

La edición universitaria como práctica de extensión y difusión cultural de las universidades públicas en América Latina: Estado de la cuestión y actualidad

University editions as a practice for the cultural extension and diffusion by the public universities in Latin America:
State of the question and topicality

Jenny Teresita Guerra González

Universidad Nacional Autónoma de México, México
e-mail: jenn_guerra@hotmail.com

Resumen

La edición es componente fundamental de las labores de extensión y difusión de las universidades públicas en América Latina porque a través de la publicación de textos y productos multimedia de índole académica y cultural, promueven la formación y actualización de estudiantes y profesores además de socializar a la comunidad los resultados de la docencia y la investigación de las casas de estudios en cuestión. Partiendo de las especificidades de la edición universitaria, este trabajo ahonda en los orígenes de la actividad editorial en las universidades del subcontinente, la importancia y formas de organización (asociaciones y redes nacionales e internacionales) de estas instituciones en la actualidad así como los problemas y retos a los que se enfrentan.

Palabras clave: Edición universitaria pública, extensión universitaria, América Latina, redes de editoriales.

Abstract

The publishing is a fundamental component of the outreach and pervasion of public universities in Latin America for through the publication of texts and multimedia production in an academic and cultural mold , promote students and teachers' training and updating in addition to socialize a community with the results of teaching and research of the studies houses in question. As from the specific publishing of the university, this work delves into the origins of editorial in subcontinent's universities, the value and forms of

organization (associations as well as national and international networks) of these institutions and the problems and challenges they face nowadays

Keywords: Public university publishing, university outreach, Latin America, publishing networks.

Una editorial universitaria es una organización o empresa editorial que actúa o funciona dentro del ámbito de una universidad y cuya actividad principal es la de orientar, buscar, obtener, evaluar y seleccionar, para su publicación y posterior difusión, obras académicas y literarias válidas, de calidad y/o rigor científicos. Como señala Jorge Alfonso Sierra, en *Marketing para editoriales universitarias en el siglo XXI*, una editorial universitaria y una editorial privada tienen muy poca o ninguna diferencia de forma pero sí poseen importantes y profundas diferencias de fondo. Para comenzar, la editorial universitaria está inmersa en una institución, la universidad, cuyo desempeño social tiene tres misiones específicas relacionadas con el saber: «1. la docencia, 2. la investigación y 3. la extensión universitaria» (20-21).

Las dos primeras funciones, docencia e investigación, recaen, como es sabido, en el ámbito específico de la universidad, pero se convierten en materia prima y razón fundamental para que la editorial se nutra y produzca con base en ellas. Una vez que el producto de la investigación o las necesidades de la docencia han sido llevados al rango del libro o de publicación similar por parte de la editorial, esta es la encargada de cumplir la tercera función de la universidad: la extensión universitaria.

La extensión universitaria, cuya importancia es equiparable a las funciones de docencia e investigación, concreta su accionar en este siglo XXI en cuatro modelos: el altruista, el divulgativo, el concientizador y el vinculatorio empresarial. Siendo los dos primeros la base y fundamento de las editoriales universitarias ya que el modelo altruista, apoyado en la ley constitutiva para la reapertura de la Universidad de México (1910) y el Movimiento Estudiantil de Córdoba (1918), proclama la obligación de llevar los conocimientos de la universidad al pueblo. En tanto que el modelo divulgativo, originado

en Estados Unidos, propone que la ciencia y la cultura universitaria deben adaptarse para ser comprendidos por el pueblo, utilizando intensivamente los medios de comunicación. Este modelo de extensión es el dominante entre las instituciones de educación superior que producen y promueven publicaciones, museos y exposiciones, conferencias, ciclos de cine y otras actividades que «pretenden elevar la cultura de la población y por tanto su bienestar» (Serna Alcántara 3-4).

Otra particularidad en las editoriales universitarias es que a diferencia de los editores comerciales, el editor o director editorial universitario, además de su formación, debe tener dos órganos consultivos –o uno que realice ambas funciones– sumamente relevantes para el exitoso desarrollo de su gestión y, por ende, de la misma editorial universitaria: los comités académicos y los comités editoriales (*ver figura 1.1*).

