LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS EN AMÉRICA LATINA

CLAUDIO RAMA

RICHARD URIBE

LEANDRO DE SAGASTIZÁBAL

Las editoriales universitarias en América Latina
De Sagastizábal, Leandro; Rama, Claudio; Uribe, Richard

Diseño y diagramación: DESIGNIA ADV / Erick Rodríguez
Corrección de estilo: María Antonia García de la Torre
Apoyo editorial: Carlos Sánchez Lozano

De la coedición

© 2006. Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe. Iesalc
© 2006. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. Cerlalc

ISBN 958-671-105-6

Centro Regional Para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. CERLALC
Calle 70 No.. 9-52 Bogotá, Colombia
www..cerlalc.org
Correo electrónico: libro@cerlalc.org

Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe. IESALC
Edificio Asovincar, Av. Los Chorros c/c Calle Acueducto, Altos de Sebucán
Apartado Postal 68.394. Caracas 1062-A, Venezuela.
www..iesalc.unesco.org.ve
Correo electrónico: iesalc@unesco.org.ve

Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización de los editores.

IESALC
Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe

CERLALC
CENTRO REGIONAL PARA EL FOMENTO DEL LIBRO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

TABLA DE CONTENIDO

Presentación 7

Los desafíos de las editoriales universitarias de América Latina en la sociedad del saber 11
Claudio Rama

La edición de libros en las universidades de América Latina y el Caribe. *Richard Uribe* 25

- Introducción 27
- El universo editorial en los países de América Latina y del Caribe 30
- Edición universitaria en los países de América Latina y del Caribe 34
- La actividad editorial universitaria 41
- La estadística disponible 42
- Las editoriales universitarias que son también editoriales industriales 43
- Estadísticas sobre el registro de títulos en las agencias ISBN por parte de las universidades 44
- Registro de títulos por las universidades 46
- Títulos registrados por ciudad 49
- Principales observaciones 59
- Universidades que editan en América Latina 2002-2004 60
- Propuesta esquema metodológico para abordar un estudio sobre las publicaciones de las universidades por áreas temáticas 83
- Bibliografía 93

Estudio comparativo de las editoriales universitarias de América Latina y el Caribe. 95
Leandro de Sagastizábal.

Introducción 97

Caracterización de las editoriales universitarias 101

Taxonomía para el análisis comparativo 109

1. Autonomía, mecanismos para la obtención de financiamiento y relaciones con la universidad y la política 110

2. Tipos de estructuras 120

3. Producción bibliográfica 141

4. Criterios de gestión 156

5. Relación con los autores 163

6. Formas de distribución 168

Estrategias de ampliación de mercados y actividades de promoción y marketing 181

La promoción universitaria; La prensa (los medios gráficos); La publicidad; Las exposiciones y ferias; Presentaciones. 183

7. La reprografía y la piratería 187

Estrategias comunes para América latina y el Caribe 199

Modelos emblemáticos nacionales 204

Conclusiones 217

Análisis Foda 218

Consideraciones finales 236

Bibliografía 244

PRESENTACIÓN

Este libro reúne tres aproximaciones clave para comprender el presente y el porvenir de las editoriales universitarias de América Latina y el Caribe.

En la primera, "Los desafíos de las editoriales universitarias de América Latina en la sociedad del saber", Claudio Rama, director de Iesalc (Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe),y gestor de este libro, hace una descripción detallada del nuevo entorno en el que está circulando el conocimiento desde los años noventa, la llamada sociedad global, y analiza la forma como este nuevo ámbito afecta los formas de enseñanza y aprendizaje, pero también el mundo de la edición, y en particular la edición universitaria. Indica que a la fecha han crecido notoriamente las especializaciones y áreas de conocimiento en la educación superior (cerca de 50 mil certificaciones y campos de saber distintos), lo que da idea del vasto territorio de áreas que les queda a las editoriales por explorar.

Sin embargo, una oportunidad pronto se ha convertido para las editoriales universitarias en una amenaza. Con legislaciones nacionales poco claras sobre el uso académico de Internet, la copia virtual y la reprografía ilegal, estas circunstancias se han convertido en obstáculos severos para la producción editorial universitaria. En muchos casos las propias universidades –incluso los mismos docentes- han fomentado la práctica indiscriminada del uso de la fotocopia ilegal, que no solo afecta los derechos económicos de los docentes autores, sino que frena la posibilidad de que muchos de ellos encuentren estímulo a continuar escribiendo y fomenta una ética del no respeto al libro y al derecho de autor.

En cualquier caso –advierte Rama- las editoriales se han encontrado en un entorno accidentado que las ha puesto ante retos para las cuales no estaban preparadas. Aparte de que las multinacionales editoriales norteamericanas y españolas, sobre todo, rápidamente dotaron con contenidos los diversos currículos universitarios (de modo marcado en áreas como economía, medicina, ciencias exactas, administración empresarial), las editoriales universitarias de la región sufrían dificultades internas para adaptarse a entornos competitivos, marcadas por estilos de gestión gerencial y empresariales inexistentes o anacrónicos.

Tal panorama hace declarar a Claudio Rama: "Tampoco estamos siempre frente a sociedades que le apuestan a la lectura, al estudio y al aumento de una cobertura universitaria de masas y de calidad, como el único mecanismo para superar los problemas de nuestras economías. Así permitirán el ingreso de nuestras naciones en las sociedades del saber".

La segunda de las aproximaciones es una investigación dirigida por Richard Uribe, actual Subdirector de Libro y Desarrollo del Cerlalc. En "La edición de libros en las universidades de América Latina y el Caribe" hace un detallado informe estadístico del aporte real de los fondos editoriales universitarios y de las publicaciones universitarias en la producción bibliográfica latinoamericana. Luego de diseñar un software para analizar la información existente, Uribe aprovecha el enorme potencial del registro de libros ISBN, que le permite identificar entre 2002 y 2004 aspectos centrales de la oferta editorial universitaria: número de títulos editados, categorías temáticas de la producción, tipo de soporte en que se edita, número de páginas de los libros, nacionalidad de los autores, títulos con más de una edición.

Uribe resalta –y este es un aporte básico de su trabajo- que en América Latina y el Caribe existen 554 editoriales universitarias, que constituyen 5.3% del total de editoriales de la región y aportan 10% de las novedades publicadas, lo que es una cifra estimable desde cualquier punto de vista. También la investigación resalta que un número no determinados de universidades edita sin tener sello editorial, de manera autónoma o en coedición, y lo hace también a través de Internet. Este hecho exigirá diseñar un modelo de análisis que incluya estas modalidades de edición, sin las cuales el espectro editorial universitario quedaría incompleto.

Su aproximación introduce al lector en el mundo editorial latinoamericano y estudia el proceso de edición universitaria en relación con el contexto regional. Las apreciaciones que se hacen en cuanto al universo editorial latinoamericano se basan en los resultados de una investigación anterior: *Producción y comercio internacional del libro en América Latina y el Caribe 2003*, publicada por el Cerlalc en 2005.

Si el conocimiento que produce la universidad, además de ser leído por la comunidad académica puede ser leído por otro tipo de lectores, si desde las universidades se publican libros que encuentran asidero en diferentes tipos de mercados, la educación superior está cumpliendo con uno de sus

objetivos: acortar la brecha que existe entre el pensamiento académico y la realidad social, histórica y cultural de una sociedad, concluye Uribe.

La tercera de las aproximaciones es una investigación coordinada por lesalc y terminada a finales de 2005. "Estudio comparativo de las editoriales universitarias de América Latina y el Caribe", es una investigación liderada por Leandro de Sagastizábal, ex director de Eudeba y actual gerente del Fondo de Cultura Económica, filial Argentina. Este trabajo se constituye en el estudio más completo hasta el momento sobre las editoriales universitarias de la región. Apoyándose en un amplio conjunto de estudios a nivel nacional y de un estudio subregional de Centro América, que promovió el lesalc, y que fueron presentados en un seminario regional realizado en Buenos Aires en el 2004, Sagastizábal hace un estudio comparativo sobre dichos análisis y al tiempo un diagnóstico muy completo que le permite elaborar una matriz Dofa (debilidades, oportunidades, fortalezas, amenazas) de las empresas editoriales universitarias desde México hasta Argentina, incluyendo las de los países caribeños que aportaron información. La descripción de cada uno de estos elementos inserta cada problema o logro en un territorio conceptual que enriquece el debate, pero que sobre todo avizora soluciones y salidas y no se queda en la mera queja o reparo. Si bien las editoriales universitarias muchas veces son entes incomprendidos o no valorados suficientemente por las universidades que las sostienen, en otros casos –habría que citar la mayoría- demuestran graves síntomas de irrealismo y rezago ante lo que se supone es una editorial moderna. Cierto que falta recurso humano capacitado de modo permanente –Sagastizábal resalta que no hay suficientes editores técnicos con perfiles ocupacionales que incluyan el liderazgo empresarial y estrategias de mercadeo basadas en el direccionamiento estratégico-, pero faltan también políticas claras para el manejo de estas editoriales. Las editoriales universitarias prolongan debates que en las comerciales tienden a solucionarse rápidamente (¿qué hacer: mantener un taller de impresión propio tecnológicamente atrasado o usar servicios de outsourcing?), no son disciplinadas en diseñar colecciones bien concebidas con un público que pueda acceder a ellas, al igual que en establecer eficientes planes de negocios y de marketing. En esta dirección el porvenir no se advierte de modo optimista. Señala Sagastizábal: "La editorial universitaria de la región se desarrolla en un escenario que puede parecer desconcertante, ya que ocupa un sitio nebuloso dentro de las estrategias que despliegan las universidades para lograr su inserción y trabajo con la sociedad".

