

A editora universitária e o compromisso da universidade com as práticas de divulgação do conhecimento produzido

Leilah Santiago Bufrem

Doutora; Universidade Federal de Pernambuco;
santiagobufrem@gmail.com

Tânia Maria Braga Garcia

Doutora; Universidade Federal do Paraná;
tanbraga@gmail.com

Resumo: Apresenta resultados de leituras, observação e pesquisa exploratória sobre a posição das editoras universitárias no Brasil diante dos desafios e tensões da institucionalização de suas práticas, de modo especial as relativas ao compromisso acadêmico frente aos imperativos de mercado, à valorização dos periódicos como veículos privilegiados da comunicação científica e às condições estruturais, burocráticas e financeiras das editoras, diante das possibilidades de conciliar modos de produção e essas condições. Realiza pesquisa bibliográfica e entrevistas com diretores das editoras universitárias brasileiras. Conclui destacando a posição de editores universitários em prol do ideal acadêmico, presente em todos os depoimentos, indicando a necessidade de rever estruturas e modos de produção sem que se perca a dimensão social e política das editoras e o compromisso institucional da universidade.

Palavras-chave: Editoras universitárias. Práticas editoriais. Editores universitários.

1 Introdução

Pensar a editora universitária diante dos desafios da sua institucionalização como atividade fim da universidade é pensar no compromisso institucional da universidade, como local onde se produz e divulga o conhecimento. Reflexões iniciais, leituras e experiências sobre o tema remetem a três modalidades de tensões que orientam esta comunicação:

- a) as tensões estabelecidas entre o compromisso acadêmico e os imperativos de mercado;

- b) aquelas que se interpõem entre a valorização dos periódicos como veículos privilegiados da comunicação científica e as condições estruturais, burocráticas e financeiras das editoras e, ainda;
- c) as tensões presentes entre a urgência de conciliar modos de produção aos avanços da tecnologia com essas mesmas condições estruturais.

Diante dessas tensões levantadas no contexto analisado, podem-se lançar algumas questões que, embora ainda esparsas, são direcionadoras do olhar para as finalidades e caminhos das editoras universitárias. Pergunta-se, então, como têm reagido os editores universitários brasileiros diante dessas tensões? O que têm feito para retomar/manter o sentido da editora como agente de divulgação do conhecimento? Como têm superado os limites impostos pela política e a legislação restritiva que regula as atividades de produção e distribuição de livros? Como podem abrir espaços para que a produção de valor circule não apenas como produto de mercado, mas como objeto de valor acadêmico? Seria possível reduzir a atividade editorial universitária a uma atividade do tipo industrial? Seria possível considerar a gestão editorial como uma oportunidade pedagógica? Pode-se separar a educação da administração universitária?

Embora sem a pretensão de estabelecer padrões de ação, esta pesquisa pretende identificar, na literatura e entre os editores universitários, como percebem e atuam em relação ao compromisso editorial da instituição universitária diante desse questionamento.

2 Metodologia

A primeira fase da pesquisa, de caráter teórico, pautou-se na busca de literatura sobre o tema para levantar as principais questões e posições teóricas relativas à natureza e à missão das editoras universitárias diante dos desafios da sua institucionalização como atividade fim da instituição universitária, especialmente levando em conta o compromisso institucional da universidade, como local onde se produz e divulga o conhecimento.

Na sua segunda fase, de natureza exploratória, optou-se pela entrevista como modo de obtenção de respostas às questões levantadas. Essas questões foram encaminhadas no mês de maio de 2013 a 34 diretores das 112 editoras universitárias relacionadas no site da Associação Brasileira das Editoras Universitárias (ABEU), por meio de amostra aleatória retirada da relação do site, sorteando os números correspondentes a cada um dos nomes da lista. Desse modo, cada editora teve a mesma probabilidade de ser sorteada, embora nem todos os diretores tenham respondido às questões. As entrevistas foram realizadas no período previsto, com os representantes de 12 editoras, via telefone, Skype ou comunicação pela Internet, após terem sido enviadas as questões acima descritas.

Foi utilizada, então, a análise de conteúdo das respostas dos diretores para que, relacionando-as com as considerações teóricas, se pudesse chegar às considerações finais, graças à compreensão crítica do conteúdo manifesto ou latente da comunicação. Essa possibilidade analítica fundamentou-se em Laurence Bardin (1991, p. 38), que a define como um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, através de procedimentos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam inferir conhecimentos relativos às questões de produção e recepção destas mensagens. A inferência seria o procedimento comum das mais diversas técnicas de análise de conteúdo.