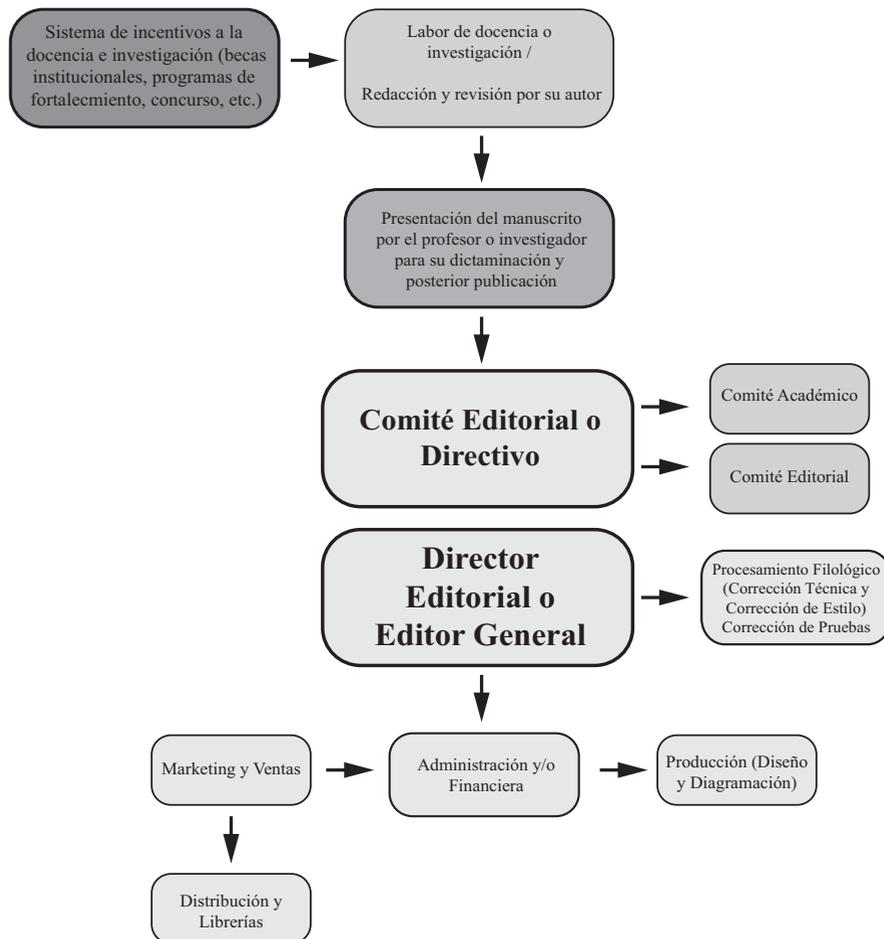
Las labores de publicación y edición en una universidad sea pública o privada se han institucionalizado tradicionalmente de estas tres formas:

1. Oficina de Publicaciones: Es una instancia dedicada a publicar material institucional o bien de interés para la casa de estudios. En numerosas ocasiones lleva a cabo las labores de edición, impresión y circulación pues sus textos se dirigen a la comunidad estudiantil, de profesores e investigadores del propio claustro. No busca que estos sean de interés para los lectores no conocedores o externos.

2. Oficina Editorial: Tiene como función principal la publicación de un reducido número de libros, revistas u otra clase de textos de la institución de la cual es dependiente. Generalmente cuenta con poco personal. Las labores de impresión las delega a un tercero aunque sí asume las de distribución y edición. Se preocupa porque sus materiales trasciendan el espacio académico aunque no cuenta con una estructura organizacional que se lo permita de manera integral.

3. Editorial: Propone un vínculo más estrecho con la sociedad, decide su presencia en el mercado de libros y publicaciones en general (misión y objetivos), concibe acciones como las inscripciones legales del caso (ISBN, ISSN e ISAN) y se plantea un grado específico de profesionalización para desarrollar las tareas correspondientes a una editorial (organigrama). Puede ser independiente de la legislación universitaria y aun contar con apoyos gubernamentales y de capital privado (Hernández, 2010).

Figura 1.1 Cadena de la Edición Universitaria Hoy
(Elaboración propia con datos de Sierra, 2005)



Antecedentes históricos de la universidad como institución editora en Latinoamérica

En América Latina, la edición formal de libros por parte de las universidades se inicia en la primera década del siglo XX, no obstante que existen antecedentes en la época colonial de emprendimientos de esta índole por parte de la Real y Pontificia Universidad de México (1554) y la Real y Pontificia Universidad de la Ciudad de los Reyes de Lima (hoy Universidad Nacional Mayor de San Marcos). Con su refundación en 1910, la entonces Universidad Nacional de México comienza la actividad editorial de tipo universitario-formal en el país, al publicar el discurso de reapertura de esta casa de estudios pronunciado por Justo Sierra en ese mismo año. A este texto le seguirían la publicación de los clásicos por iniciativa de José Vasconcelos como medida contra el analfabetismo. De manera seria y sistemática, el proyecto editorial de la UNAM empezó en 1936 con la llamada Imprenta Universitaria, que gestaría importantes colecciones como la “Biblioteca del Estudiante” y “Poemas y ensayos”. Le siguen al proyecto editorial de la UNAM en México, los de la Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro (1925), la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (1936), la Universidad de Colima (1940), y El Colegio de México (1940).