Es claro que dentro del ámbito de la edición en la región, el fragmento que ocupan las ediciones universitarias no es despreciable. Pero su presente –y sobre todo su perspectiva- no es nítido. Tal como lo señalan estos tres trabajos se requiere de medidas urgentes –de diverso nivel, orden y de gestión- que eviten que colapse la edición universitaria, sobre todo en algunas regiones y países vulnerables. Las universidades de la región tienen dentro de sus tareas centrales –y así lo señalan la mayoría en su misión institucional- producir nuevo conocimiento a través de la investigación sostenida de sus docentes. Esta tarea –habrá que insistir en ello- no es lateral o eventual. Supone por parte del Estado, en el caso de las universidades públicas, y de los directivos propietarios, en el caso de las privadas, un esfuerzo sostenido de apoyo económico, logística eficiente, planes acompañados por procesos de seguimiento y evaluación y, sobre todo, recurso humano altamente cualificado que facilite el alcance de esas metas. Las editoriales universitarias deberían estar atentas a articular y concretar esta misión, sin perder un horizonte empresarial que les garantice funcionar en un marco autónomo sin presiones burocráticas, y que en verdad enriquezca y responda a necesidades de conocimiento que exige la sociedad. En este sentido el aporte de las editoriales universitarias no se puede desdeñar. Nuestros países, en su conjunto, requieren de nuevos trabajos, investigaciones, producidos por intelectuales de nuestro continente, que le permitan constituirse en faros en entornos habitualmente adversos y al borde del abismo.

LOS DESAFÍOS DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS DE AMÉRICA LATINA EN LA SOCIEDAD DEL SABER

CLAUDIO RAMA

El proceso educativo se caracterizó tradicionalmente por la existencia de un saber que acumulado en una persona –que accedía a él por diversos mecanismos- realizaba su transferencia ordenada hacia otras personas en el marco de una dinámica interactiva y presencial. Durante siglos, dicho proceso educativo careció de apoyos didácticos externos, y en algún momento histórico -la pared o el papiro primero, y la tiza y el pizarrón después-, se adicionaron insumos de apoyo a esa educación presencial.

Los textos originales fueron el primer eje que permitió que la educación tuviera un apoyo pedagógico al exterior al aula, que permitió reforzar el rol del trabajo docente y la transferencia de saberes. Tales libros, únicos y posteriormente copiados a mano, fueron la base de la creación de las bibliotecas que eran otro de los sectores de apoyo externos al aula.

La creación de la imprenta de tipos móviles por Gutemberg, cambió esa dinámica educativa y permitió su redimensión a partir del encuentro con la industria cultural, gracias a la cual comienza su lento camino para conformarse como un sector que no sólo incluía a las élites. Con la imprenta, el soporte del conocimiento se reproduce gracias a lo cual se expande la cantidad de libros y también se traslada el saber en el tiempo y en el lugar. Los procesos pedagógicos y educativos dejan de ser exclusivamente presenciales y sujetos al mero dictado del docente, quien recibe el apoyo externo del aula a través del libro.

La autoeducación, la capacidad de reaprender, la posibilidad de profundizar en los estudios a través de otros enfoques, y la transformación del propio rol del docente, constituyen procesos asociados a esa revolución de la producción editorial. Allí reside la génesis de la educación a distancia y también de la educación permanente, en tanto que ellos están asociados a soportes y envases de información autónomos.

Varios siglos después, la imprenta se redimensiona con la electricidad, con la automatización y con el aumento de la velocidad de producción, la producción de procesos de preimpresión en frío gracias al desarrollo de las computadoras y de los sistemas industriales de impresión, tanto de tipo masivos a bajos costos como a su vez altamente segmentados en tiradas reducidas[i]. Es a partir de entonces cuando la industria editorial a escala mundial se conforma como el sector de apoyo fundamental de la educación. Sin el libro y la industria editorial, la educación no cubriría la demanda social, ni tampoco el saber se incrementaría tan rápidamente.

La mayor producción de libros y sobretodo, la segmentación de la industria gracias al desarrollo de diversas técnicas gráficas con alta variabilidad de escalas de producción (desde la rotativa hasta la fotocopiadora), cubren una amplia diversidad de temáticas junto a grandes volúmenes de producción, y por ende promueven la discusión, confrontan teorías y enfoques, producen nuevos saberes.

La mayor segmentación de temas y la diversidad de las publicaciones representan la creciente diferenciación disciplinaria. La amplitud de títulos (hoy sólo en idioma español se editan más de cien mil nuevos títulos por año), ha estado correlacionada con la expansión disciplinaria, con el complejo proceso de creación de especializaciones, de divisiones disciplinarias y de articulación compartida de campos multidisciplinarios.

La transformación tecnológica de la industria gráfica ha sido la base del proceso de diferenciación de títulos. Así, la transición de la industria gráfica de la rotativa a la offset en su momento, y de los sistemas de preimpresión del linotipo de plomo caliente a los sistemas de tipografía a través de simples computadores, sumado esto al paso de las planchas de piedra a las metálicas y de estas a las películas, permiten dicha segmentación que hoy alcanza un nuevo escalón con la producción de libros *just in time* gracias a la producción gráfica unitaria basada en la tecnología de la fotocopiadora[ii].

En el pasado, la industria editorial era de masas ya que carecía de modalidades técnicas de producción que permitieran la segmentación, situación que a su vez correspondió a la fase de la "fábrica educativa". Hoy, la creciente diferenciación disciplinaria a nivel educativo está asociada con una industria editorial que por la vía de la globalización y del desarrollo de nuevas tecnologías de abaratamiento de las escalas de producción, permite una amplia diferenciación de títulos asociados, a su vez, a una alta variedad de campos disciplinarios distintos.

En este nuevo contexto tecnológico y disciplinario de saberes, se plantean desafíos y tensiones para la industria editorial a escala global, y específicamente para los países en desarrollo, en tanto que ellos son periféricos frente a las orientaciones tecnológicas y a las nuevas creaciones de acceso al conocimiento.

LAS CONTRADICCIONES DE LA INDUSTRIA EDITORIAL EN LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL

La diferenciación disciplinaria como expresión de la división técnica y social del trabajo,

ha permitido la existencia hoy de más de 50 mil certificaciones y campos de saber distintos, lo cual ha entrado en abierta contradicción con las modalidades productivas editoriales basadas en el papel que han caracterizado a los libros tradicionalmente.

La renovación de los saberes y su rápida obsolescencia también ha entrado en creciente contradicción con una industria que se basa en stocks y de lentos procesos de producción[1]. Finalmente, la globalización con escalas mundiales, también entra en contradicción con una industria que se regula por derechos aduanales y cuyos costos de traslado y de comercio internacional de sus productos están asociados a sus componentes industriales (papel y tinta) y no a su contenido inmaterial que es lo que lo define.

La creciente revolución disciplinaria, la permanente renovación del conocimiento, y la globalización como ámbitos crecientes de localización de los saberes, transforman la lógica productiva editorial que hoy tiene más de 500 años bajo similares parámetros tecnológicos y comerciales. Junto a estas contradicciones entre las nuevas dinámicas educativas en la sociedad del saber global y la dinámica tradicional de la industria del libro, la irrupción de Internet plantea además desafíos más complejos. ¿Será posible mantener una estrecha correlación entre el libro como objeto físico y la diferenciación disciplinaria, o tenderá a ser Internet el mecanismo de distribución de las publicaciones? Dada la alta segmentación de las ediciones, la sobreproducción autoral y la capacidad tecnológica de los autores de editar sus propios libros, ¿seguirán siendo las editoriales el vehículo a través del cual los autores colocarán sus creaciones ante los lectores? ¿Podrán mantenerse las sociedades del saber sobre la base de los actuales parámetros del derecho de autor en el cual los libros casi no ingresan al patrimonio público sino cuando son obsoletos? ¿Podrá funcionar en el largo plazo una industria de contenidos, en el cual el costo del soporte es superior al costo del derecho de autor y cuyos volúmenes físicos dificultan su manejo eficiente, o están sujetos a pagos aduanales o impuestos? ¿Podrá sobrevivir en una sociedad global una industria de contenidos que tiene grandes dificultades físicas, financieras y comerciales para ponerse al alcance de los potenciales demandantes?

Más allá de estos aspectos de tipo comercial o tecnológico, el libro está entrando en contradicción con los mecanismos modernos de apropiación de saberes. Como dice el Informe de la Unesco "Hacia la sociedad del

1 Al referirnos a una industria de inventarios estamos significando que es un sector que produce para las estanterías y posteriormente se espera al cliente. Esta característica se distancia de la producción "just in time", que produce luego que existe la demanda con bajas escalas y sin invertir en stocks que pueden ser luego invendibles.

conocimiento", el texto mismo está puesto en tensión pública ante el desarrollo del hipertexto y el frecuente aumento de combinaciones de textos con otros elementos como imágenes y sonido, todos los cuales cambian el propio estatus de la palabra escrita.[iii]

En las últimas décadas, la industria editorial se ha diversificado con el fin de satisfacer demandas sociales cada vez más complejas y diferenciadas. Las ediciones infantiles, los libros de texto, las publicaciones de referencia o los libros de literatura en general indican claramente distintos niveles de demandas de saberes diferenciados. Dentro de esas categorías editoriales, los libros técnicos y científicos develaban la producción de libros asociados a los procesos educativos fundamentalmente a nivel terciario. De este modo mostraban el peso de la industria editorial y de los aparatos universitarios, como además su propia pertinencia en tanto insumo de los procesos educativos a través del propio grado de diferenciación de disciplinas.

Las categorías vinculadas en aras de satisfacer la demanda, derivaba en una variedad de instituciones que cubrían tales nichos de transferencia de saberes. Las editoriales comerciales o los aparatos culturales según Alvin Gouldner, asumieron la producción de los libros de interés general, en tanto las editoriales universitarias habitualmente propiedad de las universidades públicas y con una orientación nacional asumieron la producción de los libros técnicos y científicos que referían básicamente a las propias demandas universitarias.