3 As editoras e o compromisso universitário

Considerando-se a concepção moderna do termo, as primeiras editoras foram as universitárias de Oxford e Cambridge, criadas, respectivamente, em 1478 e 1521, com a finalidade de publicar livros religiosos e de ensino (ENGLISH, 1972, p. 55).

Historicamente seus papéis foram-se alterando, como bem ilustra a outorga de privilégios reais para imprimir qualquer espécie de livros, ou seja, *omni modo libros* (SUTCLIFFE, 1978, p. 14) dada em 1534 à Cambridge University Press, por Henrique VIII.

A importância das editoras para as universidades é ilustrada pela famosa expressão de York Powell, citada por Truscott (1943, p. 189) “[...] se você tiver uma biblioteca e uma editora, você tem tudo o que é necessário para uma universidade”.

A riqueza dessa afirmação prevê a editora como unidade fim, estritamente vinculada à instituição universitária a quem compete, rigorosamente, o papel de produção e difusão do conhecimento. Seria compromisso da universidade, segundo essa concepção, trazer a público sua produção, ao mesmo tempo em que também poderia abrir espaços para a difusão de outras produções externas a ela, mas que podem enriquecer as atividades fins, necessárias a sua realização institucional.

O propósito de revelar as marcas de distinção da prática editorial universitária orienta trabalhos que acompanham movimentos, instituições e eventos determinantes para o que hoje se concretiza no cenário das instituições de ensino superior brasileiras. São destacados, como elementos de distinção constituintes da prática, o Programa de Estímulo à Editoração do Trabalho Intelectual das IES Federais (PROED), o Programa Interuniversitário para Distribuição do Livro (PIDL), os acontecimentos como os Seminários Nacionais das Editoras Universitárias, a criação da Associação Brasileira das Editoras Universitárias, as feiras e os projetos editoriais. Essas marcas de distinção destacam o papel das editoras no cenário universitário (BUFREM, 2011).

Nesse sentido, a ideia da editora universitária como um centro de difusão escrita do conhecimento científico é reveladora da importância que ela tem no desenvolvimento da ciência e, de forma ampla, no desenvolvimento social de um país.

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” (Editor 2), 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”. (Editor 3). Como consequência dessas posições, destaca-se a variedade dos assuntos publicados, facilmente constatável pelo exame dos sites das editoras, das listas de títulos constantes nos catálogos da ABEU e das editoras universitárias isoladamente.

O significado dessa afirmação respalda as lutas que vêm sendo desenvolvidas por editores universitários, cujos recursos financeiros têm sido pouco expressivos, muitas vezes reduzidos diante de outras demandas e que, em consequência, veem seus projetos frustrados. Obras que devem ser valorizadas pela contribuição científica que oferecem à comunidade nem sempre são trazidas ao conhecimento público devido às restrições financeiras constritoras de sua produção.

Por outro lado, a manutenção de grupos de trabalho tecnicamente preparados para desenvolver as atividades de produção e distribuição dos livros tem sido também um grande desafio para muitos editores. Serviços terceirizados e funcionários de quadros provisórios são condições encontradas em muitos casos e, pensando-se em atividade institucionalizada, são elementos que dificultam uma gestão adequada.

A gestão de uma editora universitária, portanto, merece o repensar da universidade como uma instituição com identidade e destinação próprias. O que a identifica e diferencia das demais editoras é o fato de estar vinculada a uma instituição de ensino superior e representá-la, identificando-se com suas finalidades, adquirindo perfil peculiar e movimento direcionado à totalidade e à discussão aberta. Com uma gestão comprometida com esse movimento, ela estimula a atividade crítica, envolvendo diretamente os sujeitos com as diversas unidades do todo universitário, e, de modo muito especial, aquelas que tratam das atividades-fim, visando à realização das atividades de ensino, pesquisa, extensão e cultura.

