divulgação de seus produtos em formato digital?	() Nunca () Quase nunca () Eventualmente () Quase sempre () Sempre
SOBRE A DISTRIBUIÇÃO	
22. A editora possui livraria própria?	() ambiente físico () plataforma Digital

23. Quais são os canais de comercialização utilizados pela editora (Múltipla escolha):	<input type="checkbox"/> Distribuidores <input type="checkbox"/> Livrarias universitárias <input type="checkbox"/> Online <input type="checkbox"/> Exportação <input type="checkbox"/> Feiras e eventos <input type="checkbox"/> Outros canais. Quais?
24. Como se dá o acesso as obras em formato digital da editora?	<input type="checkbox"/> Acesso gratuito a todas as obras <input type="checkbox"/> venda sem acesso gratuito <input type="checkbox"/> acesso gratuito ao formato digital e com venda das obras em formato impresso <input type="checkbox"/> Outro tipo ?
25. A editora costuma comercializar os livros digitais através de quais plataformas?	<input type="checkbox"/> Própria (livraria virtual, <i>site</i>): possui plataforma própria para os seus livros digitais, independentemente do formato <input type="checkbox"/> Via distribuidores digitais, trabalha com distribuidoras digitais como Xeriph e DLD <input type="checkbox"/> Diretamente com livrarias que possuem suas próprias plataformas digitais (como Livraria Cultura, Saraiva, SciELO e etc.) <input type="checkbox"/> Plataforma agregadora para bibliotecas, nuvem e etc. Se possível responda livremente
26. Em quais canais os livros de acesso aberto são disponibilizados?	<input type="checkbox"/> Própria (livraria virtual, <i>site</i>) <input type="checkbox"/> No repositório Institucional <input type="checkbox"/> Em plataformas de agregação <input type="checkbox"/> Outros. Por favor indique quais:
COM BASE EM SUA EXPERIÊNCIA:	
27. Você considera que as obras esgotadas podem ser disponibilizadas online ou sob demanda?	
28. Obras que são fruto de pesquisa na universidade poderiam ser disponibilizadas livremente?	
29. A editora apoia a disponibilização de livros esgotados em formato digital?	
30. E o acesso as obras esgotadas poderia ser livre?	
31. Qual a plataforma é utilizada pela editora para a gestão editorial?	
32. Você conhece o <i>software</i> Open Monograph Press?	<input type="checkbox"/> Sim (ir para questão 35) <input type="checkbox"/> Não

Se você não conhece, responda:	
33. A editora tem perspectiva de utilizar o <i>software</i> específico para a gestão editorial?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
34. Tem algum <i>software</i> que vem sendo analisado para uso, qual?	
Se respondeu sim, responda as seguintes perguntas:	
35. Quais os motivos para o uso do Open Monograph Press?	<input type="checkbox"/> Facilidade de uso da ferramenta <input type="checkbox"/> Recomendação da Instituição <input type="checkbox"/> Recomendações de outras instituições <input type="checkbox"/> baixo custo de publicação <input type="checkbox"/> impacto, acessibilidade e visibilidade das obras <input type="checkbox"/> padrão OAI e sua relação com <i>software</i> livre <input type="checkbox"/> forma de arquivamento <input type="checkbox"/> forma de publicação <input type="checkbox"/> assistência e suporte técnico pelo IBICT
36. Quais os recursos a editora utiliza no Open Monograph Press	<input type="checkbox"/> Gestão do processo editorial <input type="checkbox"/> seções (partes do livro) <input type="checkbox"/> submissão das publicações <input type="checkbox"/> avaliação pelos pares <input type="checkbox"/> catálogo
37. Tem algo a respeito da editora universitária que não foi abordado neste questionário, mas que você gostaria de opinar?	