América Latina conformó históricamente desde los cuarenta una industria editorial fragmentada entre el sector de libros universitarios y los de interés general, con diversos niveles de desarrollo, según el grado de escolarización, de cobertura universitaria y de desarrollo de sus aparatos culturales a escala nacional, y también por la mayor o menor predominancia en cada país de las universidades, las empresas comerciales, las editoriales culturales y el sector público. Tal dinámica estuvo marcada tanto por la ausencia de restricciones a la libre importación de publicaciones como de todo tipo de regulaciones, lo cual facilitó siempre una alta presencia de libros extranjeros. Durante las décadas del 40 al 70 predominaron los libros de la propia región, fundamentalmente México y Argentina, en el ámbito de los libros de interés general y también de los libros universitarios. Para entonces la presencia de las editoriales de España o Estados Unidos era casi inexistente.

LA GLOBALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA EDITORIAL

El sector editorial a escala mundial fue uno de los sectores que sufrió una fuerte reestructuración en el marco de la internacionalización de las industrias culturales acontecida desde los años 80. La dinámica posterior de la industria editorial pasó a estar marcada por el desembarco de las grandes editoriales europeas con sede en España y la adquisición de las editoriales locales; la entrada de las editoriales norteamericanas en el mercado de libros de texto en castellano en todo el continente; la inversión de las empresas editoras norteamericanas en México en el marco del Nafta; los cambios de gestión en las tradicionales editoriales familiares locales; el ingreso de capitales provenientes de otras áreas en el sector editorial y la creación de grandes redes de librerías y la especialización exportadora del sector gráfico con base en ventajas comparativas. La conjunción de estos elementos que han promovido en la región una notable concentración de la producción y de la comercialización editorial tiene una amplia variedad de determinaciones. Entre ellas podemos referir la terminación del proceso de concentración editorial en España; las limitaciones de mercado existentes en la propia península para la continuación del ritmo expansivo allí del negocio editorial, y el ingreso en España de Bertelsmann, un fuerte competidor en el sector editorial que obligó a los grandes grupos editores como Prisa, Mondadori, Planeta, Ediciones B o Zigzag a globalizarse como mecanismo para enfrentar la nueva competencia dentro del sector o la creación de grandes grupos multimedia globales.[iv]

LOS CAMBIOS EN EL MUNDO DEL LIBRO UNIVERSITARIO EN AMÉRICA LATINA

La dinámica editorial latinoamericana sufrió radicales cambios a partir de los ochenta y noventa en el marco de la internacionalización de las industrias culturales, las transformaciones tecnológicas y la expansión de los procesos de mercantilización de los saberes. La globalización en las últimas décadas ha significado una fuerte transformación de todas las industrias culturales a escala global y significativamente también de las editoriales latinoamericanas, una de cuyas tendencias más significativas ha sido su absorción por las grandes casas editoras globales, básicamente españolas. A diferencia, en el sector de los libros universitarios, la dinámica parecería estar pasando por la expansión de las casas editoriales universitarias norteamericanas, quienes empiezan a copar crecientemente el mercado editorial universitario de la región

y un creciente peso de la autopista de la información como mecanismo de acceso a la información y el saber.

a. El nacimiento de las fotocopias

La fotocopia dio nacimiento a una competencia dentro de la industria gráfica que afectó seriamente la industria editorial a causa de la piratería de los libros. La modalidad productiva de la fotocopia basada en el tonner, en bajas escalas unitarias de producción y de costos, así como de los equipamientos, afectaron severamente a las tradicionales editoriales universitarias.

La fotocopia no sólo se asocia a la reproducción de los apuntes de clase tan característicos en la región, sino que da nacimiento a la reprografía ilegal. En el sector de libros universitarios, la piratería a través de la fotocopia se realiza directamente en los locales universitarios amparados por la autonomía de las universidades y por una autorización tácita de las autoridades de los centros de enseñanza, al primar el tradicional criterio de la docencia como eje de las instituciones y no la promoción de la investigación, que está más asociada a los derechos de autor.

La fotocopia constituye uno de los incentivos para la transformación de los libros de texto universitarios, los cuales agregan colores, páginas, amplían su tamaño y el tipo de letra, abandonan la linealidad de la narrativa, agregan dinámicas pedagógicas de preguntas y resúmenes, con el objeto de tornar más costosa y difícil su reprografía, y contribuyen por la vía del incremento de sus costos al aumento de las escalas de producción. Esta nueva lógica del negocio del libro promovió la internacionalización de la industria editorial norteamericana a través de la edición de múltiples traducciones usando las mismas películas de los colores, y actuó como un detonante de cambios que se orientaron hacia la concentración y la globalización editorial.

b. La debilidad de las editoriales públicas y universitarias

Las editoriales públicas y universitarias de la región han sido tradicionalmente débiles. Los estudios de casos nacionales sobre las editoriales universitarias latinoamericanas suelen indicar la ausencia de políticas de mercadotecnia; el desarrollo de catálogos sin un análisis exhaustivo de los mercados para esas publicaciones; la falta de mecanismos de gerencia autónomos y profesionales en las editoriales universitarias; la supeditación

de las gerencias a sistemas burocráticos de autorizaciones; la carencia de flexibilidades administrativas y financieras y una existencia casi nula de mecanismos de distribución y de funcionamiento en los sistemas de comercialización.

Eso, sumado a un concepto fuerte de los libros de textos universitarios como libros de ensayo, al carecer de diseños, de información referencial, de reediciones con nuevos contenidos, de casos prácticos, que caracterizan hoy los criterios didácticos de los libros de texto. Estas carencias suelen expresarse en la edición de los discursos de los rectores, de publicaciones con baja salida comercial que derivan en la existencia de enormes inventarios de libros invendibles, o en pesadas o minúsculas plantillas de personal que manejan imprentas dedicadas a imprimir formularios administrativos.

La carencia de políticas editoriales estables, la ausencia de criterios profesionales de gestión, la escasa autonomía de gestión administrativa y financiera, la alta dependencia de decisiones políticas o administrativas bajo criterios no técnicos, la incapacidad de actuar jurídicamente contra la reprografía ilegal, así como la ausencia de presupuestos estables y el establecimiento de redes de comercialización, deriva en una altísima debilidad de las editoriales universitarias.[v] La alta rotación de sus responsables, el poco margen de maniobra, el burocratismo y la ausencia de políticas de estímulo en la producción editorial, junto a la relativa carencia de investigaciones universitarias y la falta de estímulos económicos para la publicación por parte de los docentes, reafirman históricamente la debilidad de las editoriales universitarias de la región.

Salvo contadas excepciones, y más asociadas a las personalidades que en algún momento asumieron la responsabilidad o el estímulo, las editoriales universitarias de la región suelen tener limitaciones que han dificultado un funcionamiento eficiente, más allá de casos específicos de unas pocas editoriales de las universidades públicas -básicamente de las macro universidades y algunas universidades sin fines de lucro- que han construido editoriales sólidas, catálogos bien conformados y coherentes, y eficaces políticas de comercialización y financiamiento.

c. Creciente presencia de editoriales extranjeras

Las editoriales españolas, y las norte-americanas en menor escala, se expandieron en la región a través de representantes, importadores, productores locales con licencias o distribuidores, para instalarse a

partir de los ochenta a través de subsidiarias. Esto les permite importar autores globales, editar autores locales. En ello incide en forma destacada, a raíz del ingreso de España a la CEE, la desaparición a partir de 1985 de las subvenciones a las exportaciones, mecanismo ampliamente utilizado por los editores españoles. Esto incentiva el proceso de "redespliegue" de las casas editoras españolas, orientadas hacia la producción de autores locales en un contexto donde el motor económico de dichos grupos pasa a descansar de su carácter globalizado y en las divisiones del trabajo al interior de los grupos multimedia globales. En este proceso, la producción local crece y acompaña, aunque en forma menor, a la producción importada. Es el caso, por ejemplo, de la editorial Planeta de Argentina donde 70% de su producción durante la década del noventa es de autores locales como resultado de una eficaz política de adelantos financieros, de marketing y de calidad de edición de los libros. Esto incentiva la fuga de los autores desde las pequeñas editoriales nacionales hacia las editoriales globalizadas, y entre ellas especialmente las europeas afincadas en España[f]. Ello significa el golpe de gracia a las editoriales locales que pierden casi todos sus autores más importantes con ventas seguras o best-sellers, y vieron su papel reducido a pequeñas estructuras menos mercantiles, más segmentadas o más ideologizadas.

La sola presencia de los sellos internacionales produce una fuerte migración de los autores desde los sellos nacionales hacia estas editoriales internacionales. Así, al final de los noventa, el panorama editorial latinoamericano cuenta con una hegemonía de las casas editoriales españolas, que no sólo colocan sus producciones editoriales en la región, sino que empiezan a construir catálogos nacionales de gran importancia, en el sector de libros de textos infantiles (Santillana), en libros de literatura en general (Alfaguara) o en libros de temas políticas o periodísticos (Planeta o Random House Mondadori), como resultado además de la ausencia de políticas públicas de promoción de las industrias culturales locales.

Acompañando ese proceso, otro de los cambios significativos en el sector del libro universitario se da por la creciente presencia en los programas de estudios terciarios, de títulos y autores procedentes de las editoriales estadounidenses, y dentro de estas fundamentalmente Mc. Graw Hill. En las ramas de ingeniería, medicina, biología, ciencias, arquitectura, marketing e informática, la presencia de editoriales norteamericanas es casi absoluta, mostrando a su vez, tanto autores legitimados en sus catálogos, como una alta calidad de producción en términos técnicos y pedagógicos.

A ello se agrega la renovación periódica de los libros, su apoyatura con el CD-Rom, el uso intensivo del color, y las políticas de estímulo comerciales como resultado de escalas que permiten alcanzar precios más reducidos que una producción local de esas calidades, en catálogos de autores reconocidos.

d. La diversificación de la educación

La ampliación de la cobertura educativa, asociada a su vez a un incremento de la cantidad de instituciones, a su regionalización, a la expansión del sector privado, tanto a nivel terciario como en los demás niveles de la educación, y a la violenta expansión disciplinaria, crea un escenario fértil para una reestructura editorial fuerte y el ingreso de nuevos proveedores editoriales externos en su mayoría. Adicionalmente el propio Estado -en algunos países donde era un fuerte editor de libros de textos únicos- cambia sus concepciones y amplía las ofertas al desaparecer en muchos lados tanto los textos únicos como también la producción de ellos bajo monopolio público.