El último espacio geográfico latinoamericano en el que se desarrolló la edición universitaria fue Centroamérica. En 1942, la Universidad de Costa Rica inició, por medio de la Oficina de Publicaciones, su actividad editorial y en 1949 se fundó en Guatemala la Imprenta Universitaria aunque en la América Central, las editoriales universitarias surgen mayoritariamente hasta el tercer cuarto del siglo XX; un ejemplo es el de la Editorial Universidad Nacional (EUNA) de Costa Rica, fundada en 1976. La mayor editorial universitaria centroamericana, la Editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica fue creada en 1979 (*Situación de las Editoriales Universitarias de Centroamérica 6*). Las editoriales universitarias que se establecieron en nuestros países a partir de los 1940 se afincaron sobre la base de tres momentos clave de la evolución de la edición académica que tuvieron lugar en Estados Unidos, Francia y México: 1. la multiplicación de las editoriales universitarias en su acepción moderna, es decir, editoriales dirigidas por un comité o una junta de publicaciones constituida por profesores y cuyo financiamiento proviene, según los casos, del presupuesto de la universidad, de la venta de libros y revistas o de subvenciones o donaciones (el ejemplo más notorio es el norteamericano, con la creación de las editoriales de Cornell en 1869, John Hopkis (1878), Chicago

(1891), Columbia y California en 1893). 2. La fundación de editoriales universitarias sobre la base de una relación entre la publicación de libros y una comunidad intelectual que no es una universidad pero que se arraiga en el mundo académico (Presses Universitaires de France (1921) y Fondo de Cultura Económica (1934)) y, 3. el surgimiento de editoriales vinculadas con la universidad que no son editoriales universitarias sino editoriales privadas que publican libros escritos por investigadores, profesores y textos dirigidos a los estudiantes (Armand Colin, Gallimard y Le Seuil son buenos ejemplos de esta situación) (Chartier en Polo 18).

Importancia y situación de las editoriales universitarias latinoamericanas hoy

Las universidades no sólo publican la mayor parte de la producción científica, técnica, social y de humanidades que se genera en las propias instituciones actualmente, sino también la que proviene de espacios externos, ya que hay traducciones que si no las editaran las universidades difícilmente estarían en el mercado al tratarse de libros, en la mayoría de los casos, costosos o hechos para un público muy especializado.

En América Latina las universidades juegan un rol significativo como agentes editoriales y hacen importantes aportes a la oferta bibliográfica de las áreas de las humanidades, ciencias sociales, ciencias exactas, biológicas y tecnología. Las editoriales universitarias latinoamericanas cuentan con catálogos prestigiosos tanto a nivel nacional como de la región. Sus publicaciones son realizadas en gran parte por los académicos de estas instituciones, con lo que promueven la circulación del conocimiento entre la comunidad académica y estudiantil y en el ámbito general de la cultura y las ciencias. Cuando su sede está situada en ciudades o provincias diferentes a la capital, los catálogos cobijan obras de especial interés para el espacio local.

En nuestros países existen casos relevantes de edición universitaria como los de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) que en el año 2010 publicó un total de 2 341 títulos (entre libros, libros electrónicos y publicaciones periódicas) y es hoy en día una de las más grandes editoriales universitarias del subcontinente. Proyectos editoriales como los de la Editorial Universitaria de Chile, la Universidad de los Andes en Colombia, la Universidad de São Paulo, la Pontificia Universidad Católica del Perú y

la Universidad Nacional del Litoral en Argentina, son también ampliamente reconocidos.

En 2009, último dato con el que se cuenta, la edición universitaria en América Latina representó el 4% de la actividad editorial del subcontinente. 645 universidades registraron 12 432 títulos en las agencias ISBN. Con 4% de participación, entre todos los agentes editores de la región, y el 10% de las novedades, el sector editorial universitario se ubica como un eslabón vital de la edición latinoamericana (Uribe 29, 48, 170). Brasil fue el país en donde mayor cantidad de universidades registraron títulos en 2009, con 251 entidades que corresponden al 39.4% del total. Le siguen en orden descendente, Colombia con 102 entidades, Argentina con 85, México con 67 y Chile y Perú con 45. Pese a estos indicadores, existe un número no determinado de universidades que edita sin tener sello editorial, de manera autónoma o en coedición, y/o a través de Internet.

El trabajo de las editoriales universitarias de Latinoamérica empezó a ser valorado en los años cincuenta del siglo pasado como un espacio de producción intelectual, científica y cultural de carácter autóctono que a la larga se conforma como patrimonio cultural local, nacional y continental; aunque no es hasta 1987 cuando en ocasión de la Reunión Regional de Editoriales Universitarias, celebrada en la ciudad de Lima, se institucionalizó su importancia con la creación de la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (EULAC).