Essa pesquisa está ancorada no método de cenários prospectivos de Michel Godet. Tem como objetivo explorar os diferentes cenários possíveis para o mercado editorial do livro acadêmico. Assim, para auxiliar nossa pesquisa, necessitamos verificar sua percepção sobre a influência/dependência entre as variáveis e atores e o grau de relevância do objetivo em relação aos atores contidos nas tabelas. As variáveis e os atores foram identificados a partir do levantamento bibliográfico acerca do mercado editorial. Com base em sua opinião e experiências sobre o Mercado Editorial do Livro Acadêmico, solicitamos que aponte o grau de influência que uma variável exerce sobre a outra.

Quadro 1 – Variáveis e sua descrição

Variáveis Internas	Descrição
Gestão	Gestão da produção editorial, definição e aplicação de políticas para publicação, financiamento, divulgação e distribuição
Avaliação	Revisão pelos pares realizada pelo conselho editorial
Produção	Fase da preparação envolve o processo de editoração: diagramação, normalização e produção gráfica
Divulgação	Desenvolvimento de estratégias de marketing. Definição de ferramentas/canais utilizados para divulgação das obras impressas e/ou eletrônicas
Distribuição	Definição de ferramentas para vendas que pode ocorrer diretamente pela editora, por distribuidores, livreiros e feiras
Variáveis Externas	Descrição
Legislação	Regulamentação da política do livro digital no país, bem como a constituição de políticas e diretrizes para as publicações de acesso aberto
Tecnologia	Uso de novas plataformas digitais
Economia	Desenvolvimento econômico e carga tributária
Cultura	Crescimento do número de leitores digitais e familiaridade com as plataformas
Capacitação	Treinamento das equipes para uso de novas tecnologias

Quadro 2 – Atores e sua descrição

Atores Internos	Descrição
Diretoria	Coordena a definição e a aplicação de políticas para publicação, financiamento, divulgação, distribuição e gestão da produção editorial
Conselho Editorial	Define a política editorial, aprova a avaliação por pares para a publicação
Equipe de Editoração	Responsável pela produção editorial na fase da diagramação, normalização e produção gráfica
Equipe de comunicação e marketing	Desenvolve estratégias de marketing para promoção e divulgação das publicações
Equipe comercial	Define quais ferramentas de vendas serão utilizadas. Realiza contratos com distribuidores e livreiros. Elabora os relatórios vendas
Atores Externos	Descrição
Financiadores	Instituições de fomento a pesquisa, governo e colaborativo
Autor	Produtor intelectual da obra
Biblioteca	Responsável pela guarda, preservação e disseminação da produção científica
Leitor	Usuários potenciais de obras impressas e digitais
Equipe de Tecnologia da Informação	Visa a preparação da equipe para utilização de novas tecnologias

1 Qual o grau de influência direta que uma variável exerce sobre a outra?

Sobre a variável		INTERNAS					EXTERNAS				
		Gestão	Avaliação	Produção	Divulgação	Distribuição	Legislação	Tecnologia	Economia	Cultura	Capacitação
Influência da variável											
INTERNAS	Gestão										
	Avaliação										
	Produção										
	Divulgação										
	Distribuição										
EXTERNAS	Legislação										
	Tecnologia										
	Economia										
	Cultura										
	Capacitação										

Legenda: Grau de influência de uma variável sobre a outra:

(0) Sem Influência Direta;

(1) Fraca;

(2) Média;

(3) Forte; e

(P) Potenciais (podem ocorrer em algum momento no futuro).

2 Qual o grau de influência que um ator exerce sobre o outro?

Sobre Atores		INTERNOS					EXTERNOS				
		Diretoria	Conselho editorial	Equipe de editoração	Equipe de comunicação e marketing	Equipe comercial	Financiadores	Autor	Biblioteca	Leitor	Equipe de Tecnologia da Informação
Influência Atores											
INTERNOS	Diretoria										
	Conselho editorial										
	Equipe de editoração										
	Equipe de comunicação e marketing										
	Equipe comercial										
EXTERNOS	Financiadores										
	Autor										
	Biblioteca										
	Leitor										
	Equipe de Tecnologia da Informação										

Legenda: Grau de influência de um ator sobre o outro em relação ao/à:

- (0) **Sem Influência Direta**, ou seja, o ator x tem pouca ou nenhuma influência sobre o ator y;
- (1) **Processos**, ou seja, o ator x pode influenciar de modo limitado os processos operatórios de gestão do ator y;
- (2) **Projetos**, ou seja, o ator x pode influenciar a realização dos projetos do ator y;
- (3) **Missão**, ou seja, o ator x pode influenciar o cumprimento de suas missões do ator y; e
- (4) **Existência**, ou seja, o ator x pode influenciar a própria existência.