En el sector universitario, la expansión del sector privado en la región es muy significativa al pasar de cubrir el 16% de la matrícula en 1960 a un 50% en 2000, alcanzando para ese año una cobertura de casi 6 millones de estudiantes del sector terciario privado. Ese proceso se asocia a una ampliación creciente de las áreas disciplinarias, a bajas matrículas por establecimientos en las nuevas instituciones de educación superior, y a la ausencia de políticas editoriales en el marco de lógicas basadas en la búsqueda de la rentabilidad. Esa diferenciación disciplinaria se asocia también a la conformación de circuitos de escolarización segmentados socialmente en términos de calidad. Esto genera demandas editoriales diferenciadas, muchas de las cuales comenzaron a ser cubiertas por los sellos internacionales, por las fotocopias, o por Internet. La aparición de esas nuevas áreas disciplinarias como resultado de desarrollos teóricos externos que se integran en las aulas universitarias de la región van acompañadas de los propios libros de quienes abren esos escenarios epistemológicos en los países desarrollados, contribuyendo a una mayor globalización editorial, y a una mayor debilidad de las editoriales universitarias de la región.

Una de las excepciones ha sido en el nuevo contexto de la diferenciación universitaria, el nacimiento y expansión de las universidades a distancia en la región, pues su apoyo en textos promueve importantes niveles de producción editorial, cosa que ocurre con la Universidad Nacional de Educación a Distancia (Uned) de

Costa Rica o la Universidad Nacional Abierta (Una) de Venezuela.

e. La aparición de Internet

La imprenta da lugar a la Galaxia Gutemberg según Mc Luhan en el cual las universidades tradicionales fueron parte, y ahora con la aparición de Internet se ha creado la Galaxia Internet, al decir de Castells, en el cual las universidades virtuales y la educación en línea son puntos constitutivos[vii]. Si bien las nuevas tecnologías de información no son sustitutas sino complementarias en el proceso de difusión del saber, Internet erosiona el papel de los libros y la educación formal tradicional. Las características centrales de Internet -en tanto poder de computación y de memoria distribuido en los diversos nodos, con una estructura reticular globalizada y carácter abierto de comunicación entre computadores- transforma el mundo del conocimiento y del libro.

Las bibliotecas, por ejemplo, representan un mecanismo antiguo destinado a la preservación de intereses públicos y al cuidado de los patrimonios bibliográficos cuando el conocimiento se medía por la cantidad de títulos publicados por año y sus líneas temáticas. En ese entonces no existía otra forma de preservar el saber en un soporte durable de bajo costo relativo. Su labor la están asumiendo las bibliotecas virtuales bajo dominios públicos de acceso abiertos. La rápida gestación de información y la renovación de saberes, sólo puede ser accesible a través de la red que, gracias a los hipertextos, los chats, los correos electrónicos y los buscadores, liberan la información y garantizan la eficacia de un proceso de investigación.

Asociado al incremento de su cobertura de la red, de su conectividad, a la cantidad de información digitalizada colocada en servidores abiertos y al nacimiento de diversos buscadores, Internet se transforma en la caja central de la distribución de información. La creciente producción de trabajos, documentos, informes y libros que tienen su distribución a través de la red, hace que se vuelva un instrumento determinante de acceso a la información y pone en discusión central el dominio público o privado, el derecho a encriptar y a desencriptar.

Su poder de liberación del saber, convierte a la red en un instrumento básico para la transformación de sociedades desiguales de información, en sociedades del conocimiento para todos. Internet, en tanto que permite una industria editorial just in time, y que se separa de los costos de los envases y de las barreras de transporte, abre el camino de la industria

editorial de un sector de bienes a un sector de servicios en línea.

LA SOCIEDAD DEL SABER Y EL ACCESO A LA INFORMACIÓN

La dinámica de estas realidades escapa muchas veces a las editoriales universitarias propias y endebles, y es la expresión de procesos estructurales dentro de las propias universidades y de la educación superior en los países de la región, que no privilegian la producción de saber, que carecen de las necesarias flexibilidades de gestión, sujetas a presupuestos inestables. Sumado esto a la ausencia de un claro respeto de los derechos de propiedad intelectual, hay una ausencia de criterios que buscan privilegiar el financiamiento universitario con base en los ingresos provenientes de patentes o derechos intelectuales. Todo esto en el marco de una aceptación tácita o explicita a la piratería de las fotocopias que pululan en nuestras universidades, mientras las bibliotecas carecen de fondos para comprar libros y las editoriales apenas tienen fondos para editar.

Se trata de islas sujetas al impulso solitario de los hombres de los libros que aún tiene el continente. Aludimos a la continuación de uno de los más preciosos legados de la región, grandes editores latinoamericanos como Alejandro Orfila, Benito Milla o Ángel Rama, entre muchos otros.

Pero más allá de los hombres, debemos referirnos a la existencia de una reducida producción de nuevos saberes por parte de nuestras universidades compelidas a una dinámica de tipo docente, en un escenario de notoria ausencia de incentivos para la investigación que se expresan en las publicaciones.

No estamos siempre frente a dinámicas universitarias de "publica o perece" y por ende carecemos de editoriales sólidas.

Tampoco estamos siempre frente a sociedades que le apuestan a la lectura, al estudio y al aumento de una cobertura universitaria de masas y de calidad, como el único mecanismo para superar los problemas de nuestras economías. Así permitirían el ingreso de nuestras naciones en las sociedades del saber.

[i] Rama, Claudio, "La Economía del libro en el Mercosur", Cámara Uruguaya del Libro, Cerlalc (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, 144 pp, .Montevideo, 1994.

[ii] Jauneau, Roger, "Pequeñas imprentas y técnicas modernas", Unesco, Paris, 1981

[iii] Unesco, "Towards Knowledge societies", Unesco, Paris, 2005.

[iv] Frattini, Eric y Colías, Yolanda, "Tiburones de la comunicación, grandes líderes de los grupos multimedia", Océano, México, 1999.

[v] Sagastizabal, Leandro de, "Estudio comparativo de las editoriales universitarias de América Latina y el Caribe", Caracas, 2005, www.iesalc.unesco.org.ve

[vi] La Nación, Argentina., 09/01/2001.

[vii] Castells, Manuel, "La Galaxia Internet", España, 2004.

LA EDICIÓN DE LIBROS EN LAS UNIVERSIDADES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, 2004

RICHARD URIBE

Con la colaboración de Santiago Guerrero y Robert Max Steenkist

INTRODUCCIÓN

La Unesco y el Cerlalc han abordado el tema de las publicaciones universitarias en años anteriores. A pesar de que hoy en día la participación de las universidades en la actividad editorial se ha incrementado, creemos que las preocupaciones que motivaban a estas dos entidades hace varios años siguen siendo vigentes.

Identificar las universidades que registran edición y las que cuentan con su propia editorial son tareas iniciales e indispensables para la comprensión del aporte real de los fondos editoriales universitarios y de las publicaciones universitarias a la producción bibliográfica latinoamericana. En esta tarea los esfuerzos del Cerlalc y del Iesalc han sido de gran importancia.

El presente estudio busca identificar las universidades que editan en el continente, se aproxima a la producción total de sus primeras ediciones y caracteriza su producción a través de variables como: número de títulos, categorías temáticas de la producción, tipo de soporte en que se edita, tamaño de las publicaciones establecido en rangos del número de páginas, nacionalidad de los autores y títulos con más de dos ediciones para algunos países ejemplares.

Para su realización, retomamos las investigaciones que el Centro Regional de Fomento del libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc) realiza sobre la información estadística del ecosistema del libro de América Latina. Se ajustó el software Destila desarrollado por el Cerlalc que permite realizar estadísticas del ISBN a nivel de todos los países de América Latina miembros del Cerlalc elaborando tablas de equivalencia para identificar la naturaleza de las universidades y para construir una base de datos asociada a la edición universitaria con las variables antes mencionadas.

Como queremos identificar las diferencias y las similitudes entre la edición universitaria y la del resto de editoriales de la región, elaboramos cinco cuadros comparativos que permiten, entre otros, establecer las áreas temáticas de mayor peso en el sector editorial universitario. También hemos querido identificar si la pro-ducción editorial universitaria se concentra en las grandes urbes, como sucede en la producción de las editoriales industriales, o al contrario, contribuye a fomentar la edición de las diferentes regiones de los países.

Los resultados de estas y otras indagaciones se permiten su discriminación a nivel nacional.

Buscando una mejor apreciación de la situación real de la actividad editorial universitaria en América Latina, se harán referencias a las estadísticas de las Agencias Nacionales ISBN consolidadas por el Cerlalc y las recolectadas en las investigaciones nacionales del Instituto de Educación Superior para América Latina y el Caribe (Iesalc) de la Unesco,[2] con las limitaciones propias de la comparación de cifras, sin ir a la fuente primaria para dilucidar las diferencias. Adicionalmente se revisaron los resultados de las encuestas que se aplican en las cámaras del libro a editores para Brasil y se consultaron los datos del depósito legal nacional mexicano, dado que la Agencia Nacional Mexicana del ISBN no tiene datos estadísticos actualizados de ese país.

Compartimos la metodología contemplada en el estudio "Situación de la editoriales universitarias del Iesalc y la Secretaria Permanente del Consejo Superior Universitario Centroamericano 2002", que implicó enviar un formulario a través de los rectores de las universidades a los coordinadores de las editoriales universitarias. Hemos encontrado que es la forma más expedita para identificar y para conocer las actividades que emprenden las universidades en la edición de libros a pesar de las complejidades que se presentan dentro de las universidades, asociadas, en ocasiones, a un desarrollo de actividades editoriales de manera descentralizada.