Essas percepções são comuns entre editores universitários, entretanto, suas atividades de gestão esbarram em limites impostos pela legislação, pela burocracia e dificuldades para realizar uma produção mais ágil. A pressão para manter a atividade das editoras tem produzido uma alternativa bastante discutível quando se considera a finalidade antes referida. O conjunto de dificuldades mencionadas leva muitas vezes à decisão de produzir obras que vendem, muitas vezes em detrimento de obras produzidas no âmbito da universidade ou de outras instituições científicas, as quais – pelo seu conteúdo e pela sua origem – têm significado e valor para a própria universidade, para a ciência e para o desenvolvimento social.

Lindsay Waters, editora executiva da área de humanidades da Editora da Universidade de Harvard, refere-se ao perigo advindo dessa posição no ensaio *Inimigos da esperança: publicar, perecer e o eclipse da erudição*, publicado pela Editora Unesp:

Hoje em dia, os editores acadêmicos enfrentam perigos oriundos de todos os lados: do público, dos contribuintes, dos professores, dos estudantes, dos bibliotecários, dos seus próprios colegas. Entre os administradores universitários e os próprios acadêmicos, que parecem se sentir forçados a concordar com expectativas que não são razoáveis, surgiu a ideia de que as editoras universitárias deveriam se transformar em “centros lucrativos” e contribuir para o orçamento geral da universidade. De onde veio essa ideia? Ela é péssima. Desde Gutenberg, temos registros financeiros contínuos sobre as publicações no Ocidente, e está provado que os livros são um negócio ruim. As novidades mecânicas e eletrônicas foram, e sempre serão, uma aposta melhor. E a ideia de tentar extrair dinheiro das editoras universitárias – as mais pobres de todas as editoras – é o mesmo que esperar que os ratos da igreja contribuam para a conservação do local. (WATERS, 2006, p. 11).

Ao comentar a obra, Silveira (2012) adverte para a crescente onda de “profissionalização” das editoras universitárias e sua aproximação às editoras comerciais, em conciliação de interesses na maioria dos casos impossível e, mais do que isso, indesejável.

A conciliação possível deve superar a tendência a reduzir a editoração universitária a uma atividade de mercado e, ao superá-la, revelar a qualidade da produção de uma instituição educacional nas suas diversas expressões e gêneros.

4 A distinção dos periódicos no campo de produção

Embora as editoras tenham competência para editar todo e qualquer tipo de publicação, o livro tem sido o mais comum dos meios utilizados. Entretanto, verifica-se no atual contexto cultural uma forte tendência à valorização dos periódicos científicos como objeto privilegiado de destinação de recursos. Essa valorização ocorre principalmente por dois motivos. O primeiro é uma consequência do processo de avaliação dos programas de pós-graduação, fortemente influenciado pela política dos órgãos de fomento, que supervaloriza o periódico em detrimento do livro. O segundo é o fato de que os periódicos têm sido historicamente o meio mais

frequente e rápido de divulgação e circulação dos conhecimentos relacionados às ciências exatas, tecnológicas e biológicas.

Criados em ritmo proporcional à expansão dos ramos do conhecimento científico, os periódicos científicos demonstram concretamente o processo crescente de especialização e as repercussões dos avanços científicos sobre as formas de produção do conhecimento, aspectos comentados por Ladrière (1978), para quem a ciência age sobre a realidade, transformando-a visivelmente por meio de suas produções.

Esse tipo de institucionalização resultante dos avanços científicos tem provocado, entre outras consequências, um processo de desvalorização do livro como objeto de divulgação do conhecimento produzido, embora de forma ampla, na cultura, os livros permaneçam sendo, simbolicamente, suportes relevantes para o registro do conhecimento científico, filosófico e artístico.

É frequente ouvir nos meios acadêmicos sugestões aos pesquisadores para que invistam tempo e esforços na produção de artigos, uma vez que é o produto mais valorizado na pontuação e classificação dos programas de pós-graduação, nas diferentes áreas do conhecimento. A esse respeito, Guedes (2011) lembra que publicar para mostrar produção, e não como compromisso social de disseminar conhecimento, pode levar autores e editores científicos a equívocos. Ao analisar formulários utilizados hoje para emissão de parecer, a autora considera o esgarçar das fronteiras entre as diversas funções no trabalho editorial e discute aspectos técnicos e éticos do trabalho de autor de artigo científico e de editor de periódico científico, indicando os equívocos e obstáculos à disseminação de conhecimento. Os resultados do artigo indicam a premência de uma discussão não limitada a problemas pontuais, mas focada no problema principal: a pressão por produção quantificável.

