



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

WESLEY FREITAS DE SOUZA

**POLÍTICAS DE DIVULGAÇÃO DO CONHECIMENTO: UM ESTUDO
DAS ESTRATÉGIAS COMUNICATIVAS DA EDITORA EDUEPB**

CAMPINA GRANDE - PB

SETEMBRO/2013

WESLEY FREITAS DE SOUZA

**POLÍTICAS DE DIVULGAÇÃO DO CONHECIMENTO: UM ESTUDO
DAS ESTRATÉGIAS COMUNICATIVAS DA EDITORA EDUEPB**

Artigo apresentado ao curso de Bacharelado em
Comunicação Social – habilitação em Jornalismo –
da Universidade Estadual da Paraíba, em
cumprimento à exigência para obtenção do grau de
Bacharel.

Orientador: Prof.^a Dr. Cidival Morais de Sousa

CAMPINA GRANDE - PB

SETEMBRO/2013

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA SETORIAL CIA 01 – UEPB

S719p Souza, Wesley Freitas de.

Políticas de divulgação do conhecimento: um estudo das estratégias comunicativas da editora Eduepb [Manuscrito]./Wesley Freitas de Souza. – 2013.

20f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2013.

“Orientação: Prof. Dr. Cidoval Morais de Sousa, Departamento de Comunicação Social”.

1. Eduepb. 2. Livro universitário. 3. Políticas de comunicação. I. Título.

21. ed. CDD 302.2

WESLEY FREITAS DE SOUZA

**POLÍTICAS DE DIVULGAÇÃO DO CONHECIMENTO: UM ESTUDO
DAS ESTRATÉGIAS COMUNICATIVAS DA EDITORA EDUEPB**

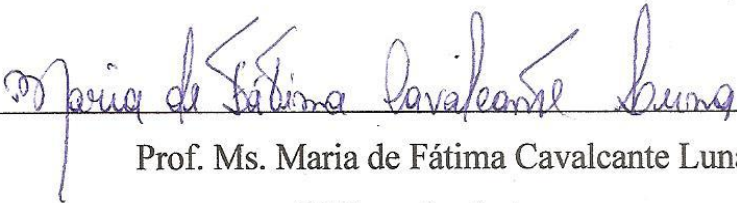
Artigo apresentado ao curso de Bacharelado em Comunicação Social – habilitação Jornalismo – da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel.

Artigo aprovado em 10 de 09 de 2013

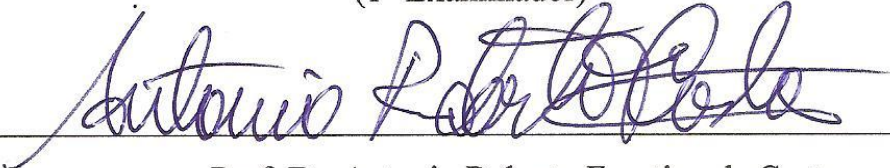
BANCA EXAMINADORA



Prof.ª Dr. Cidovai Morais de Sousa
(Orientador)



Prof. Ms. Maria de Fátima Cavalcante Luna
(1º Examinador)



Prof. Dr. Antonio Roberto Faustino da Costa
(2º Examinador)

Dedico este trabalho aos meus pais *Maria Betânia Freitas de Souza e Arlindo Zacarias de Souza*,
minha maior referência de respeito e amor.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus com sua imensa bondade me fez forte e acreditar em meu potencial.

Ao professor Cidoval Moraes, meu orientador durante este trabalho.

Aos meus irmãos Adilson Freitas de Souza, Allyne Wandecledina F. de Souza e Allan Kleber F. de Souza.

Aos minhas avós Maria José de Souza e Albertina Alves e aos meus avôs João Zacarias de Souza (*inmemoriam*) e Osvaldo Alves Pereira, que sempre me deram todo amor e apoio. Bem como minhas tias Maria das Graças de Souza (*inmemoriam*), Geresa de Souza, Jânia Maria de Souza, Maria do Rosário do Nascimento, Rosimere Freitas e ao tio Geovane Zacarias; que desde minha infância contribuíram com minha educação.

A todos os meus professores, desde os primeiros, que tiveram como missão ensinar-me a ler e escrever, até os mais recentes que me acompanharam durante minha graduação em Comunicação Social. Sem eles não seria possível a conclusão do mesmo.

Aos amigos Alan Kardec Reis e Alexandre Rossine. As amigas Lúcia Catarina Correia e Wilávia Ferreira Alves.

Aos meus amigos de infância Abraão Teodósio Soares, Maria de Lourdes Mendonça, Vanessa Pereira do Nascimento e Francisca de Assis.