La EULAC contó con el auspicio del CERLALC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe), el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID), la Internacional Association of Scholarly Publishers (IASPS) y la Universidad del Pacífico (Lima) para iniciar un proyecto, que se mantiene activo hasta nuestros días, y que tiene como finalidad primordial la de integrar y fortalecer a las diferentes editoriales universitarias de la región. Su ideario se basa en el fomento a la producción, publicación, distribución y amplia circulación de sus líneas editoriales, bajo la convicción de que esta misión se cumplirá con la capacitación constante y profesional de sus miembros. Digna de mención es la institucionalización de la actividad editorial universitaria que ocurre casi de manera simultánea en España, en donde en 1987 se conformó la ASEU (Asociación de Editoriales Universitarias Españolas), hoy UNE (Unión de Editoriales Universitarias Españolas) con sede en Madrid.

Antes de los años noventa, las publicaciones universitarias eran muy diferentes en el ámbito latinoamericano a como se conocen actualmente. La realidad editorial en ese entonces estaba representada por una evidente precariedad en el diseño editorial y la calidad de forma de los textos. Las editoriales universitarias publicaban, la más de las veces, libros mal diagramados, con buenos contenidos pero con muchas fallas desde el punto de vista editorial.

Existía en esta última década del siglo XX, y persiste aún en varios casos, una concepción equivocada de la razón de ser de las editoriales universitarias en la región. Las universidades basaban su proyecto editorial en la actividad industrial de imprimir. Las editoriales eran básicamente imprentas. Con el nacimiento de grupos y asociaciones de centros de publicaciones y editoriales universitarias ha sido posible, sin que se llegue a soluciones totales, cualificar la labor editorial de las instituciones de educación superior además de crear vínculos de colaboración en temas como la coedición, la participación en ferias, la distribución y comercialización de textos y la profesionalización de los involucrados en el ecosistema o cadena del libro universitario. A la fecha se cuenta en América Latina con nueve redes y/o asociaciones nacionales de editoriales universitarias públicas, cuya labor y líneas de acción se resumen en el siguiente cuadro:

Nombre de la Red y año de fundación	Número de integrantes y modalidad de participación	Misión y plataforma de acciones
<p>Asociación Peruana de Editoriales Universitarias y de Escuelas Superiores (APESU)¹.</p> <p>Fue fundada el 27 de octubre de 1988.</p>	<p>Tiene 8 miembros.</p>	<p>Sus objetivos se sintetizan así: la integración de las editoriales; el fomento de la producción y distribución del libro –especialmente el texto universitario–, las publicaciones periódicas y todos los materiales impresos producto del quehacer académico, el perfeccionamiento técnico y administrativo de las editoriales universitarias del Perú y la difusión del pensamiento académico hacia la comunidad.</p>
<p>Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (ASEUC)².</p>	<p>Cuenta con 47 afiliados, de los cuales 4 no son universidades sino fundaciones educativas.</p>	<p>Las actividades que desarrolla la ASEUC están vinculadas con la labor que realizan otros organismos como: Cámara Colombiana del Libro;</p>

¹ http://www.biblioteca.udel.edu.pe/BibVirUDEP/tesis/pdf/1_125_204_398_4042.pdf

² Mesografía: <http://www.aseuc.org.co/quienes.html>

<p>Se constituyó legalmente en Bogotá el 30 de abril de 1990.</p>		<p>Asociación Colombiana de Universidades, ASCUN; Proexport de Colombia; Ministerio de Educación; Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y del Caribe (EULAC) y Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC). Estas actividades buscan el crecimiento, la socialización, la divulgación y la comercialización de la producción editorial universitaria.</p> <p>La meta principal de ASEUC es integrar a las editoriales universitarias colombianas y fomentar la producción y distribución del libro universitario, tanto impreso como electrónico.</p>
<p>Asociación Brasileña de las Editoras Universitarias (ABEU)³.</p> <p>Fundada en 1991 en São Paulo.</p>	<p>Esta asociación concentra a 100 instituciones editoras que lo mismo son universidades, museos, fundaciones educativas y culturales e imprentas estatales.</p>	<p>Los interesados en participar en la ABEU deben afiliarse mediante una cuota que difiere según el número de publicaciones anuales que editen, empleándose los siguientes criterios (0 a 12, 13 a 25 y 26 o más). La decisión final de aprobación de un nuevo miembro recae en la valoración que de su producción editorial hace la Junta Directiva.</p> <p>La agrupación ha participado en Bienales del Libro, Ferias y Encuentros nacionales e internacionales. También ha instituido el Programa Interuniversitário para Distribuição de Livro (PIDL) que tiene como objetivo divulgar y comercializar los libros producidos por las editoriales universitarias asociadas a la ABEU.</p>
<p>Red de Editoriales de Universidades Nacionales (REUN)⁴.</p> <p>Se creó en marzo de 1995 en la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.</p>	<p>Integran la red 25 editoriales de manera permanente pero todas las universidades argentinas que tienen una editorial o centro de publicaciones (real, en formación o en proyecto) son miembros y</p>	<p>Comenzó a operar de forma sostenida en 1997 con la participación en ferias del sector y jornadas realizadas con cinco objetivos básicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Intercambio de información y asesoramiento entre editoriales.