3 O grau de relevância do objetivo/desafio em relação aos atores?

Objetivos		Dirigir as atividades	Aprovar os pareceres	Produção das publicações	Promoção e divulgação	Vendas e distribuição	Patrocinar a produção	Produzir as obras	Preservar e disseminar	Hábitos de leitura	Novas tecnologias
INTERNOS	Diretoria										
	Conselho editorial										
	Equipe de editoração										
	Equipe de comunicação e marketing										
	Equipe comercial										
EXTERNOS	Financiadores										
	Autor										
	Biblioteca										
	Leitor										
	Equipe de Tecnologia da Informação										

Legenda:

O objetivo tem consequência em relação ao ator sobre seu/sua: o sinal (+/-) **indica se o ator é favorável ou desfavorável ao objetivo;**

(0) o objetivo é pouco consequente;

(1) o objetivo tem consequências sobre os processos do ator/ é indispensável para o bom funcionamento dos processos operacionais, de gestão, etc.;

(2) o objetivo tem consequências sobre os projetos do ator/ é indispensável para a realização de seus projetos;

(3) o objetivo tem consequências sobre a missão do ator/ é indispensável para o cumprimento de sua missão;

(4) o objetivo tem consequências sobre a existência do ator/ é indispensável para a sua perenidade.

DESCRIÇÃO DOS OBJETIVOS	OBJETIVO
Planejar, organizar, controlar, e dirigir as atividades inerentes à Editora	Dirigir as atividades
Aprovar os pareceres e definir a política editorial	Aprovar os pareceres
Desenvolver as atividades operacionais diretamente relacionadas à produção das publicações	Produção das publicações
Desenvolver as atividades relacionadas à promoção e divulgação das publicações	Promoção e divulgação
Definir as ferramentas/canais para venda	Vendas e distribuição
Patrocinar a produção e publicação científica	Patrocinar a produção
Produzir as obras	Produzir as obras
Preservar e disseminar a produção científica	Preservar e disseminar
Criar e fortalecer os hábitos de leitura	Hábitos de leitura
Identificar e utilizar novas tecnologias	Novas tecnologias

APÊNDICE C – Formulario de consentimiento libre y aclarado

João Pessoa, Brasil, junio de 2019

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO LIBRE Y ACLARADO

Le invitamos a participar de esta investigación titulada “Perspectivas de la publicación de libros en formato digital por las editoriales universitarias de la América Latina y del Caribe”, y está siendo desarrollada por Robéria Andrade, Doctoranda en Ciencia de la Información de la Universidad Federal de Paraíba (UFPB), bajo la orientación del Prof. Dr. Wagner Junqueira de Araújo.

La investigación está vinculada al Programa de Posgrado en Ciencia de la Información de la Universidad Federal de Paraíba y tiene como objetivo general “Investigar la perspectiva de la publicación de libros en formato digital en el proceso editorial en las editoriales universitarias”. El principal beneficio de la investigación es presentar la perspectiva de la producción de libros en formato digital en el proceso editorial, de forma que pueda direccionar políticas para el mejor desarrollo del mercado editorial del libro digital académico.

Solicitamos su colaboración en responder al cuestionario, para que el objetivo de la investigación sea alcanzado, así como su autorización para presentar los resultados de este estudio en los eventos del área y publicar en revista científica nacional y/o internacional. Con la publicación de los resultados, la investigación es confidencial, resguardando el nombre de la editorial participante. Esta investigación no proyecta riesgos al participante.