Finalmente, as amigas Laís Coelho de Sousa e Thamara Lima Vieira Santos, pela parceria durante esses quatro anos de graduação.

POLÍTICAS DE DIVULGAÇÃO DO CONHECIMENTO: UM ESTUDO DAS ESTRATÉGIAS COMUNICATIVAS DA EDITORA EDUEPB

SOUZA, Wesley Freitas de¹

RESUMO

Este trabalho apresenta os resultados obtidos de um estudo sobre as estratégias utilizadas pela Editora da Universidade Estadual da Paraíba (Edupeb), para divulgar seu principal produto: O Livro Universitário. Faz-se, em primeiro momento, uma síntese histórica das editoras universitárias no Brasil, pontuando desafios e conquistas, onde se inclui a trajetória da EDUEPB. Por meio de documentos, relatórios, monografia e textos consultados, foi possível traçar o perfil atual da editora e analisar algumas de suas estratégias de divulgação do livro universitário. Dentre os resultados obtidos destacam-se que o crescimento da editora nos últimos anos resulta de um conjunto de fatores que vão desde o apoio institucional, passando pela qualificação técnica, estética e de conteúdo, até políticas de preços inovadoras.

Palavras-chave: Edupeb. Livro universitário. Políticas de comunicação.

¹ Graduando do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. E-mail: wesl_ley_freitas@hotmail.com.

1. INTRODUÇÃO

A edição universitária foi à atividade mais significativa no mercado editorial do final da década de 1960. A Universidade de Brasília (UnB) e a Universidade de São Paulo (USP) criaram as primeiras editoras universitárias do país em 1961 e 1962, respectivamente. Em meio ao regime militar as editoras universitárias também sofreram um retraimento de suas políticas editorial, com a imposição da censura prévia, perseguição de autores e editores e fechamento de casas editoriais. Só a partir de 1982 ocorreu uma reativação mais expressiva que contribuiu com o surgimento de novas editoras universitárias, instituídas como órgãos que selecionam, produzem e divulgam suas obras unificadas com a formação de conselhos, regimentos e linhas editoriais.

Através da criação da Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU), do Programa de Estímulo à Editoração do Trabalho Intelectual das Instituições de Ensino Superior Federais, da Secretaria de Ensino Superior do MEC (PROED) e do Programa Interuniversitário para a Distribuição do Livro (PIDL). As editoras universitárias desenvolveram sua própria identidade e, a partir de então, desvincularam sua imagem como gráfica, multiplicadora de obras restritas ou de apadrinhamentos de sua direção.

Atualmente, 554 editoras universitárias atuam em toda América Latina e no Caribe, responsáveis por quase 10% dos livros publicados no Brasil (Bufren, 2011). Com o objetivo de estimular à produção intelectual dos próprios docentes, pesquisadores e estudantes contrapondo-se a uma corrente defensora da ampliação do leque temático, conforme expôs Bufren (2011, p. 135):

A primeira posição supõe a editora como um elemento mediador entre as informações e conhecimentos produzidos no âmbito das instituições de ensino superior (IES) e a sociedade. Já a segunda posição, ao trazer o mundo para a universidade, numa relação de permanente diálogo, também movimenta a instituição em direção ao mundo, tanto produzindo para a comunidade externa quanto desvendando o que de mais autêntico ou de mais importante e recente para publicar.

É missão de uma editora acadêmica a divulgação do conhecimento de modo abrangente, a um público amplo, não restrito apenas à comunidade universitária, ou seja, não se restringe a alcançar o público interno, justamente por desempenharem um papel dinamizador da cultura. Esta contribuição conquistada pelas editoras universitárias no Brasil é o resultado de um vasto histórico de lutas pela leitura e pela literatura explorada por cidadãos infatigáveis através do atual Plano Nacional do Livro e Leitura (PNLL). A partir de

2003 inúmeros PNLLs foram implantados, caracterizando uma nova realidade político-institucional, como nos coloca Marques Neto (2011, p.21):

No caso do Brasil, o governo retomou a luta pelo livro, pela leitura e a literatura como perspectiva e escala de política pública que se pretende estabelecer como Política de Estado, política duradoura e permanente que venha a ser a mais abrangente e amplificadora do que já se fez aqui (...), ou seja, vivemos hoje um movimento que encontra nas políticas públicas o apoio e parceria contra a reserva da informação, do conhecimento e da reflexão para poucos e a favor da luta pelo direito à leitura para todos.