Ciertos temas no son objeto de la presente aproximación. Tales son: los perfiles de las estructuras administrativas de las editoriales de las universidades que fueron explorados en los estudios nacionales y en el centroamericano (con los que se obtuvo información parcial sobre presupuestos); los criterios de distribución y comercialización, canales de ventas y líneas temáticas editoriales, así como las formas de tomar decisiones para publicar y los problemas que afrontan las universidades en términos de su labor editorial.

Acogemos la clasificación que propone el Csuca y el Iesalc para diferenciar la información de las universidades que tienen un consejo Editorial (o su equivalente) de las que no. De esta manera establecemos paralelos entre la estructura de funcionamiento de una editorial universitaria y la de una editorial industrial. No obstante, es conveniente debatir sobre la diferencia entre las editoriales universitarias, por número de empleados asignados a su nómina o por el número de títulos de su fondo. Nos gustaría avanzar en la clasificación

2 En el estudio comparativo realizado por Leonardo de Sagastizábal se profundiza en las referencias a estos estudios

de editoriales universitarias industriales y no industriales como se define más adelante.

La reflexión sobre las categorías de las editoriales universitarias, perfecciona las metodologías que tenemos en la región para medir la producción editorial, tanto de primeras ediciones como de reimpresiones. En esa metodología, se utiliza también encuestas directas.

La presente aproximación introduce al lector en el universo editorial latinoamericano. Estudia el proceso de edición universitaria en relación con el contexto regional. Las apreciaciones que se hacen en cuanto al universo editorial latinoamericano se basan en los resultados de una investigación anterior: *Producción y comercio internacional del libro en América Latina y el Caribe 2003*, publicada por el Cerlalc en el 2005.

Nuestra apreciación de las editoriales de las universidades se basa en el registro de las agencias nacionales ISBN. Por ello nuestro estudio de la edición universitaria se aborda desde las variables que actualmente se usan en el momento de registrarlas.

Para este estudio agradezco al Servicio de Información Estadística Regional, Sier, del Cerlalc y a sus investigadores asistentes el politólogo Santiago Guerrero y al literato Robert Max Steenkist su valiosa contribución. Y a Luis Fernando Sarmiento del Cerlalc quien articuló las relaciones con Iesalc para esta investigación.

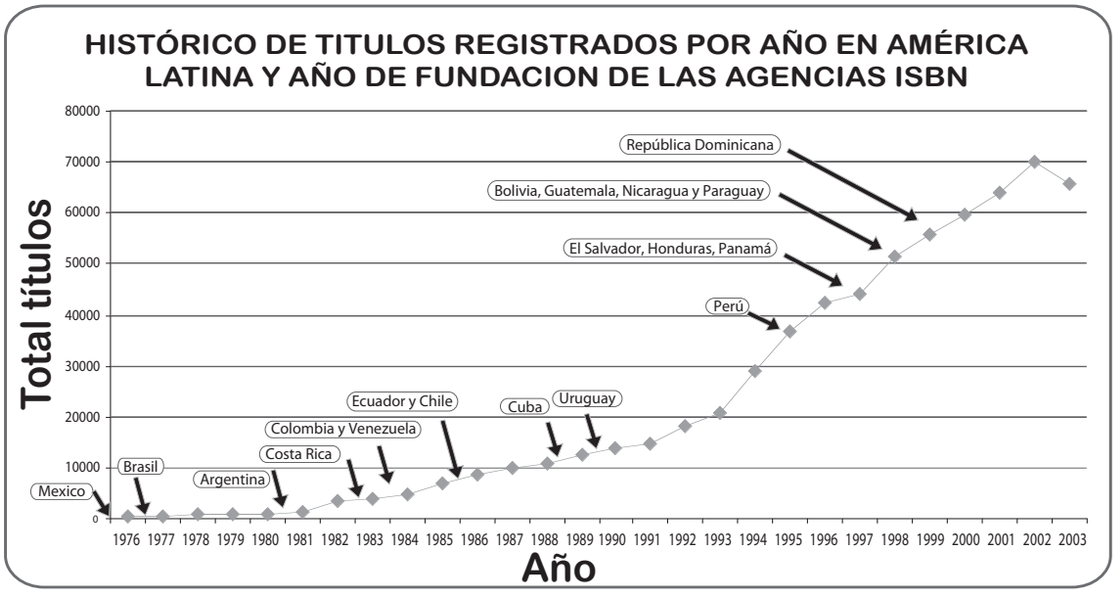
EL UNIVERSO EDITORIAL EN LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA Y DEL CARIBE

El Cerlalc realiza un proceso de homogenización de la información sobre la actividad editorial en los países latinoamericanos. Hasta ahora ha clasificado a los editores según su naturaleza jurídica y actividad principal, partiendo de las personas naturales o jurídicas que registran libros en el sistema ISBN de cada país. El sistema que articula la información de todos los países latinoamericanos se encuentra en permanente actualización y revisión, dados los niveles de cobertura que en cada país se tiene del registro y adjudicación de ISBN.

Si bien en América Latina se avanza de manera sustantiva en el registro del los títulos (ver gráfica 1), es necesario que en muchos países se impulse el pleno uso del sistema para garantizar una cobertura superior al 90% de toda la producción de libros en cada país.

También es necesario que el registro de editores en el sistema se actualice, especialmente en lo referente a la información de la naturaleza jurídica y a las líneas de producción. De este estudio se desprende que numerosas universidades no siempre registran los títulos que publican. Cuando se trata de coediciones el registro suele hacerlo el otro socio de la coedición.

Gráfica 1



Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Mayo 2004.

En la actualidad, la información consolidada en el sistema arroja que un total de 10.308 personas, empresas y entidades registraron la edición de libros en las agencias nacionales del ISBN de América latina en 2004. Esta cifra asciende a unos 11.740 al incluir una estimación de los actores que editan en México. En la tabla 1, se identifica la participación de personas naturales o físicas, las sociedades en comandita, limitadas y anónimas, las universidades y los demás actores del ámbito editorial en América hispanohablante en 2003[3]. Existe el registro de 588 universidades, donde se incluyen algunas facultades que registran su producción editorial de manera independiente a la universidad.

Tabla 1

Actores del universo editorial 2003	Total	Porcentaje %
Personas naturales o físicas	4591	39,5%
Sociedades en comandita, limitadas o anónimas	3514	30,2%
Entidades sin ánimo de lucro	1361	11,7%
Empresas, entidades e instituciones de carácter público	594	5,1%
Universidades	588	5,1%
Organismos Internacionales	101	0,9%
Microempresas, unipersonales o de hecho	91	0,8%
ONG	73	0,6%
Otros, o sin información sobre naturaleza jurídica	718	6,2%
Total	11631	100,0%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Mayo 2004

3 Nota: No disponible la información discriminada del año 2004.

Respecto de la naturaleza jurídica de los editores, se pueden hacer cuatro apreciaciones principales dentro del contexto editorial de América Latina.

La primera señala que la edición del continente suele originarse por la actividad privada. Sólo el 5,1% de las empresas son del sector oficial. Si a este porcentaje se le agrega la participación de las universidades oficiales y de los organismos internacionales, se podría estimar que la participación en el número total de personas, empresas o entidades que editan en el continente desde el sector oficial no supera el 8%, con 14% de la producción de novedades. Además, si se hace un estimativo sobre la producción de títulos, incluyendo las reimpresiones, este porcentaje sería inferior.[4]

El alto número de personas naturales o físicas que participan en la actividad editorial (40% del total) sólo producen el 10% de los títulos y la mayoría de ellos no entran a los circuitos comerciales. Las entidades sin ánimo de lucro constituyen el 16% y 9,7% de la producción de novedades.

De otra parte, la participación de las publicaciones universitarias en el total

4 Por los estudios nacionales de Brasil, de Colombia y de México se conoce que la producción de títulos promedio de las reimpresiones oscila entre el 35% y el 65% de la producción total de títulos, dependiendo de si se trata de editores institucionales, de personas naturales, o de empresas editoriales industriales donde la reimpresión es mayor.

de la producción editorial de la región es significativa. Representan el 5,1% de quienes editan y el 9,3% de las novedades.

Finalmente, si se estudia la participación del número de editores con naturaleza jurídica en producción de las novedades producidas, se ve cómo las sociedades en comandita, limitadas o anónimas representan un poco más del 30% del universo editorial y el 54,2% de la producción de novedades.

Si se hace el mismo cálculo incluyendo las reimpresiones, la participación de las sociedades en comandita, limitadas o anónimas en la producción, aumenta de manera considerable. Estos editores se encargan de casi todas las reimpresiones para el mercado, lo cual es lógico, debido a que su objeto social es atender la producción y comercialización editorial, retribuyendo con utilidades las inversiones de capital.

Con el objeto de establecer los universos de análisis de la actividad industrial y comercial de la edición en América Latina, las empresas editoriales se definen de la siguiente manera:

> "Las empresas editoriales industriales son aquellas de cualquier naturaleza jurídica, que tienen como objeto social principal la edición y comercialización de libros, de capital privado, con ánimo de lucro o sin él, comerciales o industriales del Estado, que editen año tras año libros impresos, prensados, grabados, quemados o publicados electrónicamente, en maquinarias o instalaciones propias o de terceros. [5]"

Para distinguirlas de las empresas artesanales, se ha determinado como producción mínima anual tres títulos y 20 mil dólares de ventas.

El Cerlalc ha realizado un primer ejercicio riguroso para establecer cuales empresas o entidades son editoriales industriales, con la colaboración de los gremios de editores. En la tabla 2 se indica el resultado de dicha investigación por países para el 2003.

5 Ardila, Rosalba, Uribe, Richard: "Metodología para la realización de estudios estadísticos del libro", Cerlalc, Bogotá febrero del 2003. p., 16.