Aclaremos que su participación en el estudio es voluntaria, la editorial no está obligada a suministrar las informaciones. Por lo tanto, reservamos su derecho de solicitar su retirada de la investigación en cualquier momento.

Cualquier duda al llenar el cuestionario, favor nos consultar. Estamos a su disposición para cualquier aclaración que considere necesaria en cualquier etapa de la investigación.

Le agradecemos por su colaboración.

Robéria de Lourdes de V. Andrade – Doctoranda en Ciencia de la Información de la UFPB
Prof. Dr. Wagner Junqueira de Araújo – Orientador de la investigación, profesor del Programa de Posgrado en Ciencia de la Información de la UFPB.

() Delante de las aclaraciones arriba descritas, declaro que fui debidamente aclarado (a) y doy mi consentimiento para participar en la investigación y la publicación de los resultados.

() Delante de las aclaraciones arriba descritas, declaro que no quiero participar en la investigación.

Contacto con la investigadora responsable: en caso de que requiera informaciones adicionales sobre este estudio, favor llamar a la investigadora **Robéria Andrade**

Teléfono: +55 82 99969-6903

e-mail: roberiabiblio@gmail.com; roberia.andrade@ichca.ufpb.br o

Comité Ético en Investigación del CCS/UFPB – Ciudad Universitaria/Campus I
 Edif. Arnaldo Tavares, aula 812–Teléfono: +55 83 3216-7791 – email: eticaccs@ccs.ufpb.br

APÉNDICE D – Cuestionario Editoriales Universitarias en español

CARACTERIZACIÓN DE LA EDITORIAL UNIVERSITARIA	
1. Nombre/Abreviatura, Local (Sede)/País e institución que está vinculada:	
2. ¿Posee filiales? En caso que la respuesta sea sí, ¿en cuáles ciudades?	
3. Segmento editorial (Múltiple elección):	<input type="checkbox"/> Científicos, técnicos y profesionales <input type="checkbox"/> Obras Generales <input type="checkbox"/> Libros didácticos <input type="checkbox"/> Religiosos <input type="checkbox"/> ¿Otros?
4. Con respecto a la estructura editorial y administrativa, la editorial está vinculada al/a la:	<input type="checkbox"/> Rectorado <input type="checkbox"/> Unidad/Centro de enseñanza <input type="checkbox"/> Biblioteca <input type="checkbox"/> Otra. ¿Cuál?
SOBRE LA EVALUACIÓN	
5. ¿La editorial tiene la presencia de consejo editorial?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
6. ¿Existe una política editorial?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
7. ¿Cómo se hace el proceso de evaluación?	
SOBRE LA PRODUCCIÓN	
8. Su editorial produce libros en los formatos:	<input type="checkbox"/> Impreso (Ir para la cuestión 16) <input type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> En los dos formatos (Impreso/Digital)
Si usted indicó que publica títulos en formato digital, responda a las siguientes preguntas:	
9. ¿Cuánto fue el total de la producción de títulos en 2018 en el formato digital?	<input type="checkbox"/> 0 a 50 títulos <input type="checkbox"/> 50 a 100 títulos <input type="checkbox"/> 100 a 200 títulos <input type="checkbox"/> 200 a 400 títulos <input type="checkbox"/> Más de 400 títulos
10. ¿Pretende expandir el número de esa producción en formato digital?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
11. ¿En cuáles formatos son publicados?	<input type="checkbox"/> PDF <input type="checkbox"/> Epub <input type="checkbox"/> Mobi <input type="checkbox"/> PRC / AZW (Kindle) EPUB3 <input type="checkbox"/> aplicaciones para iPhone / iPad <input type="checkbox"/> XML (diferente de Epub) Aplicaciones HTML / XHTML para Android HTML5