A Editora da Universidade Estadual da Paraíba (EDUEPB) tem buscado conquistar seu espaço entre as editoras universitárias nacionais com a proposta de difundir a ciência e a cultura por meio da publicação de livros e periódicos; promover o intercâmbio cultural por meio de traduções de obras de relevância acadêmica e social; incentivar novos autores através da divulgação de trabalhos acadêmicos; manter laços com outras editoras universitárias através de parcerias em forma de coedições de projetos de âmbito regional, estadual e nacional. A EDUEPB também dissemina, comercializa, distribui e faz circular obras de qualidade e relevância científica, cultural e/ou didática, de forma a atender os interesses de ensino, pesquisa e extensão da comunidade acadêmica, em particular, e da sociedade de um modo geral; através de estratégias de divulgação que evidenciam e dão destaque a suas obras.

As editoras universitárias, contudo, já enfrentam um novo mundo, um mundo em rede, não obstante, exercem seu papel inovando suportes e materializações, gerando, preservando e disponibilizando de modo permanente a informação gerada pelo homem e a sua memória, possibilitando às próximas gerações o acesso ao conhecimento produzido e acumulado, como afirma Borges (1979, p.5):

Dos diversos instrumentos utilizados pelo homem, o mais espetacular é sem dúvida, o livro. Os demais são extensões de seu corpo. O microscópio, o telescópio são extensões de sua visão; o telefone é a extensão de sua voz; em seguida, temos o arado, a espada, extensões de seu braço. O livro, porém, é outra coisa.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Apresentar e discutir as estratégias de divulgação do livro universitário promovidos pela Editora da Universidade Estadual da Paraíba (EDUEPB) e seus resultados.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Levantar o histórico das editoras universitárias no Brasil apresentando os acontecimentos mais relevantes de seu histórico.
- b) Analisar o desenvolvimento da Editora da Universidade Estadual da Paraíba (EDUEPB) e sua linha de produção.

3. METODOLOGIA

Para realizar este trabalho foram consultados documentos, relatórios, monografias e textos que possibilitaram uma leitura abrangente do lugar das editoras universitárias em nossa sociedade. No caso da EDUEPB, especificamente, foram consultados documentos de criação, regulamentos, estatuto da universidade, monografia produzida sobre estratégias de vendas e materiais de divulgação, textos de campanhas promocionais, dentre outros. Assim a presente pesquisa se caracteriza, portanto, como descritiva no contexto dos enfoques qualitativos.

4. REVISÃO DE LITERATURA

A priori, o surgimento das editoras universitárias realizou-se com uma atividade intensa de publicação de periódicos, contudo, mesmo existindo uma comissão editorial ou consultorias para aprovação dos textos, esses periódicos não recebiam divulgação nem eram comercializadas, conseqüentemente era inviável poder considerar que havia uma editora universitária.

Assima edição de livros universitários no Brasil iniciou-se na década de 1960. As primeiras editoras universitárias brasileiras foram as da Universidade de Brasília e da Universidade de São Paulo, em 1961 e 1962, respectivamente. As editoras foram surgindo e evoluindo a partir dos serviços gráficos das imprensas universitárias. No Brasil, os termos, gráfica e editora são geralmente confundidos. Bufrem (2001), em sua obra “Editoras Universitárias no Brasil”, explica como sendo uma falta de precisão dos termos e pelo uso em língua inglesa do termo *universitypress* para designar o que no Brasil se entende como editora universitária - órgão de instituição de ensino superior responsável pela publicação dos textos diversos selecionados previamente por um conselho ou comissão editorial. Competindo a esta instituição, o dever em divulgação e comercialização de sua produção, independente do dispositivo utilizado.

O período do surgimento dessas editoras universitárias no Brasil, coincidiu com o regime da ditadura militar brasileira, conseqüentemente, as produções das editoras tiveram de ter conteúdos peculiares, como a produção de material administrativo.

No final da década de 1960 o Estado permitiu consolidar o “capitalismo tardio” (conceito usado pelos neomarxistas para se referir ao capitalismo naquele estágio), e que afeta positivamente as editoras universitárias e sua produção. Segundo Renato Ortiz, traz conseqüências imediatas, pois, “paralelamente ao crescimento do parque industrial e do mercado interno de bens materiais, fortalece-se o parque industrial da produção da cultura e o mercado de bens culturais”.

Durante o período ditatorial, muitas imprensas universitárias desviaram-se, sem seguir uma linha editorial ou compromisso com uma universidade. Os reitores eram nomeados pelas autoridades do regime e estes reitores acabavam por exercer a função de fomentadores ou censores das publicações. Contudo, algumas imprensas universitárias desenvolveram-se se apoiando em uma política editorial definida por conselhos.