Tabla 2

Editoriales industriales 2003		
País	Editoriales	%
Argentina	275	17,70%
Bolivia	18	1,16%
Brasil	512	32,95%
Chile	66	4,25%
Colombia	103	6,63%
Costa Rica	23	1,48%
Cuba	25	1,61%
Ecuador	33	2,12%
El Salvador	18	1,16%
Guatemala	15	0,97%
Honduras	12	0,77%
México	240	15,44%
Nicaragua	9	0,58%
Panamá	15	0,97%
Paraguay	15	0,97%
Perú	56	3,60%
Rep. Dominicana	24	1,54%
Uruguay	23	1,48%
Venezuela	72	4,63%
Total región	1554	100,00%

Fuente: Uribe, Richard. Producción y comercio internacional del Libro en América Latina 2003: Diagnóstico Estadístico Bogotá: Cerlalc, 2005.

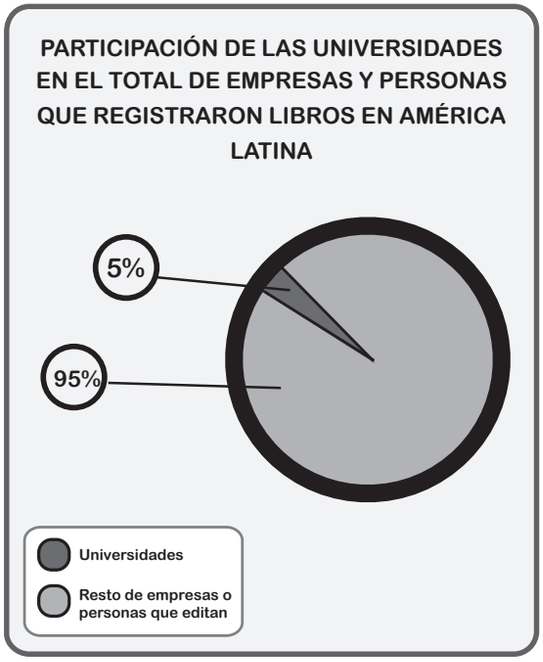
En este universo se registran algunas las editoriales universitarias, que por su naturaleza y organización se incluyen en los estudios sobre la edición que se realizan con las cámaras del libro[6]. Como se aprecia sólo 13,3% de quienes registran libros en el sistema ISBN de América Latina atienden con dedicación permanente los mercados de la edición, dando cumplimento a su objeto social.

6 En Brasil, de las 512 editoriales industriales, alrededor de veinte son editoriales universitarias.

EDICIÓN UNIVERSITARIA EN LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA Y DEL CARIBE

En 2004 las universidades repre-sentaron el 4.7% del total de personas y empresas que registraron libros en las agencias nacionales ISBN. En la gráfica 2 se aproxima a 5%.

Gráfica 2



Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc. Base Junio 2005.

Para llegar a esa cifra no se contabilizaron los registros individuales por facultades; estos se incorporaron a sus respectivas universidades.

Tabla 3

Número de universidades que registran títulos en las Agencias ISBN por país (2004)

País	Editoriales	%
Argentina	72	13.0%
Bolivia	6	1.1%
Brasil	162	29.2%
Chile	47	8.5%
Colombia	107	19.3%
Costa Rica	18	3.2%
Cuba	10	1.8%
Ecuador	16	2.9%
El Salvador	6	1.1%
Guatemala	2	0.4%
Honduras	5	0.9%
México *	15	2.7%
Nicaragua	8	1.4%
Panamá	4	0.7%
Paraguay	5	0.9%
Perú	33	6.0%
República Dominicana	6	1.1%
Venezuela	32	5.8%
Total	554	100.0%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005.

* Estimamos que México cuenta con una producción editorial universitaria muy superior a la registrada por la Agencia y que por problemas de atrasos en digitación no se ha logrado una mejor cobertura del universo en cuestión.

Existe un número de universidades que no se han registrado como editores en las agencias nacionales del ISBN. La situación varía de país a país. A nuestro entender la causa del no registro obedece al desconocimiento de los beneficios que el sistema trae a los usuarios. El ISBN permite estar en los repertorios integrados para la venta de Iberoámérica y acceder a los códigos de barra indispensables para la comercialización de los libros en librerías,

papelerías y grandes superficies, entre otros. De esta manera, se logra que la obra que entra al sistema tenga un mínimo de difusión. Además el incumplimiento de las disposiciones legales tiene repercusiones en nueve países, donde el registro es obligatorio.

A continuación haremos un balance del universo identificado a través de la estandarización que realizamos de la naturaleza jurídica de las universidades y que presentaremos en la tabla 4 y que asciende a 554 universidades. La cifra debería incrementarse en al menos 85 más, teniendo en cuenta que se estiman que cien de las universidades de México cuentan con producción editorial y no están registradas en la información de la Agencia Nacional del ISBN de México y por lo tanto en el registro conjunto latinoamericano. Las cifras del registro ISBN son cotejadas con los estudios nacionales, país por país, como se presenta en el balance que hacemos a continuación.

ARGENTINA

Existían, en el 2002, noventa y tres universidades[7]. De esas, once son abordadas con profundidad en el estudio de Leandro de Sagastizábal, aunque él reconoce que puede haber 36[8] editoriales universitarias en Argentina.

72 son las universidades registradas en la Agencia Nacional del ISBN que administra la Cámara Argentina del Libro. La cobertura que tiene el sistema ISBN en Argentina y la calidad de la administración de esa información, nos permite considerar que esta cifra es muy representativa del universo editorial universitario argentino.

BRASIL

El estudio de Marques Neto titulado *Editoras Universitarias Brasileras*, estudio exploratório identifica sesenta editoriales universitarias", de las cuales se establece el perfil de cuarenta de ellas. Constata que este resultado representa el 45%[9] del total de las editoriales universitarias en Brasil, es decir, que se asume que el universo es compuesto por noventa de ellas.

En la Agencia brasileña del ISBN, administrada por la Biblioteca Nacional con sede en Rio de Janeiro, 162 universidades registran sus libros publicados. La infor-

7 De Sagatizábal cita las cifras del Ministerio de Educación Nacional para el año 2002: "El sistema nacional argentino se compone de 36 universidades nacionales, 5 institutos universitarios nacionales, 42 universidades privadas, 9 institutos universitarios privados y 1 universidad provincial". (8)s

8 De Sagatizábal, Leandro: Informe sobre la situación y perspectivas de las Editoriales universitarias en Argentina, IES/2002/ED/PI/7 Unesco. Diciembre 2002. p., 4.

9 Marques Neto, José Castillo Prof. Dr.: Editoras universtárias brasileras, estudo exploratório (seguido de Diagnóstico das Editoras Universitárias Brasileiras- ano base 2001) Iesalc-Unesco. Sao Paulo noviembre 2003. p.,19.

mación en cuanto al número de universidades registradas en el ISBN puede tener un subregistro; esta diferencia no afecta la percepción del universo editorial universitario brasileño. La información respecto al número de títulos publicados por las editoriales universitarias que contempla el estudio nacional nos parece muy elevada (7.256[10]). Los estudios sistemáticos que ha realizado la Cámara Brasileña del Libro con la ayuda de la Fundación Pinheiros, indican que el total de la producción industrial editorial del Brasil asciende a 15.350 novedades ese año[11]. Nos inclinamos a pensar que las cifras que expone el estudio nacional para el mismo año, requieren de nuevos análisis. Aunque, como se dijo antes puede presentarse un subregistro en el ISBN de las editoriales universitarias, no explica la diferencia entre los 1700 títulos y los que establece el estudio nacional aun incluyendo las reimpresiones, las cuales no se registran en el sistema ISBN.

CHILE

Según el estudio de Sapag Chain, Chile cuenta con 220 instituciones de educación superior[12.] El estudio muestra el perfil de 25 editoriales de universidades tradicionales y el de 36 universidades privadas. 25 de éstas editoriales poseen un sello editorial propio y veinte canalizan sus publicaciones a través de sellos externos. 47 de ellas registran sus publicaciones en la Agencia chilena del ISBN.

COLOMBIA

En Colombia el estudio nacional profundiza en las editoriales de 29 instituciones de educación superior. El registro ISBN de la Agencia colombiana, administrada por la Cámara colombiana del libro, establece que 107 universidades publican y registran libros a nivel nacional. En este país, por disposiciones legales, el ISBN es de carácter obligatorio y su constancia se utiliza para lograr las exenciones al impuesto del valor agregado (IVA) que otorga la ley del libro. Por esta razón, la información del registro del ISBN tiene un altísimo nivel de confiabilidad.

COSTA RICA

De las 42 universidades de las que se da cuenta en el documento *Situación de las editoriales universitarias en América Central*, cuatro son públicas y 38 privadas. De las primeras, todas poseen una editorial y de las privadas solo una. El registro de la agencia costarricense del ISBN, administrada por la Biblioteca Nacional, establece que son 18 las universidades que publican y registran sus títulos.

10 Ibid, 25.
11 Reportes Cámara Brasileña del Libro.
12 Sapag Chain, Reinaldo; Mobarec Hasbún, Paula: Informe sobre la situación y perspectivas de las editoriales universitarias en Chile, Iesalc-Unesco, Chile Octubre 2003. P., 14.

CUBA

La Red de centros, facultades, filiales y sedes independientes de educación superior de Cuba cuenta con 53 adscritos a los diferentes Ministerios. Las editoriales universitarias cubanas, a diferencia de las editoriales del resto de América Latina, son las únicas que editan los textos universitarios a nivel nacional y para todo el país. En el estudio nacional de Cuba se hace referencia a 27 editoriales nacionales y áreas editoriales de centros de investigación que publican eventualmente textos universitarios[13.] Diez de ellas registran títulos ante la Agencia Nacional del ISBN de Cuba como universidades. En Cuba, dado el nivel obligatorio del registro, que a su vez coincide con el depósito legal, la información del ISBN es confiable y representativa.

ECUADOR

Existen 56 universidades entre particulares y públicas. Según el estudio *Situación y perspectivas de las editoriales universitarias en el Ecuador*, solo se tiene información de la producción editorial de siete de ellas. La Agencia ecuatoriana del ISBN, administrada por la Cámara Ecuatoriana del Libro, ha registrado 16.