³ Mesografía: <http://www.abeu.org.br>

⁴ Mesografía: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001494/149476so.pdf>

<p>Se creó en marzo de 1995 en la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.</p>	<p>pueden participar de la REUN. Tienen voz y voto en las acciones que proponga la Red durante sus jornadas anuales.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Mejoramiento del sistema de producción para reducir costos. 3. Articulación de un sistema de coediciones. 4. Afianzamiento de un sistema de distribución y comercialización para convertir a cada editorial en una boca de ventas de todas las demás. 5. Intercambio en capacitación para optimizar los recursos humanos y técnicos.
<p>Asociación de Editoriales Universitarias de Venezuela (ASEUV)⁵.</p> <p>Quedó legalmente constituida en diciembre de 2001 en Caracas.</p>	<p>La ASEUV es una asociación civil sin fines de lucro conformada por diecisiete instituciones de las cuales dieciséis son públicas y una privada.</p>	<p>Esta asociación tiene entre sus objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la edición, producción, distribución y comercialización del libro universitario dentro y fuera del país. Así como de las publicaciones periódicas y demás productos editoriales provenientes del quehacer académico institucional del país. • Propiciar la creación de editoriales universitarias en las casas de estudios superiores venezolanas. • Servir de canal de información entre las editoriales universitarias venezolanas asociadas. • Estimular el uso de los adelantos tecnológicos en los procesos editoriales. • Participar en nombre de sus asociados en reuniones locales, nacionales, regionales e internacionales donde se planteen, sometan y discutan problemas de interés de las editoriales universitarias venezolanas.
<p>Sistema Editorial Universitario Centroamericano (SEDUCA)⁶.</p>	<p>Agrupar a 17 universidades estatales de los siete países de la región.</p>	<p>La misión del SEDUCA es difundir el pensamiento universitario centroamericano en las distintas áreas del conocimiento que contribuya al desarrollo integral, la difusión de valores, la transferencia de</p>

⁵ Mesografía: <http://investigacion.unet.edu.ve/feunet/ASEUV.pdf>

⁶ Mesografía: <http://seduca.csuca.org/drupal/?q=node/89>

<p>Se creó en 2004 como parte del Segundo Plan para la Integración Regional de la Educación Superior Centroamericana (PIRESC II) que la Confederación Universitaria Centroamericana ejecuta desde 1996.</p>		<p>conocimiento y a profundizar y fortalecer la identidad regional mediante la cooperación en el campo editorial.</p> <p>Para cumplir con su misión, el SEDUCA estableció las políticas editoriales siguientes: 1) Políticas de Selección; 2) Políticas de Producción; 3) Políticas de Distribución, y 4) Políticas de Precios.</p> <p>Los objetivos de este sistema de edición universitaria pueden resumirse de la siguiente manera:</p> <p>1) Que la producción editorial del SEDUCA, llene los requerimientos en relación a calidad en su contenido, de acuerdo a los fines del Consejo Superior Universitario Centroamericano (CSUCA).</p> <p>2) Que el SEDUCA sea un instrumento de apoyo a las distintas universidades para promover y divulgar aquellos materiales bibliográficos que tengan como fin buscar la integración y desarrollo de la región centroamericana.</p> <p>3) Disponer de mecanismos que permitan distribuir la producción editorial del Sistema, en toda la región centroamericana.</p> <p>4) Disponer la producción editorial del Sistema a precios accesibles al público en general.</p>
<p>Red de Editoriales Universitarias y Académicas de México (Red ALTEXTO)⁷.</p> <p>Creada en noviembre de 2006, es un proyecto de la Universidad de Guadalajara.</p>	<p>La integran 50 miembros entre universidades y centros de investigación pertenecientes a la ANUIES (Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior).</p>	<p>La Red Nacional Altexto trabaja en cuatro líneas:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Representa a las editoriales de las instituciones de educación superior de México frente a organismos similares nacionales e internacionales. – Incrementa la distribución y comercialización de los libros publicados por las instituciones de educación superior. – Facilita la participación de sus instituciones en ferias del libro nacionales e internacionales.