Entre 1963 e 1970 não houve criação de nenhuma editora universitária nas instituições de ensino superior no Brasil. À reativação só veio acontecer em 1971, com a criação da Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A partir de 1982 o movimento ganha intensidade, crescendo assim também, o movimento em prol de uma política geral de editoração, para que alguns passos fossem dados, tais como: a criação do Projeto de Estímulo à Editoração do Trabalho Intelectual nas Instituições de Ensino (Proed), do desenvolvimento do Programa Interuniversitário para Distribuição do Livro (PIDL) e o encontro pioneiro em Niterói. Entre 1985 e 1988 foi evidenciado o maior movimento do segmento nos últimos trinta anos, contabilizando a criação de dezenove editoras.

Dentro do contexto social, o papel das editoras universitárias no processo de socialização do conhecimento e da cultura é fundamental e de extrema importância na formação do conhecimento e na produção e divulgação dos estudos das universidades. O livro universitário é o seu produto, instrumento e componente material dessa dinâmica de transformação. A editora universitária identificada com a universidade é, também, privilegiada até mesmo por um argumento histórico: o livro universitário está intimamente ligado ao contexto medieval e ao momento em que surgiram as primeiras universidades. Em função do ensino, o livro era instrumento vital para o trabalho e a própria existência da instituição. A editoração de textos é, desde então, uma atividade inerente à instituição universitária.

As editoras Universitárias têm, em sua natureza, o dever com as suas instituições acadêmicas de difundir e divulgar os seus produtos intelectuais. Cabe à editora universitária disseminar a pesquisa realizada no âmbito da universidade ao qual esta pertença. Sua real preocupação não se dá a área comercial e o ao lucro como retorno. Uma editora universitária se distingue de uma editora comercial. Cabe à editora universitária atender às necessidades da comunidade acadêmica, buscando a cima de tudo, o refinamento do saber, além de produzir reflexões, de conhecimentos gerais ou específicos a diferentes áreas do saber.

Após a instalação da Associação Brasileira das Editoras Universitárias (Abeu), as editoras universitárias ganharam uma nova contribuição de estímulo, à publicação do livro universitário. Um dos principais pilares da Abeu é a exigência de uma maior profissionalização de suas filiadas.

Para que uma editora universitária possa se tornar uma filial da Abeu é necessário, a priori, e conforme exigência de seu Estatuto, a criação de um Conselho Editorial à editora interessada, contudo a editora precisa, necessariamente, está ligada a um IES (Instituição de Ensino Superior). Essa cobrança da Abeu visa, acima de tudo, conscientizar os editores de seu diferencial em relação às editoras privadas. Através de um conselho formado por docentes da universidade para se discutir ou tomar decisões sobre as publicações, e tornando a produção um produto da Universidade.

A partir de seu objetivo, pode-se observar que uma editora universitária não deve almejar em se transformar em uma empresa comercial, pois está trairia sua própria identidade. Sua missão editorial vai além da mera busca do lucro, pois sua finalidade é a disseminação do conhecimento. Por isso, o lucro, de uma editora universitária, aparece em segundo plano, entretanto, uma editora universitária também tem despesas em suas atividades editoriais. Portanto, uma editora universitária deve encontrar um equilíbrio entre as suas diferentes

características, que é consequência de sua dupla inserção em seu contexto universitário e no mercado editorial. Um empreendimento cultural, de acordo com o interesse e a legislação pública, e ao mesmo tempo apta a disputar consumidores, principalmente, ocupando nichos considerados pouco lucrativos pelo grande mercado, como é o caso da literatura acadêmica, ou seja, o preço que cobrisse as despesas da publicação como um todo, seria o mais oportuno. Neste caso, um pequeno lucro pode ser considerável justificável, como recurso de investimento na ampliação da produção e do seu mercado consumidor. Ampliando o mercado, além de permitir um maior cumprimento da missão de disseminar a cultura, barateia o custo do livro.

5. A EDUEPB

A Editora da Universidade Estadual da Paraíba (EDUEPB), como já sinalizado na introdução, foi instituída em 1998 e tem como função principal contribuir para a divulgação do conhecimento, tornando possível, por meio da publicação, o acesso do público em geral aos resultados das atividades de ensino, pesquisa e extensão que a Universidade desenvolve. Desenvolve em sua missão editar, coeditar, publicar, produzir e incentivar a produção, disseminar, comercializar, distribuir e fazer circular obras de qualidade e relevância científica, cultural e/ou didática, de forma a atender os interesses de ensino, pesquisa e extensão da comunidade acadêmica, em particular, e da sociedade de um modo geral.

Para poder se traçar um histórico da EDUEPB, se faz necessário primeiramente, fazer um breve apontamento sobre sua instituição de origem: A Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). O surgimento da UEPB se deu em 15 de março de 1966. O então prefeito de Campina Grande – PB Williams Arruda, sanciona a Lei de nº. 23/1966, que cria a Universidade Regional do Nordeste (URNe), projeto iniciado pelo então Secretário Municipal de Educação Edvaldo Souza do Ó. Em 11 de outubro de 1987 Tarcísio Burity, Governador do estado, sancionou a Lei de nº. 4.977/1987, estadualizando a URNe no primeiro reitorado do Professor Sebastião Guimarães Vieira, fato considerado um dos mais importantes pela comunidade acadêmica e sociedade em geral.