	DAISY () Otros. Por favor, indique cuáles:
12. ¿Existe la opción de imprimir bajo demanda?	() Sí. Por favor, indique en cuáles casos son ofrecidos _____ () No
13. ¿La editorial posee un equipo propio para el desarrollo del contenido digital (producción, conversión, divulgación y distribución)?	() Sí () No
14. ¿Utiliza el DOI?	() Sí () No
15. ¿Cuál plataforma es utilizada en el proceso de edición y producción gráfica?	
Si publica solamente en formato impreso, responda las siguientes preguntas:	
16. ¿Cuánto fue la producción de títulos en 2018 impresos?	() 0 a 50 títulos () 50 a 100 títulos () 100 a 200 títulos () 200 a 400 títulos () Más de 400 títulos
17. ¿Cuáles son las razones para no publicar en formato digital?	
18. ¿Cuáles son las perspectivas de la editorial con respecto a la producción en formato digital?	
SOBRE LA DIVULGACIÓN	
19. ¿La editorial suele elaborar planes de marketing?	() Nunca () Casi nunca () Eventualmente () Casi siempre () Siempre
20. ¿Cuáles son los canales utilizados para la divulgación de sus productos?	() Ninguno, solamente libros en acceso abierto son publicados () Sitio web de la editorial () Sitio web de la universidad () Redes sociales. Indique: () Otros. ¿Cuáles?
21. ¿La editorial invierte en la divulgación de sus productos en formato digital?	() Nunca () Casi nunca () Eventualmente () Casi siempre () Siempre
SOBRE LA DISTRIBUCIÓN	
22. ¿La editorial posee librería propia?	() Ambiente físico

	() Plataforma Digital
23. ¿Cuáles son los canales de comercialización utilizados por la editorial (Múltiple elección):	() Distribuidores () Librerías universitarias () En línea () Exportación () Ferias y eventos () Otros canales. ¿Cuáles?
24. ¿Cómo se da el acceso a las obras en formato digital de la editorial?	() Acceso gratuito a todas las obras () Venta sin acceso gratuito () Acceso gratuito al formato digital y con venta de las obras en formato impreso () ¿Otro tipo?
25. ¿La editorial suele comercializar los libros digitales a través de cuáles plataformas?	() Propia (librería virtual, sitio web): posee plataforma propia para sus libros digitales, independientemente del formato () Vía distribuidores digitales, trabaja con distribuidoras digitales como Xeriph y DLD () Directamente con librerías que poseen sus propias plataformas digitales (como Librería Cultura, Saraiva, SciELO, etc.) () Plataforma agregadora para bibliotecas, nube, etc. Si posible responda libremente
26. ¿En cuáles canales los libros de acceso abierto están disponibles?	() Propio (librería virtual, sitio web) () En el repositorio institucional () En plataformas de agregación () Otros. Por favor indique cuáles:
CON BASE EN SU EXPERIENCIA:	
27. ¿Usted considera que las obras agotadas pueden estar disponibles en línea o bajo demanda?	
28. ¿Las obras que son frutos de investigación en la universidad podrían estar disponibles libremente?	
29. ¿La editorial apoya la disponibilidad de libros agotados en formato digital?	
30. ¿Y el acceso a las obras agotadas podría ser libre?	
31. ¿Cuál es la plataforma utilizada por la editorial para la gestión editorial?	
32. ¿Usted conoce el <i>software</i> Open	() Sí (ir para la cuestión 35)