⁷ Mesografía: http://www.anui.es.mx/r_academicas/red_nacional_altexto.php

		<p>– Desarrolla proyectos editoriales en coedición entre sus integrantes y con otras instituciones.</p> <p>La Red Nacional Alttexto se compone de un coordinador, un secretario técnico y ocho comisiones de trabajo, estas atienden aquellos asuntos que es urgente resolver en el quehacer editorial de las instituciones de educación superior mexicanas tales como derechos de autor y coediciones; capacitación; promoción del libro y la lectura; bases de datos y estadísticas; información y página web; catálogo; comercialización y bibliotecas.</p>
<p>Editoriales Universitarias Públicas Costarricenses (EDUPUC) ⁸.</p> <p>Fue creada en 2008 por la Comisión Nacional de Rectores (CONARE) de Costa Rica.</p>	<p>EDUPUC está conformada por la Editorial de la Universidad Nacional de Costa Rica (EUNA), la Editorial de la Universidad Estatal a Distancia (EUNED), la Editorial Universidad de Costa Rica (Editorial UCR) y la Editorial del Instituto Tecnológico de Costa Rica (Editorial Tecnológica de Costa Rica).</p> <p>Anualmente estas cuatro universidades, producen más del 50% de los libros editados en el país centroamericano.</p>	<p>Este proyecto tiene como propósito promover acciones conjuntas entre las cuatro editoriales de las universidades estatales costarricenses. El objetivo fundamental es difundir el conocimiento generado en estas casas de estudio así como ofrecer a la sociedad costarricense y al resto de la región obras de alto valor científico, tecnológico, histórico, cultural, pedagógico, artístico o literario. Para alcanzar esta meta propone las siguientes tres actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.) En el ámbito de la difusión, organizar una feria universitaria del libro. 2.) Participación en ferias internacionales del libro, en las cuales es posible realizar procesos de comercialización y venta de las obras producidas. 3.) Publicación de un catálogo conjunto que permita facilitar la promoción de las obras universitarias. 4.) Publicación en coedición, de obras de interés para las cuatro instituciones, lo que permitirá eventualmente la creación de un sello editorial universitario (amparado a CONARE).

⁸ Mesografía: http://www.csuca.org/seduca/Catalogo_2009_EDUPUC.pdf

<p>Red de Editoriales Universitarias de Ecuador (REUDE)⁹</p> <p>Constituida el 18 de junio de 2010 en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM). Su presidente es Ubaldo Gil quien también es Vicepresidente de la EULAC.</p>	<p>La integran 19 miembros.</p>	<p>Su propósito es consolidar, diversificar, mejorar y ampliar los servicios que ofrecen las editoriales de las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador, privilegiando la cooperación editorial.</p> <p>Se han realizado reuniones de trabajo en distintas ciudades del país para consolidar la formación de la Red, así como para establecer acuerdos en beneficio de las publicaciones universitarias del país sudamericano.</p>
--	---------------------------------	--

Cuadro 1.1. Asociaciones Nacionales de Editoriales Universitarias Púbricas en América Latina

Sumamos a las redes y/o asociaciones de editoriales universitarias que como observamos, se crean mayoritariamente a fines del siglo XX, otros importantes proyectos que las universidades públicas latinoamericanas por medio de sus oficinas de publicaciones, centros editores, editoriales y redes han puesto en marcha y que han marcado un hito en las actividades de esta industria a nivel regional y global. En el siguiente listado enumeramos aquellas que tienen o tuvieron mayor trascendencia epistemológica y de vínculo con la sociedad:

- a. La fundación en 1958 de la que a la postre sería considera un modelo de editorial universitaria en el continente y más allá de sus fronteras, la argentina EUDEBA¹⁰. La Editorial de la Universidad de Buenos Aires fue una iniciativa de Rusieri Frondizi, rector de esta casa de estudios y su primer editor y gerente fue Boris Spivacow, quien convertiría a EUDEBA en uno de los sellos editoriales más importantes en América Latina. «EUDEBA vendía libros en sus propios quioscos callejeros, una novedad desconocida hasta que se vio gente haciendo cola en la calle Florida» recuerda Beatriz Sarlo en un artículo para