Em 1995 foi criada a Editora Universitária (EDITEP) e o Conselho Editorial da UEPB. Através do Conselho Universitário da UEPB (Consuni), aprovado na Resolução 020/1995, que criado em 21 de agosto daquele ano. Após cerca de nove anos de estadualização e trinta anos após a criação da URNe, mas precisamente em 1º de novembro de

1996, a UEPB obteve o reconhecimento pelo Conselho Nacional de Educação do MEC, na qual procedeu na assinatura do Decreto de Reconhecimento pelo então Presidente Fernando Henrique Cardoso, conferindo à UEPB à categoria de Instituição de Ensino Superior consolidada e definitiva.

A primeira obra lançada pela EDUEPB foi em 02 de março de 1998, com o título: “Dos Crimes de Preconceito de Raça ou de cor” de Célia Maria Ramos Tejo, dando seu “pontapé” inicial para publicação de mais 200 títulos até 2011.

Em 06 de agosto de 2004, após aprovação feita pela Assembleia Legislativa do Estado da Paraíba, o então Governador do Estado, Cassio Rodrigues da Cunha Lima, sanciona a Lei de nº. 7.643, que proporcionou a autonomia financeira da UEPB, inaugurando uma nova fase da história da universidade. Com a autonomia estabelecida à instituição pode investir em todas as Coordenações e a contratação de Técnicos para assumir as respectivas funções, possibilitando um bom andamento das atividades da Editora. Formada por uma Direção, dois Conselhos Editoriais além das Coordenações que viabilizam o andamento das demandas, entre elas as Coordenações de Revisão e Normalização, de Edição, de Divulgação, Comercialização e Distribuição; a EDUEPB elevou consideravelmente seus indicadores.

A EDUEPB tem apresentado desde então uma série de publicações nas mais diversas áreas de conhecimento: Saúde, Educação, Direito, Ciências e Tecnologia. Tentava-se refletir a política adotada na reforma acadêmica implantada em 1999, que mudava o sistema de créditos de antiga reforma universitária para o regime seriado nos cursos de Graduação e na Pós-Graduação da Instituição.

Em 13 de dezembro de 2004, aos 38 anos, a fisioterapeuta, Professora Marlene Alves, torna-se a primeira mulher a tomar posse como Reitora, ao lado do Professor Aldo Maciel eleito Vice-Reitor, aos 38 anos de história a Instituição começa um novo tempo. A Editora passa, atualmente, por uma série de transformações, do ponto de vista estrutural-organizacional e da política editorial, para se adequar à nova filosofia de administração do reitorado assumido pelos professores Marlene Alves e Aldo Maciel e Rangel Júnior e EthamBarbosa de Lucena, cuja característica marcante aponta para descentralização e a participação efetiva dos segmentos da universidade.

Marcando o início desse processo de mudança, a EDUEPB através da sua Direção, apresenta à comunidade universitária, às editoras e livrarias nacionais e ao público em geral suas publicações, com o propósito de divulgar os resultados do trabalho realizado pela Editora ao longo de sua existência.

Em 09 de março de 2005 a Professora Sônia Maria de Luna Maciel, então diretora da EDUEPB, encaminha ficha cadastral da editora para a Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU), postulando-se como editora filiada, começando um novo tempo de expansão e de distribuição de livros. Em 21 de setembro de 2005 é inaugurada a Livraria da UEPB, após aquisição de uma sala localizada no Hall do Complexo Administrativo da UEPB – Campus I – Campina Grande – PB, pela EDUEPB. O espaço torna-se ponto de encontro entre leitores e autores com as principais obras publicadas pela Editora Universitária, entre outras de universidades de todo o país.

Em 28 de dezembro de 2007, o então Governador Cássio Rodrigues da Cunha Lima, sanciona a Lei nº. 8.441, que institui o Plano de Cargos, Carreira e Remuneração dos Professores e Técnicos Administrativos da UEPB, fato que possibilitou a UEPB manter e contratar servidores qualificados, resultando, conseqüentemente numa profissionalização do produto editorial.