Monograph Press?	<input type="checkbox"/> No
Si usted no lo conoce, responda:	
33. ¿La editorial tiene perspectiva de utilizar el <i>software</i> específico para la gestión editorial?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
34. ¿Hay algún <i>software</i> que está siendo analizado para el uso? ¿Cuál?	
Si respondió sí, contesta las siguientes preguntas:	
35. ¿Cuáles son los motivos para el uso del Open Monograph Press?	<input type="checkbox"/> Facilidad del uso de la herramienta <input type="checkbox"/> Recomendación de la institución <input type="checkbox"/> Recomendación de otras instituciones <input type="checkbox"/> Bajo costo de publicación <input type="checkbox"/> Impacto, accesibilidad e visibilidad de las obras <input type="checkbox"/> Estándar OAI y su relación con el <i>software</i> libre <input type="checkbox"/> Forma de archivamiento <input type="checkbox"/> Forma de publicación <input type="checkbox"/> Asistencia y soporte técnico por el IBICT
36. ¿Cuáles son los recursos que la editorial utiliza en el Open Monograph Press?	<input type="checkbox"/> Gestión del proceso editorial <input type="checkbox"/> Secciones (partes del libro) <input type="checkbox"/> Sumisión de las publicaciones <input type="checkbox"/> Evaluación por pares <input type="checkbox"/> Catálogo
37. ¿Hay algo con respecto a la editorial universitaria que no fue abordado en este cuestionario, pero que a usted le gustaría opinar?	

Esta investigación está basada en el método de los escenarios prospectivos de Michel Godet. Tiene como objetivo explorar los diferentes escenarios posibles para el mercado editorial del libro académico. Para auxiliar nuestra investigación, necesitamos verificar su percepción sobre la influencia/dependencia entre las variables y actores y el grado de relevancia del objetivo en relación con los actores contenidos en las tablas. Las variables y los actores fueron identificados a partir del levantamiento bibliográfico acerca del mercado editorial. Con base en su opinión y experiencias sobre el Mercado Editorial del Libro Académico, solicitamos que apunte el grado de influencia que una variable ejerce sobre la otra.

Tabla 1 – Variables y su descripción

Variables Internas	Descripción
Gestión	Gestión de la producción editorial, definición y aplicación de políticas para publicación, financiamiento, divulgación y distribución
Evaluación	Revisión por pares realizada por el consejo editorial
Producción	Fase de preparación envuelve el proceso de edición: diagramación, normalización y producción gráfica
Divulgación	Desarrollo de estrategias de marketing. Definición de herramientas/canales utilizados para la divulgación de las obras impresas y/o electrónicas
Distribución	Definición de herramientas para ventas que puede ocurrir directamente por la editorial, por distribuidores, librerías y ferias
Variables Externas	Descripción
Legislación	Reglamentación de la política del libro digital en el país, así como la constitución de políticas y directrices para las publicaciones de acceso abierto
Tecnología	Uso de nuevas plataformas digitales
Economía	Desarrollo económico y carga tributaria
Cultura	Crecimiento del número de lectores digitales y familiaridad con las plataformas
Capacitación	Entrenamiento de los equipos para el uso de las nuevas tecnologías

Tabla 2 – Actores y su descripción

Actores Internos	Descripción
Directoria	Coordina la definición y la aplicación de políticas para la publicación, financiamiento, divulgación, distribución y gestión de la producción editorial
Consejo Editorial	Define la política editorial, aprueba la evaluación por pares para la publicación
Equipo de Edición	Responsable por la producción editorial en la fase de la diagramación, normalización y producción gráfica
Equipo de comunicación y marketing	Desarrolla estrategias de marketing para la promoción y divulgación de las publicaciones
Equipo comercial	Define cuáles herramientas de ventas serán utilizadas. Realiza contratos con distribuidores y librerías. Elabora los informes de ventas
Actores Externos	Descripción
Financiadores	Instituciones de fomento a la investigación, gobierno y colaborativo
Autor	Productor intelectual de la obra
Biblioteca	Responsable por la guarda, preservación y disseminación de la producción científica
Lector	Usuarios potenciales de obras impresas y digitales
Equipo de Tecnología de la Información	Visa la preparación del equipo para la utilización de nuevas tecnologías

1 ¿Cuál es el grado de influencia directa que una variable ejerce sobre la otra?