Tem-se, portanto, uma questão que necessita ser reconhecida e debatida no âmbito das editoras universitárias, e que provoca, entre outras coisas, ambiguidades do ponto de vista editorial e autoral.

5 O contexto de inovações tecnológicas

Embora, por um lado, a produção do livro venha perdendo importância no cenário acadêmico devido às razões já expostas, por outro, o contexto de inovações tecnológicas tem favorecido modos alternativos de produção do livro. A entrada de dois grandes grupos no mercado de livros digitais no Brasil, ao final de 2012, reacendeu os debates sobre o tema. Preço, acessibilidade, e-readers e formação de leitores são assuntos que têm ocupado espaço na mídia impressa e digital.

Em matéria sobre debate promovido pela editora Campus Party para discutir sobre o futuro do mercado editorial diante da “nova invenção” – o livro digital –, evento que reuniu editores e representantes de associações como a Câmara Brasileira de Livros, Pereira (2013) afirma:

Assim como a invenção de Gutenberg, o livro digital leva informação a quem tem dificuldade de obtê-la. Antes dos tipos (basicamente carimbos em formato de letras), a cultura escrita era extremamente restrita, mas passou a se abrir porque a reprodução foi facilitada; com os e-books é a mesma coisa: o consumidor não precisa esperar que a obra recém-lançada chegue à livraria mais próxima. Porque ele nem precisa da livraria. (PEREIRA, 2013, documento eletrônico não paginado).

Ao lado de grandes livrarias, que já comercializavam livros em formato e-pub, a presença dos novos grupos cria a expectativa de queda nos preços dos livros digitais – até então praticamente iguais aos dos livros impressos; também sugere a possibilidade de que os vários dispositivos de leitura cheguem aos consumidores com preços mais acessíveis.

Apesar dessas mudanças, talvez uma “revolução” não deva ser esperada em curto prazo, de acordo com a avaliação feita por Silva (2012) sobre o cenário atual do mercado editorial brasileiro de livros digitais. No entanto, essas modalidades de produção têm se manifestado em exposições e feiras de livros com maior intensidade, dando novas roupagens a esse objeto cultural milenar.

Retomando-se o tripé elaborado por Chartier (1998), constituído pelos três aspectos da revolução do livro eletrônico, o técnico, o morfológico e o material, pode-se afirmar que a revolução do livro digital, ao alterar significativamente a

técnica de produção do livro, também alterou sua forma, seu uso e consequentemente sua atuação como objeto de mercado. Sob esse ponto de vista, sua atuação pode ser chamada de “competitiva” em relação a dos periódicos, pois os livros assim produzidos adquirem maior dinamismo e rapidez no seu processo de produção e circulação em relação aos modos tradicionais de produção.

Para as editoras universitárias, novos desafios estão colocados a partir das mudanças em direção aos livros digitais. Novas formas de produção e distribuição são requeridas e o debate se amplia.

6 Análise dos resultados

Algumas considerações selecionadas do conjunto das respostas oferecem um mosaico das percepções dos editores, como se pode verificar nas manifestações a seguir, especialmente sobre o que têm realizado para retomar ou manter o sentido da editora como agente de divulgação do conhecimento. Há manifestações sobre a importância de se publicar obras cujo valor se expresse na atualidade e importância do seu conteúdo, já que às “[...] editoras universitárias compete atuar decisivamente na publicação de trabalhos produzidos no país e no investimento na tradução de obras de ponta”. (Editor 1).

Afirmam essa vocação, mas consideram de modo geral ser “[...] crucial o debate na comunidade acadêmica sobre o papel formador do livro entre os estudantes universitários, em um país (ainda) de poucos leitores”. (Editor 4).

Entretanto, esse contexto pode se transformar, especialmente graças ao sentido da ampliação que vem sendo dada “[...] às possibilidades de acesso proporcionadas pela internet e pela informatização da produção editorial”. (Editor 2).

Portanto, os modos de produção favorecidos pelas tecnologias são avaliados positivamente, “[...] mesmo no cenário de dificuldades de manutenção das estruturas atuais”. (Editor 8).