A EDUEPB já publicou no decorrer de seus 17 anos, mais de 200 títulos registrados na Biblioteca Nacional. Conta com parcerias nacionais e internacionais, através de sua filiação com a Abeu. Em 2011, a EDUEPB foi recompensada com um dos mais cobiçados prêmios no meio editorial do Brasil: o “Prêmio Jabuti”, com o título “Teoria Quântica – estudos históricos e implicações culturais”, sob a organização de Olival Freire Jr., Osvaldo Pessoa Jr. e Joan Lisa Bromberg, na categoria de Ciências Exatas; coedição lançada em 2010 em parceria com a Editora Livraria da Física. A obra aborda vários aspectos da revolucionária teoria científica, desde sua criação aos desenvolvimentos ulteriores, incluindo a controvérsia sobre os seus fundamentos e sobre suas implicações filosóficas e culturais. A obra discute também problemas relacionados à pesquisa sobre o ensino e a difusão cultural dessa teoria, bem como os usos, e abusos, que aí podem aparecer. É uma coletânea de 21 capítulos e reúne 28 autores brasileiros e estrangeiros, incluindo vários professores da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

Dentre as produções da EDUEPB é de extrema importância uma das publicações que muito tem contribuído para consolidação do sucesso da editora: A Coleção *Subtractum*. Trata-se de uma linha editorial, cuja finalidade das obras é proporcionar a reflexão, contrapor opiniões e fornecer uma abordagem multidisciplinar de diferentes temas, contribuindo assim, de forma eficaz, o desenvolvimento do pensamento crítico do leitor e a ampliação da maneira de encarar determinado objeto de estudo. A EDUEPB já lançou cinco títulos de ensaios e pesquisa inovadora pela Coleção *Subtractum*: “O Nordeste como inventiva simbólica”, da professora de cursos de pós-graduação da UEPB Geralda Medeiros Nóbrega; “Antonio Carlos

Nóbrega em acordes e textos armoriais”, do professorLuíz Adriano Mendes Costa; “Genealogia do direito a saúde, uma reconstrução de saberes e práticas na modernidade”, de Marcone do Ó Catão; “Uma nova ciência para um novo senso comum”, do professor e pesquisador da UEPB, Marcelo Gomes de Germano; e “Pensando em episteme comunicacional”, do Tiago Quiroga.

Com o intuito de preencher uma necessidade dos autores e leitores regionais, o Conselho Editorial da UEPB criou, em maio de 2011, o selo *Latus*, um segmento ligado à Editora da Universidade Estadual da Paraíba (EDUEPB) e responsável pela publicação de produções artísticas e culturais, a exemplo de crônicas e poesias, além de uma gama de produtos de cunho não científico. Embora, este tipo de material publicado não se adequa a principal natureza da Editora, mas sendoconsiderável um bom número de procura por esse segmento editorial. O selo *Latus* foi à forma encontrada para publicação deste material atendendo a produção de obras de caráter mais literário e flexível, como romances, cordéis, paradidáticos, entre outros. O primeiro dos títulos saídos da EDUEPB com este selo foi “Histórias vividas e contadas no Bar do Brito”. Ao todo já foram treze obras lançadas. Entre as obras lançadas a Editora fez uma experiência de sucesso com autores adolescentes, a exemplo do primeiro título infanto-juvenil da EDUEPB, a obra “Era uma vez diferente”, da jovem escritora de apenas 14 anos, Aline Pereira.

6. ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO

Entre as estratégias de divulgação da Editora conta-se com o apoio do portal oficial da UEPB onde os internautas da classe acadêmica e da sociedade em geral, podem ter acesso às informações pertinentes da editora, como os lançamentos, conquistas, eventos, entre outros, através da assessorial de imprensa da universidade. Seguindo a força das redes sociais, a EDUEPB conta com seu perfil oficial no Facebook e no Twitter, no qual os usuários têm acesso, em tempo real, do conteúdo da Editora.

Um dos principais pilares que vem contribuindo para a divulgação do produto intelectual da EDUEPB foi à aquisição da Livraria da EDUEPB, em 21 de setembro de 1995, com o objetivo de divulgar, distribuir e comercializar os títulos publicados pela editora, localizado na Rua Baraúnas, nº. 351 – Térreo - Bairro Universitário, Campina Grande – PB. A livraria atende no ramo de livros e similares, bem como livros, revistas, cordéis, e-books, etc.

O espaço literário além atender as necessidades de divulgação da editora, também se tornou um ambiente de encontro entre os autores, leitores, a comunidade acadêmica e o público como um todo.

Graças à parceria entre a Livraria da EDUEPB com a Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU), a UEPB é, atualmente, referência no que diz respeito à venda de obras de produção acadêmica. A Livraria da EDUEPB é o principal responsável por essa competência, pois é a responsável por todas as vendas de obras produzidas pela EDUEPB e de publicações oriundas de outras editoras universitárias de outras regiões do país, no estado. Entre os títulos que a Livraria da EDUEPB recebe de outras Editoras universitárias, podemos destacar como exemplo: a Editora da Universidade Federal de Minas Gerais (EDUFMG), da Universidade do Estado de São Paulo (UNESP), da Universidade Federal de Juiz de Fora (EDUFJF), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (EDUFRJ), da Universidade Federal do Pará (EDUFPA), Editora da Universidade do Estado da Bahia (EdUNEB), entre outras.