Sobre la variable		INTERNAS					EXTERNAS				
		Gestión	Evaluación	Producción	Divulgación	Distribución	Legislación	Tecnología	Economía	Cultura	Capacitación
Influencia de la variable											
INTERNAS	Gestión										
	Evaluación										
	Producción										
	Divulgación										
	Distribución										
EXTERNAS	Legislación										
	Tecnología										
	Economía										
	Cultura										
	Capacitación										

Leyenda: Grado de influencia de una variable sobre la otra:

(0) Sin Influencia Directa;

(1) Débil;

(2) Media;

(3) Fuerte; y

(P) Potenciales (pueden ocurrir en algún momento en el futuro).

2 ¿Cuál es el grado de influencia que un actor ejerce sobre el otro?

Sobre Actores		INTERNOS					EXTERNOS				
		Directoria	Consejo editorial	Equipo de edición	Equipo de comunicación y marketing	Equipo comercial	Financiadores	Autor	Biblioteca	Lector	Equipo de Tecnología de la Información
Influencia Actores		Directoria	Consejo editorial	Equipo de edición	Equipo de comunicación y marketing	Equipo comercial	Financiadores	Autor	Biblioteca	Lector	Equipo de Tecnología de la Información
INTERNOS	Directoria										
	Consejo editorial										
	Equipo de edición										
	Equipo de comunicación y marketing										
	Equipo comercial										
EXTERNOS	Financiadores										
	Autor										
	Biblioteca										
	Lector										
	Equipo de Tecnología de la Información										

Leyenda: Grado de influencia de un actor sobre el otro en relación con:

- (0) **Sin Influencia Directa**, o sea, el actor x tiene poca o ninguna influencia sobre el actor y;
- (1) **Procesos**, o sea, el actor x puede influenciar de modo limitado los procesos operatorios de gestión del actor y;
- (2) **Proyectos**, o sea, el actor x puede influenciar la realización de los proyectos del actor y;
- (3) **Misión**, o sea, el actor x puede influenciar el cumplimiento de sus misiones del actor y; y
- (4) **Existencia**, o sea, el actor x puede influenciar la propia existencia.

3 ¿El grado de relevancia del objetivo/desafío en relación con los actores?

Actores	INTERNOS					EXTERNOS				
	Directoria	Consejo editorial	Equipo de edición	Equipo de comunicación y marketing	Equipo comercial	Financiadores	Autor	Biblioteca	Lector	Equipo de Tecnología de la Información
Objetivos										
Dirigir las actividades										
Aprobar los informes										
Producción de las publicaciones										
Promoción y divulgación										
Ventas y distribución										
Patrocinar la producción										
Producir las obras										
Preservar y diseminar										
Hábitos de lectura										
Nuevas tecnologías										

Leyenda:

El objetivo tiene consecuencia en relación con el actor sobre su: el signo (+/-) indica si el actor es favorable o desfavorable al objetivo;

(0) el objetivo es poco consecuente;

(1) el objetivo tiene consecuencias sobre los procesos del actor/ es indispensable para el buen funcionamiento de los procesos operacionales, de gestión, etc.;

(2) el objetivo tiene consecuencias sobre los proyectos del actor/ es indispensable para la realización de sus proyectos;

(3) el objetivo tiene consecuencias sobre la misión del actor/ es indispensable para el cumplimiento de su misión;

(4) el objetivo tiene consecuencias sobre la existencia del actor/ es indispensable para su perennidad.

Descripción de los objetivos	Objetivo
Planificar, organizar, controlar, y dirigir las actividades inherentes a la editorial	Dirigir las actividades
Aprobar los informes y definir la política editorial	Aprobar los informes
Desarrollar las actividades operacionales directamente relacionadas a la producción de las publicaciones	Producción de las publicaciones
Desarrollar las actividades relacionadas a la promoción y divulgación de las publicaciones	Promoción y divulgación
Definir las herramientas/canales para venta	Ventas y distribución
Patrocinar la producción y publicación científica	Patrocinar la producción
Producir las obras	Producir las obras
Preservar y diseminar la producción científica	Preservar y diseminar
Crear y fortalecer los hábitos de la lectura	Hábitos de lectura
Identificar y utilizar nuevas tecnologías	Nuevas tecnologías