Há unanimidade em relação aos limites impostos pela política e a legislação restritiva que regula as atividades de produção e distribuição de livros, entretanto,

algumas editoras tentam “consolidar sua política editorial além-muros”, com vistas a superar esses “limites e dificuldades comuns ao cotidiano das editoras universitárias”. Todas se referem ao suporte dado pela Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU) e do Programa Interuniversitário de Distribuição de Livros (PIDL) “na divulgação de livros, revistas e outros materiais voltados à produção acadêmica”. Manifestaram-se também favoravelmente aos “convênios e intercâmbios com outras editoras universitárias”, a parceria com “bibliotecas do país, assim como instituições nacionais e internacionais” que contribuem para a circulação do livro universitário. As editoras têm participado ativamente em feiras e exposições no Brasil e no exterior, a maioria mantendo “postos de venda e livraria virtual”, além de “convênios de consignação com livrarias locais e de outros estados do país”. (Editor 12).

São também unânimes os editores em relação à abertura de espaços para que a produção circule não apenas como produto de mercado, mas como objeto de valor acadêmico. Assim, negam a possibilidade de que a atividade editorial universitária seja reduzida a uma atividade do tipo industrial, aceitando a possibilidade de uma atuação de caráter acadêmico, inseparável do caráter construtivo da editora enquanto inserida em instituição educacional.

Além disso, devem ser consideradas as condições de produção e divulgação científica, conforme define um dos editores: “A editora deve evitar a endogenia, pois reduzir sua edição à produção interna, de modo especial quando não tem expressiva produção científica e cultural, pode fragilizar a qualidade do seu fundo”. (Editor 10).

Embora as condições de produção facilitem as publicações eletrônicas e ampliem as possibilidades de circulação das mercadorias editadas, tornando-as vendáveis, há quem se manifeste contra a “comercialização mercantilista”, que “fez subirem os preços das assinaturas de periódicos”. (Editor 9).

Os modos de produção refletem-se também nas facilidades de cópias e formas de reproduções de documentos e suas consequências relativas aos direitos morais e patrimoniais de autores. Assim, a “[...] ética da publicação de resultados de pesquisas é colocada em pauta, especialmente com o receio de plágios, fraude, reprodução de pesquisas e adulteração de resultados”. (Editor 3). A esse alerta

soma-se a questão do quantitativismo na produção dos artigos de periódicos, explicitada no artigo de Guedes (2011).

Entretanto, sugere-se que “Há um consórcio de vantagens entre os produtores da informação e as editoras de revistas científicas”. (Editor 11).

Os princípios e práticas aqui analisados e assim interpretados revelam condições de produção passíveis de aperfeiçoamento, e a percepção de que, se historicamente essas condições foram se alterando, a ideia da editora universitária como um centro de difusão escrita do conhecimento científico permanece, assim como sua importância no desenvolvimento da ciência e, de forma ampla, no desenvolvimento social.

Sobressai, finalmente, a ideia de que é “[...] fundamental manter um amplo debate sobre o que é publicado” (Editor 7) e de que “nesse contexto se destaca o papel da ABEU na discussão dos caminhos necessários e possíveis”. (Editor 4).

Com essas considerações, fecha-se uma fase de reflexões sobre a peculiar missão editorial na universidade e revelam-se modos diferenciados de perceber as sensíveis transformações pelas quais vem passando essa prática.

7 Considerações finais

Tomando-se como referência o conjunto de questões apresentadas com base na bibliografia e nas respostas dadas pelos editores consultados, alguns pontos devem ser destacados como síntese.

Mantido o ideal acadêmico presente em todos os depoimentos, destaca-se, entretanto, a necessidade de rever estruturas e modos de produção que, se por um lado devem ser compatíveis com o mercado, por outro não devem ferir as convicções acadêmicas. Assim, os modos de produção favorecidos pelas tecnologias são avaliados positivamente, especialmente diante do cenário de dificuldades de manutenção das estruturas mais tradicionais.

A ideia de acesso livre aos registros do conhecimento tem motivado amplamente os editores, especialmente como contraponto às restrições de acesso aos periódicos, motivadas pela ampliação dos lucros. Essa concepção tem levado

também editores a contribuir com suas instituições para a produção desse material da rápida divulgação, evitando desse modo a interposição de fatores mercadológicos por outros meios de produção externos à universidade. Desse modo, os periódicos são distinguidos com especial atenção, embora se reconheça o privilégio dado a eles pelo sistema de avaliação nacional em detrimento da valorização do livro.