Em 2009 houve mudança de Diretoria na editora, fato que demanda análise e reconhecimento dos trabalhos, bem como a elaboração de novas políticas de publicação colocadas em prática a partir de 2010. Entre as novas políticas destaca-se a divulgação, distribuição e comercialização já estabelecida. Assim a EDUEPB dá início à política de vendas a baixo custo. Através da Livraria da EDUEPB, a comunidade acadêmica recebe descontos diferenciados, proporcionando um maior acesso à produção universitária. A produção que se encontrava, em sua maioria, estocada, começa a ser adquiridos pelos leitores.

Através das parcerias estabelecidas com as demais editoras universitárias, através da ABEU, a EDUEPB criou e promove, uma vez por ano, a Mostra Universitária do Livro da UEPB e a Feira do Livro; como resultado da crescente demanda de títulos ofertados, da qualidade de conteúdo e quantidade de títulos ofertados. A Mostra Universitária do Livro da UEPB e da Feira do Livro desempenharam desde sua primeira edição, em 2010, a missão original da editora Universitária em promover o produto intelectual e se tornaram canais indispensáveis para política de comercialização das obras publicadas pela EDUEPB.

A Mostra Universitária do Livro da UEPB e da Feira do Livro, em suas primeiras edições, ocorreram no Hall do Complexo Administrativo, localizado na Rua Baraúnas no Bairro Universitário da cidade de Campina Grande. Através de uma estratégia de vendas nunca antes proporcionada para os discentes da universidade, os alunos puderam ter acesso à compra das obras da EDUEPB que colocou sua produção com desconto de até 80%. Sendo os alunos os principais clientes da Livraria da EDUEPB, populariza o livro no meio acadêmico,

fazendo com que o leitor se torne um fiel comprador e, até mesmo, propagador da oportunidade de poder adquirir conhecimento a baixo custo, incentivando a comunidade discente a não adquirir mais livros através de fotocopiadoras, e sim na própria editora de sua instituição de ensino.

A Mostra Universitária do Livro da UEPB e a Feira do Livro, já estão consolidadas como um dos eventos mais aguardados pela classe acadêmica da UEPB, tanto pela política de preços acessíveis quanto pela diversidade de obras expostas que contam não só com publicações da EDUEPB, como produções vindas de outras editoras do país, através da parceria com ABEU. Outro fator atrativo para o evento é a atualização dos títulos oferecidos, em cada evento, além de contar com as mais recentes obras lançadas pela EDUEPB. Uma nova leva de livros, vinda das mais diversas regiões do Brasil, acaba motivando o público leitor a adquirir mais um título, que assim como as publicações da EDUEPB, recebem descontos de até 30% do valor de capa.

No segundo semestre de 2012, a EDUEPB rompeu as fronteiras do espaço acadêmico e promoveu a feira do livro universitário em uma das principais praças públicas do centro da cidade de Campina Grande. Desta vez, não só a classe acadêmica pode ter acesso às publicações da EDUEPB, mas a sociedade em geral. O evento, em sua edição itinerante, também teve seu estande no principal shopping Center, da mesma cidade. A consequência da popularização foi o número expressivo de títulos vendidos.

Além das mostras universitárias do livro da UEPB e das feiras do livro, a EDUEPB também promove a “livraria ambulante” em congressos, seminários, simpósios e presença em ações estratégicas. A livraria móvel percorre a cada três meses todos os oito *campi* da UEPB, distribuído nas cidades de Campina Grande; Lagoa Seca, Guarabira, Catolé do Rocha, João Pessoa, Monteiro, Patos e Araruna, no estado da Paraíba, fazendo integração e apoio a eventos da universidade e de seus parceiros externos.

Assim como a EDUEPB recebe títulos de outras editoras universitárias do país, parceiras através da ABEU. A Editora da UEPB também envia seus títulos para outras editoras universitárias de todo o Brasil. A EDUEPB também está presente nos sites de outras editoras parceiras e de grandes distribuidores, a exemplo da Livraria da Física, Livraria Cultura, Editora UNESP.

Na mídia convencional local, a EDUEPB tem o seu espaço conquistado, sendo sempre protagonista de pautas e sugestões, a reciprocidade é traduzida através doações. Na mídia radiofônica local é promovido promoções, no qual os comunicadores fazem sorteio de obras para os ouvintes. Essas promoções fazem parte do pacote de divulgação dos eventos da

EDUEPB. A Editora também promove o Preço Cidadão, no qual várias obras da editora recebem o valor de R\$ 5.