EL SALVADOR

Según la Agencia Nacional del ISBN de El Salvador, seis editoriales de este país publican y cumplen con el registro. Según el estudio de la CSUCA, de un total de 26 universidades solo dos cuentan con editorial. Una es pública y una es privada.

GUATEMALA

De las diez universidades privadas y públicas que existen en este país, una de las públicas cuenta con editorial al igual que una de las privadas. El registro de la agencia guatemalteca del ISBN, administrada por la gremial de editores, concuerda con que son dos las universidades guatemaltecas que publican y registran.

HONDURAS

Tres de las universidades cuentan con una editorial. Dos son públicas y una es privada. Según el registro ISBN de la agencia de Honduras, del total de catorce universidades de este país, solo cinco publican y registran sus títulos.

13 Rodríguez Castellanos, Elsa: Situación actual y perspectivas de las editoriales universitarias en Cuba. Informe presentado durante el Seminario Internacional "Las Editoriales Universitarias hacia el siglo XXI, América Latina y el Caribe". Ministerio de Educación Superior, Cuba 2004. pp., 19-20.

MÉXICO

En México, cuarenta universidades han dado cumplimiento al depósito legal entre el 2003 y el 2004. En producción editorial en las universidades mexicanas se profundiza en el perfil de ocho editoriales universidades de todo el país. Los datos estadísticos del registro proveniente de la Agencia Nacional de ISBN mexicana, administrada por Induautor, presentan un notable atraso en los procesos de digitación, por lo que dicha información no es para nada representativa. Para consolidar la información que se incluye en este estudio, nos vimos en la necesidad de consultar el depósito legal y los listados disponibles virtualmente[14]. En ellos se puede constatar la existencia de 320 instituciones de educación superior. Este número contrasta de manera evidente con los datos que existen del depósito legal. Según este, el número de universidades que publica y cumple a cabalidad con el depósito legal no supera las cuarenta. En consecuencia la información, aún disponible por le depósito legal, puede estar muy distante de la realidad.

NICARAGUA

En el estudio de las editoriales universitarias centroamericanas se establece que, en total, existen 36 universidades. Dos de las públicas y tan sólo una de las privadas cuentan con editorial. Según el registro de la agencia del ISBN de Nicaragua, administrada, por la Biblioteca Nacional, son ocho las universidades que publican y registran.

PANAMÁ[15]

De 16 universidades públicas y privadas, sólo dos públicas cuentan con una editorial universitaria. Cuatro universidades registran sus libros en la Agencia Nacional de Panamá, administrada por la Biblioteca Nacional. La información de esta agencia es más confiable en los últimos, gracias a programas de actualización recientemente implementados.

REPÚBLICA DOMINICANA

La cifra arrojada por el registro de la Agencia del ISBN de la Republica Dominicana, administrada por la Biblioteca Nacional, las publicaciones hechas por universidades hasta el 2004 establece que no fueron más de seis las instituciones de educación superior, o similares, las que cumplieron con el registro de sus publicaciones. Sin embargo, el estudio

14 http://www.directorio.gob.mx/comunicacionsocial.php?categoria=9.

15 Todo lo concerniente a las editoriales universitarias fue tomado del estudio de CSUCA que ya hemos citado. En Centroamérica, el Consejo Superior Universitario agrupa a 16 universidades pública de los países centroamericanos, Panamá y Belice. Para la realización de su "Situación de las editoriales universitarias en América Central del 2002", la Secretaría Permanente del Consejo pidió que los rectores de las universidades públicas y privadas del área hicieran llegar un formulario al personal encargado de las publicaciones para su diligenciamiento.

realizado por Liviano y Villamán establece que 15 de 27 universidades encuestadas cuentan con un departamento de publicaciones, cinco de ellos creados en la última década. Es factible que haya un subregistro importante en la Agencia ISBN, administrada por la Biblioteca Nacional de este país.

La Tabla 4 presenta una visión del conjunto de las universidades que publican y registran sus libros. Lo que se puede apreciar es que, en general, el registro ISBN es una buena aproximación al universo de la edición por parte de las universidades.

La producción editorial de las universidades latinoamericanas supera con frecuencia las formas existentes para conocerla y entenderla mejor. En todos los casos se presentan diferencias del registro de publicación de libros por parte de las universidades. En Argentina, por ejemplo, "la producción intelectual universitaria, fijada en algún soporte, es superior a lo registrado por la Cámara del Libro"[16].

Tabla 4

Número de universidades que registran títulos en las Agencias ISBN por país (2004)

País	No de universidades Agencia Nacional ISBN*	No universidades Estudios nacionales**	Total universidades ***
Argentina	72	11-36	93
Bolivia	6		31
Brasil	162	60	162
Chile	47	25	220
Colombia	107	29	148
Costa Rica	18	5	60
Cuba	10	27	11*
Ecuador	16	7	56
El Salvador	6	2	26
Guatemala	2	2	10
Honduras	5	3	14
México	15	8	357
Nicaragua	8	3	36
Panamá	4	2	16
Paraguay	5		13
Perú	33		74
República Dominicana	6	27	27
Venezuela	32		42
Total	554	303	660

Fuente: *Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005.
**Estudios Nacionales Iesalc.
***Asociación Internacional de Universidades

16 De Sagastizábal, Leandro: Informe sobre la situación y perspectivas de las Editoriales universitarias en Argentina, IES/2002/ED/PI/7 Unesco. Diciembre 2002. p., 12.

A continuación se enumeran las posibles y diversas causas por las cuales no se registra la totalidad de las publicaciones de títulos por parte de la universidades en los registros del ISBN, en adición a la principal que ya señalamos anteriormente.

a) Descuido administrativo, por desconocimiento de los procedimientos cuando la edición corresponde a una facultad de la universidad. "Existe, por otro lado, un importante volumen de publicaciones universitaria que carece de registro, se trata de ediciones realizadas por los distintos centros de investigaciones que, si bien dependen orgánicamente de cada universidad, tienen la necesaria autonomía como para producir, editar y publicar los resultados de sus investigaciones".

b) La producción la realiza un autor aunque con el apoyo económico de la universidad (El registro ISBN queda a nombre del autor).

c) La producción se hace en coedición y la registra el socio coeditor en la mayoría de los casos editores industriales o institucionales no universitarios.

d) La agencia nacional no dispone de facilidades para el registro sobre todo cuando se trata de ciudades en provincias distantes.

Aún con todas las advertencias el primer balance realizado nos permite prever que las cifras que se consolidan en la mayoría de los países son representativas, con excepción de México, aproximándonos un poco más a la realidad de la edición en las universidades.

LA ACTIVIDAD EDITORIAL UNIVERSITARIA

En el marco de las acciones prioritarias para el cambio y el desarrollo de la educación superior adoptado por la Conferencia Mundial para la Educación Superior el 9 de octubre de 1998, la Unesco establece que una de las prioridades a nivel nacional debe ser fomentar los nexos entre la educación y la investigación[17]. En los últimos años la actividad editorial de las universidades de nuestros países ha presentado un incremento significativo.

Es un hecho positivo que el conocimiento producido en la academia pase a disponibilidad de sectores más amplios de la sociedad. Esta es una de las maneras como se establecen vínculos entre las instituciones de educación superior y la sociedad de una nación.

Si el conocimiento que produce la academia además de ser leído por la comunidad académica puede ser leído por una población alejada de la academia, si desde las universidades se publican libros que encuentran asidero en otras personas, la educación superior está cumpliendo con uno de sus objetivos: acortar la brecha que existe entre el pensamiento académico y la realidad social, histórica y cultural de una sociedad.

Hace más de diez años el entonces director del Cerlalc, Jorge Salazar Ferro, aseguraba que la misión de la universidad era hacer avanzar el conocimiento pero también velar "por su conservación, transmisión y aplicación a la solución de los problemas de la sociedad.[18]" La publicación de materiales académicos y su circulación en la sociedad también constituyen una herramienta esencial para mantener los niveles académicos de los docentes universitarios y garantizar que los estudiantes y la población en general puedan acceder a las propuestas nacidas dentro del aula.

Concluimos, pues, que la actividad editorial no puede concebirse como "algo aleatorio a la universidad, sino por el contrario, como un quehacer que se desprende de su misma misión fundamental de producción y transmisión del conocimiento[19]".

17 http://portal.unesco.org/education/en/ev.phpURL_ID=19193&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

18 Salazar Ferro, Jorge: El Cerlalc y el desarrollo de las editoriales universitarias, Ponencia presentada por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe en la Reunión Internacional "Reflexión sobre nuevos roles de la educación superior a nivel mundial" el 2 y 3 de mayo de 1991 en Caracas. P., 1.

19 Ibid.p., 3.

LA ESTADÍSTICA DISPONIBLE

En 1991, el citado Salazar Ferro aseguraba que la industria editorial universitaria no podía superar los problemas que enfrentaba una década atrás y que se enfrentaba a una total carencia de estadísticas e información sobre la actividad. Hoy, muchos de los problemas que aquejan a la edición universitaria, se han superado de manera parcial. Las nuevas tecnologías han permitido presentar los catálogos y darles mayor difusión a los fondos.

Muchas de ellas están afiliadas a asociaciones gremiales de editores industriales, además de sus propias asociaciones de editores universitarios.

Las editoriales universitarias se diferencian de las otras empresas editoriales pues, "parecieran estar orientadas, en su mayoría, a satisfacer las necesidades de edición de las investigaciones que producen sus graduados, investigadores y docentes[20]". De esta manera, si una editorial industrial plantea su próximo proyecto con base en estudios de la oferta, en resultados que han tenido propuestas similares, una editorial universitaria se preocupa ante todo por satisfacer las necesidades de la comunidad académica y contribuir al avance de los estudios superiores. Por otra parte, no se puede perder de vista que "la actividad editorial universitaria supone también la adopción de criterios y políticas de publicaciones que estén en concordancia con las necesidades del ámbito académico y cultural universitario y de la sociedad a la cual está adscrita, para que responda a las verdaderas de inquietudes de éstas[21]".