⁹ Mesografía: <http://reude.blogspot.com/>

¹⁰ Mesografía: <http://www.uba.ar/eudeba/contenidos.php?m=1>

el diario *Clarín* de abril de 2006 ¹¹. Los libros eran vendidos en paquetes de cuatro ejemplares, muy baratos, ilustrados, de diseño moderno, que compraban por igual universitarios que trabajadores, amas de casa o niños. La presencia y el peso del diseño organizacional de Spivacow puede revalorizarse accediendo al libro-memoria que le dedicó Delia Maunas; *Boris Spivacow. Memoria de un sueño argentino* (Colihue, 1995), que culmina con dos docenas de entrevistas a sus más cercanos colaboradores. Lo cierto es que tras el golpe militar en la universidad en 1966, en la “Noche de los bastones largos”, Boris dejaba 802 títulos nuevos, 281 reediciones, 11 461 032 ejemplares vendidos, una empresa que no daba pérdidas y multitudes que ya sabían que leer era un derecho irrenunciable. Su último éxito había sido un *Martín Fierro* ilustrado por Castagnino que hoy es un clásico cuya tapa recorrió el mundo y del que se vendieron tres ediciones en tres meses con un total de 170 000 ejemplares.

- b. Una de las ferias con mayor tradición en la región, la Feria del Libro del Palacio de Minería en México, evento que es organizado anualmente por la Facultad de Ingeniería de la UNAM desde 1974. En su última edición de febrero de 2012 reunió un aproximado de 151 mil asistentes, una oferta de 35 mil títulos y un programa de actividades académicas y culturales superior a 1 000 ¹².
- c. La *Librería de la U* (<http://www.lalibriadelau.com>), portal en Internet a cargo de la ASEUC (Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia) que nace en 2004 y en el que se comercializan los libros, *e-books*, películas y revistas de los miembros de esta red al igual que de otras editoriales universitarias hispanas (Universidad Central de Venezuela, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de

¹¹ “Más libros para más” en *Clarín* del 02 de abril de 2006. Disponible en: <http://edant.clarin.com/diario/2006/04/02/sociedad/s-01169623.htm>

¹² “151 000 visitantes recibió la FIL de Minería” en *El Universal* del 5 de marzo de 2012. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/834165.html>

Zaragoza), y editoras académicas comerciales internacionales como Fondo de Cultura Económica, AlfaOmega, Mc-Graw Hill, Santillana, Revista de Occidente, etc. Esta librería en línea también pone a disposición del internauta, textos electrónicos de la ASEUC, CERLALC y otras instituciones para que sean consultados de forma gratuita.

- d. El *LUR* (Libro Universitario Regional), programa de la EULAC que tuvo por objetivo la difusión de conocimientos innovadores y relevantes para el desarrollo de la región en las universidades latinoamericanas, mediante la publicación y comercialización de libros. La Editorial Tecnológica de Costa Rica (ET) actuó hasta 2005 como Centro de Producción (pre-prensa). El *LUR* pretendió que las diferentes editoriales universitarias llevaran a cabo proyectos de coedición, mismos que sumaron catorce libros con títulos como: *Violencia y paz en América Latina*, *Soberanía y política económica en América Latina*, *Género y salud reproductiva en América Latina*, entre otros.
- e. La organización –a partir de 2005– del *Foro Internacional de Edición Universitaria* por la Universidad de Guadalajara y la Red Altexto, primero en su tipo en el ámbito iberoamericano que cuenta con el apoyo y la participación de la UNE (Unión de Editoriales Universitarias Españolas) y de profesionales en el sector de Europa y los Estados Unidos.
- f. La *Muestra del Libro Universitario de América Latina y el Caribe en Educación Superior*, realizada en el marco de la Conferencia Regional de Educación Superior (CRES) en Cartagena de Indias, Colombia en 2008 donde se reunieron las colecciones editoriales de más de cien universidades con títulos de educación. La muestra fue impulsada por el Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC) y el CERLALC, y contó con el apoyo del Ministerio de Educación de Colombia. Más de 3 500 representantes de todas las universidades de la región tuvieron acceso a ella.

- g. La marca *Libro Universitario Argentino* (LUA) que identifica a los libros universitarios editados y publicados por las universidades de gestión pública de la Argentina. Esta marca fue registrada por la Red de las Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN) en 2011 (<http://plua.educ.ar/>) y para el presente año, 2012, cuentan ya con un catálogo de 58 títulos que con el aval del *Programa Sur*¹³ (*ProSur*) se ofrecen a editores de otros países para su traducción y publicación en diferentes lenguas.