Considera-se crucial o debate na comunidade acadêmica sobre o papel formador do livro entre os estudantes universitários em um país (ainda) de poucos leitores. Assim, importa também manter aberto um fórum de discussões e reflexão permanente sobre o que tem sido e deve ser publicado. Nesse contexto se destaca o papel da ABEU, como impulsionadora da discussão dos caminhos necessários e possíveis.

Finalmente, deve-se destacar a tese de Rezende (1982) na obra *O saber e o poder na universidade: dominação ou servidão*, que apoia a dimensão pedagógica da atividade administrativa em oposição a uma administração empresarial da instituição.

Como objeto de reflexões, essa posição dá destaque à prática consciente, alimentada pela elaboração crítica e a percepção de que a editoração universitária tem funções específicas, marcas de distinção – maneiras e estilos – reconhecidas enquanto tais a partir de projetos intelectuais. Vale lembrar, recorrendo a Schifffrin (2006, p. 27), que:

[...] a troca do pão fresco pelo pão industrializado não acarretará fome no mundo, enquanto que a exclusão paulatina de livros inovadores, questionadores, clássicos, pode agravar a alienação crescente de uma humanidade dominada pela mídia de massa de magos e maguinhos.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1991.

BUFREM, L. S. Edição universitária no Brasil. In: CANOSSA-MENDES, J. C.; CÓRDOBA RESTREPO, J. F. (Org.). **Edición Universitaria en América Latina: debates, retos, experiencias**. Bogotá: Universidad del Rosario, 2011. v. 1, p. 132-149.

CHARTIER, R. **A aventura do livro: do leitor ao navegador: conversações com Jean Lebrun**. São Paulo: UNESP, 1998.

ENGLISH, M. Modéstia e grandeza das editoras universitárias. **O Correio**, Rio de Janeiro, n. especial, p. 54-58, dez. 1972.

GUEDES, M. C. Equívocos na publicação científica: algumas considerações. **Psicologia USP**, São Paulo, v. 22, n. 2, abr./jun. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65642011000200006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 22 set. 2013.

LADRIÈRE, Jean. **Filosofia e práxis científica**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1978.

PEREIRA, L. No Brasil, livro é produto de elite, diz entusiasta dos e-books. **Olhar Digital**, jan. 2013. Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/noticia/no-brasil,-livro-e-produto-de-elite,-diz-entusiasta-dos-e-books/32293>>. Acesso em: 20 maio 2013.

REZENDE, A. M. **O saber e o poder na universidade: dominação ou servidão**. São Paulo: Autores Associados, 1982.

SCHIFFRIN, A. **O negócio dos livros**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

SILVA, F. F. Livros digitais no Brasil. O que acontece agora? **Jornalismo Móvel**, dez. 2012. Disponível em: <<http://www.jornalismomovel.com.br/livros-digitais-no-brasil/>>. Acesso em: 20 maio 2013. Blog.

SILVEIRA, Éder. Sobre inimigos da esperança, de Lindsay Waters e outras mumunhas. **Nulla dies sine linea**. Porto Alegre: Sul 21, 2012. Disponível em: <<http://edersilveira.sul21.com.br/2012/12/19/sobre-inimigos-da-esperanca-de-lindsay-waters-e-outras-mumunhas/>>. Acesso em: 20 set. 2013. Sul 21 Blogs.

SUTCLIFFE, P. H. **The Oxford University Press: an informal history**. Oxford: Oxford University Press, 1978.

TRUSCOTT, B. **Red brick university**. London: Faber and Faber, 1943.

WATERS, Lindsay. **Inimigos da esperança**: publicar, perecer e o eclipse da erudição. São Paulo: UNESP, 2006.

University press and the university commitment regarding practices of spreading the knowledge produced

Abstract: This work presents the results of studies, observation and exploratory research about the university presses in Brazil, considering the challenges and tensions involved in the institutionalization of their practices. These refer especially to the academic commitment in regard to the market imperatives; the valorization of journals as privileged vehicles for scientific communication; and the structural, bureaucratic and financial conditions of the publishing companies in face of the possibilities to reconcile the means of production and these same conditions. This work also highlights the positioning of university publishers in favor of the academic ideal, present in all testimonies, which indicates the need to reassess the structures and means of productions without losing sight of the political and social dimensions of the publishing companies and the institutional commitment of the university.

Keywords: University press. Editorial practices. University publisher.

Recebido: 27/06/2013

Aceito: 07/03/2014