Anualmente, dentro da programação da Feira do Livro Universitário, a EDUEPB promove o Encontro de Autores. O evento reúne poetas, escritores, romancistas, professores, pesquisadores, coordenadores de projetos da UEPB e técnicos em um mesmo espaço. Pessoas de diferentes áreas que, em comum, têm o gosto pela leitura e a satisfação de ver transformado seu conhecimento em livros. O encontro além de possibilitar aos escritores troca de experiências, estreitam a relação da Editora com os produtores de conhecimentos, com os escritores e pesquisadores e possibilitando-os, também, uma forma de conhecer um pouco sobre a política editorial da UEPB.

7. CONCLUSÃO

Após o estudo referente às estratégias de divulgação do livro universitário pela Eduepb e pelo estudo em torno do universo das editoras universitárias em nosso país, concluímos o quanto as editoras universitárias vêm avançando e contribuindo no desenvolvimento de uma cultura regada no conhecimento e na valorização do produto oriundo do meio acadêmico.

Além de ser uma das maiores divulgadoras do conhecimento produzido no meio acadêmico, as editoras universitárias, conseqüentemente, acabam contribuindo também para a sociedade, como cita Bufrem (2011, p.136):

Mas a intenção, ao publicar, não se restringe a alcançar o público interno, pois há concordância nos depoimentos dos diretores das editoras de que estas devem desempenhar “um papel dinamizador da cultura”, já que é missão de uma editora acadêmica a divulgação do conhecimento de modo abrangente, a um público amplo, não restrito apenas à comunidade universitária.

Por fazer a intervenção entre as específicas ciências produzidas na universidade e sociedade, conseqüentemente, as editoras universitárias acabam fazendo a metodologia invertida, pois estimulam a universidade a produção intelectual proveniente de produtos de múltiplos conhecimentos, que se fazem necessários na concretização das práticas de pesquisas

de docentes e discentes. Sendo assim, seu desempenho político representa um elo para unificar caminhos geradores do conhecimento com proporções duplicadas.

Ao longo deste estudo podemos, também, concluir o quanto a criação da Abeu, da Proed e do PIDL, contribuíram na concepção de uma identidade própria nas editoras universitárias, que por muito tempo eram confundidas por gráficas.

Entretanto, se faz necessário o investimento dos órgãos públicos na educação, e na proteção das Leis, Decretos, Regimentos, entre outros, para que se torne viável o compromisso entre a instituição e a sociedade. Contribuindo com as editoras universitárias em realizar suas missões com a sociedade e com o livro que, desde a sua origem, como afirma Rosa (p. 89, 2011), cumpriu a função de preservar e disponibilizar de modo permanente a informação gerada pelo homem e a sua memória, possibilitando às gerações seguintes o acesso ao conhecimento produzido e acumulado.

REFERÊNCIAS

BUFREM, Leilah Santiago. **Edición universitaria en América Latina: debates, retos, experiencias**. Bogotá: Editora Universidad del Rosario, 2011.

BUFREM, Leilah Santiago. **Editoras Universitárias no Brasil: uma crítica para a reformulação da prática**. São Paulo: Edusp: Com-Arte; Curitiba: Editora da Universidade/UFPR, 2001. Disponível em: <http://ref.scielo.org/4n933j>. Acesso em 15 de dezembro de 2012.

PORTO, Júlio César Gonçalves. **O Poder da Autonomia Financeira na Gestão Pública: Indicadores de Produção na Livraria Na UEPB** / Júlio César Gonçalves Porto. – 2012.

UEPB. **A UEPB – Missão**. (Disponível em: http://www.uepb.edu.br/index.php?option=com_content&view=article&id=374&Itemid=53 >). Acesso em: 15/12/2012.

UEPB. RESOLUÇÃO 20/1995 - **cria a Editora Universitária e o Conselho Editorial da Universidade Estadual da Paraíba**.

PARAÍBA. Lei nº 4.977, de 11 de outubro de 1987. **Cria a Universidade Estadual da Paraíba e dá outras providências**. Disponível em: < <http://www.al.pb.gov.br/sgdd/> >. Acesso em: 24/04/2012.

PARAÍBA. Lei nº 7.643, de 11 de outubro de 1987. **Dispõe sobre a autonomia da Universidade Estadual da Paraíba e dá outras providências**. Diário Oficial de 19/01/2006.

PARAÍBA. Lei nº 8.441, de 28 de dezembro de 2007. **Institui o Plano de Cargos, Carreira e Remuneração do Pessoal Docente da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB e dá outras providências**. Diário Oficial de 29/12/2007.