Consideraciones finales

La notoriedad y logros de las editoriales universitarias del subcontinente arriba enunciados serían insuficientes para terminar de contextualizar el momento actual por el que pasan estas empresas en el seno de una de las instituciones con mayor peso social y cultural; razón por la cual se mencionan aquí los principales problemas que enfrenta la edición universitaria en los países latinoamericanos:

¹³ A fin de promover el conocimiento de obras de la literatura y el pensamiento argentinos en el exterior se estableció por Resolución Ministerial (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República Argentina) N.º41 del 2 de febrero de 2009 el Programa de apoyo a la traducción para favorecer y fortalecer la edición de esas obras en lenguas extranjeras. Algunas de las características del PROSUR son:

1. Las obras pueden ser elegidas dentro de los distintos géneros literarios y de autores argentinos clásicos y contemporáneos, cuyas temáticas sean representativas de la identidad nacional.
2. El Programa ha sido lanzado en función del compromiso asumido por el Gobierno Argentino de promover la traducción de obras de autores argentinos para facilitar su edición en lenguas extranjeras y difundir el imaginario, ideas y valores del país en el exterior.
3. Las subvenciones se otorgan a editores extranjeros contra el compromiso de publicar las obras antes del 30 de noviembre del año siguiente a la convocatoria
4. Los editores argentinos, los autores de las obras o los agentes que posean los derechos de autor pueden actuar en representación de los editores extranjeros, pero el pago se realiza siempre a estos últimos.
5. Las obras deben haber sido escritas en español por autores argentinos y deberán haber sido editadas previamente.

Desde su creación hasta la fecha el PROGRAMA SUR lleva subsidiadas más de 400 obras traducidas a más de 34 idiomas. Mesografía: <http://programa-sur.mrecic.gov.ar/>

La falta de definición en la finalidad. Si bien se suele reconocer que las editoriales universitarias publican para satisfacer las necesidades de la propia universidad, como apoyo a la docencia; para divulgar la investigación y para acercar a la sociedad el conocimiento que se produce en esta institución de educación superior e incluso para remediar vacíos culturales de los que no se ocupa la industria editorial comercial, rara vez se reconoce que publican también y sobre todo, para satisfacer otras necesidades del personal académico vinculadas con la promoción curricular y jerárquica. Se publica además, para satisfacer necesidades políticas de las autoridades universitarias en turno.

La ineficiencia generada por la falta de definición en la finalidad, lo que conlleva a la discontinuidad o inconsistencia de los catálogos universitarios; a la existencia de colecciones con uno o dos títulos, a las ediciones costosas u obsoletas y, finalmente, a tener las bodegas al tope.

La dependencia de la estructura burocrática-administrativa de la universidad que conduce a la falta de autonomía editorial, administrativa y financiera. La mayoría de los sellos dependen del presupuesto público que se vuelve cada vez más limitado. Los ingresos por ventas, debido a disposiciones administrativas de las universidades no se reinvierten en las editoriales.

La carencia de equipos profesionales principalmente en las áreas de promoción y comercialización.

La escasa y lenta distribución de los textos universitarios, y la carencia de estrategias comerciales y de planes de distribución, promoción y ventas.

El hecho de que las editoriales universitarias y de instituciones de educación superior se han manejado como instituciones y no como empresas. En esa dicotomía se encuentra entonces su conflicto, es decir, tienen un presupuesto y deben producir

una cantidad de títulos que justifiquen dicha asignación pero no se piensa en recuperar y mucho menos en incrementar esa inversión.

Los responsables de las editoriales universitarias producen libros pero no son administradores y raras veces contemplan el proceso editorial en su conjunto. Ello ocasiona desvinculación entre los programas de estudio de la institución y los programas editoriales, lo que repercute en la carencia de libros propios (científicos y técnicos) en número suficiente en beneficio de las traducciones o de textos externos.

Fuentes de consulta:

- Chartier, Roger. “La Universidad y la Edición: Pasado, Presente, Futuro”. Conferencia Magistral presentada en la apertura del Congreso Internacional de Edición Universitaria. En Polo Pujadas, Magda, *coordinadora* (2007). *Innovación y retos de la edición universitaria*. Madrid: Unión de Editoriales Universitarias Españolas, 2007.
- Hernández, Hilda Elena. “Las lógicas del mundo académico y la transformación de la edición universitaria”. Ponencia presentada en el *IV Foro Internacional de Edición Universitaria. Reformar para Posicionar*. 29 y 30 de noviembre de 2010. Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2010.
- Serna Alcántara, Gonzalo Aquiles. “Misión social y modelos de extensión universitaria: del entusiasmo al desdén”. En *Revista Iberoamericana de Educación*, núm. 43 junio de 2007. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). Madrid. Pp. 1-7.
- Sierra Quinte, Jorge Alfonso. *Marketing para editoriales universitarias en el siglo XXI*. San José de Costa Rica: Editorial DirectLibros, 2005.
- Situación de las Editoriales Universitarias de Centroamérica*. Ciudad de Guatemala: IESALC/Secretaría Permanente del CSUCA, 2003.
- Uribe Schroeder, Richard (dir.) *El espacio iberoamericano del libro 2010*. Santiago de Chile: CERLALC/Cámara Chilena del Libro/Fundación Grupo Iberoamericano de Editores, 2010.