La edición universitaria aportó en 2004 el 7.7% del total de los 97.406 títulos registrados en América Latina.

20 De Sagastizábal, Leandro: Informe sobre la situación y perspectivas de las Editoriales universitarias en Argentina, IES/2002/ED/PI/7 Unesco. Diciembre 2002. p., 13.

21 Sierra, Jorge Alfonso: Manual de gestión y mercadeo para editoriales universitarias. Coedición Latinoamericana de editoriales universitarias, Cerlalc, 1991. P., 15.

LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS QUE SON TAMBIÉN EDITORIALES INDUSTRIALES

Si la actividad editorial de una universidad está organizada bajo una dirección autónoma (colectiva o individual) para sus proyectos y decisiones editoriales, si se vende la producción editorial al mercado con el propósito de financiar parte o la totalidad de su operación editorial, si llevan la contabilidad que le permita establecer su propio centro de costo y si, además, produce tres títulos al año o vende 20 mil dólares, es considerada una empresa editora industrial. En consecuencia, hace parte de los estudios que realizan las cámaras del libro sobre producción y comercio.

La identificación de cuáles universidades que editan libros pueden considerarse editoriales industriales, no hace parte, empero, de la presente investigación. Nos centraremos en la elaboración de los cuadros estadísticos de la producción editorial realizada por el conjunto de las universidades.

Es claro que el objeto social de la universidad como institución es la educación, cosa que distancia su actividad editorial de las editoriales industriales. Esto no implica que las universidades dejen de emplear las mismas estrategias a las que recurren las editoriales industriales. De hecho, numerosas universidades empiezan una actividad editorial esporádica, que, con el tiempo, se convierte en regular y llega a ser una actividad complementaria a su objetivo principal. En estos casos, la universidad, o sus respectivas dependencias, instauran mecanismos estables de distribución y de comercialización para recuperar los gastos de edición.

La producción de títulos nuevos o de primeras ediciones y las reediciones de libros se registran en las agencias ISBN de todos los países del mundo, mientras que las reimpresiones no. Se tienen diferentes evidencias que las personas, empresas o instituciones que no tienen como actividad principal la edición no suelen reimprimir o lo hacen de forma muy esporádica, de ahí que su producción se puede conocer investigando las bases de datos de las Agencias ISBN. El registro de un título en el sistema ISBN se hace de manera previa a la producción real y son contados los títulos que no se editan después de su registro en la agencia del ISBN. Por ello, el número de títulos del ISBN se aproxima a la producción real de novedades de una universidad.

ESTADÍSTICAS SOBRE EL REGISTRO DE TÍTULOS EN LAS AGENCIAS ISBN POR PARTE DE LAS UNIVERSIDADES

Para comprender el grado de representatividad de la información que será presentada en los siguientes cuadros, se llevó a cabo un ejercicio sobre la disponibilidad de información de cada una de las variables que son diligenciadas en el sistema isbn.

Es importante resaltar que, para asignar el ISBN las variables fundamentales son: país, editorial, título y año. Al momento del registro, se recoge en el formulario la información sobre el autor, la clasificación temática, y, unas veinte y cuarenta variables más, dependiendo de los formularios de las diferentes agencias nacionales.

En la tabla siguiente, se indica el total de títulos del ISBN asignados en 2004 para las universidades de América Latina y el Caribe. La columna de porcentaje es un indicador de la cobertura de la información digitada. En esta se muestra qué tanta información hay para cada una de las variables de los títulos registrados.[22]

La producción de primeras ediciones y reediciones para el año 2004 asciende a 7.465 títulos. Las variables asociadas a dicha producción, que se informan y diligencian con el registro de cada título, cuentan con diversos grados de cobertura. Los registros de las universidades cuentan con una cobertura de variables bastante alta: para todos los casos, salvo para el de "tipo de impresión", se dispone de información sobre el 80% o más de los datos diligenciados para cada título.

22 Cuando este proceso se efectúa o efectuaba manualmente, la cantidad de información digitada en las diferentes variables es o era más baja. Si una variable aparece con un valor de 100%, significa que todos los títulos registrados cuentan con la información de esa variable.

Tabla 5

Cobertura de los títulos publicados por las editoriales universitarias de América Latina y el Caribe (2004)		
Variable	**Títulos**	**%**
ISBN	7,465	100.0%
Título	7,465	100.0%
Editorial	7,465	100.0%
País	7,465	100.0%
Año	7,465	100.0%
Población	7,458	99.9%
Páginas	7.011	93.9%
Tipo presentación	6.994	93.7%
Autor	6.304	84,4%
Naturaleza	6.246	83,7%
Número de edición	5.928	79,4%
Área temática	5.855	78,4%
Ejemplares nacional	3.212	43,0%
Tipo impresión	2.920	39,1%
Ejemplares externa	238	3,2%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

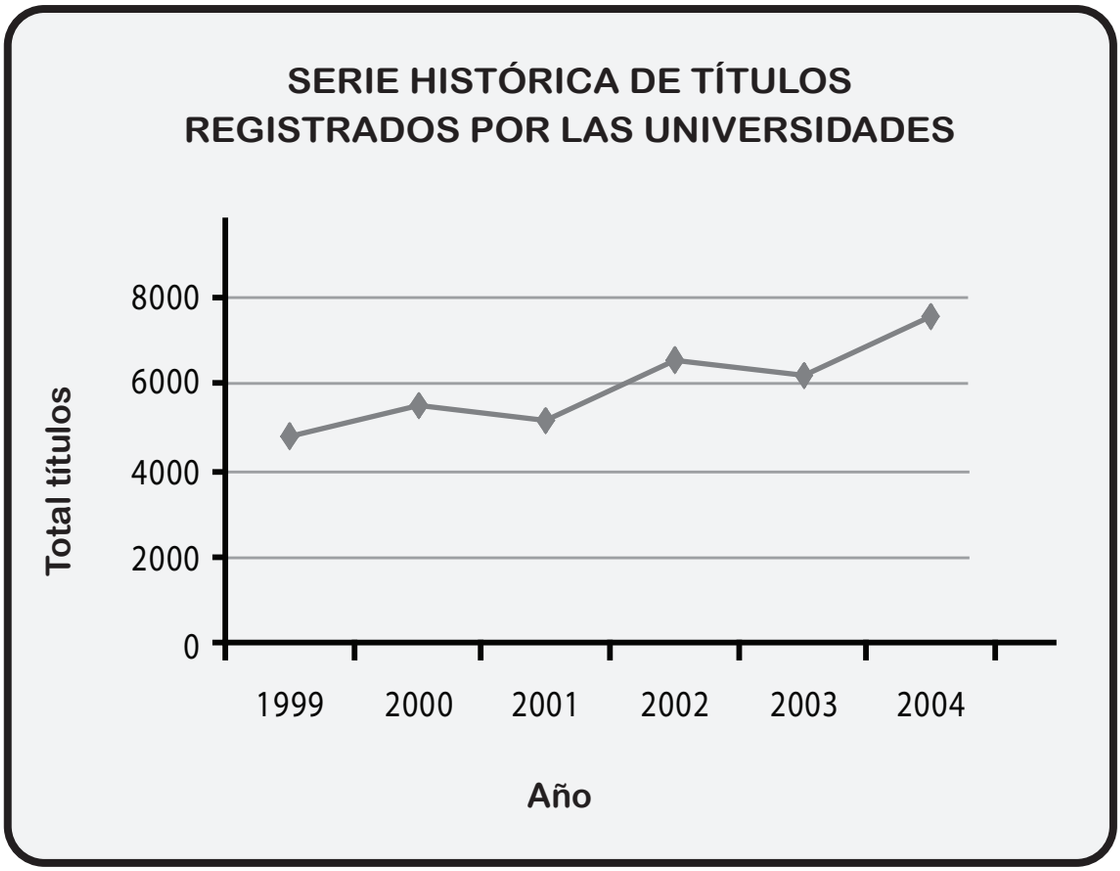
Lo anterior significa que, por ejemplo, en el caso correspondiente a páginas para el 2004, el 93,9% de todos los títulos registrados en el sistema ISBN cuentan con información digitada sobre la materia del título y está digitada en el sistema. O, en otro ejemplo extremo, el tipo de impresión sólo tiene información en 39,1% de los títulos en 2004.

REGISTRO DE TÍTULOS POR LAS UNIVERSIDADES

En la siguiente gráfica vemos un claro aumento anual en el total títulos registrados por las universidades. Entre los años 1999 y 2004 el registro de títulos por parte de las universidades se incrementa en 61.7%.

En la tabla 6 se observa la tendencia de cada uno de los países que hacen parte de este estudio. El registro de títulos por parte de las universidades ha aumentado en los países de América Latina en los últimos 6 años.

Gráfica 3



Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005.

Tabla 6

Títulos registrados por universidades en las Agencias Nacionales ISBN (1999-2004)

País	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Participación (2004)	Variación 2003-2004
Argentina	630	733	770	688	820	1201	14.0	46.5
Bolivia	5	3	19	15	30	18	0.2	-40.0
Brasil	1321	1501	1749	1913	2040	2911	34.0	42.7
Chile	295	296	288	330	397	398	4.6	0.3
Colombia	779	957	911	1375	1270	1412	16.5	11.2
Costa Rica	212	113	126	349	270	228	2.7	-15.6
Cuba	30	129	128	161	181	40	0.5	-77.9
Ecuador	27	41	50	46	88	174	2.0	97.7
El Salvador	4	10	13	27	49	40	0.5	-18.4
Guatemala	35	32	31	48	26	27	0.3	3.8
Honduras	2	4	5	9	15	22	0.3	46.7
México	720	628	261	920	1605	1321	15.4	-17.7
Nicaragua	11	10	8	18	24	31	0.4	29.2
Panamá	23	46	27	22	28	20	0.2	-28.6
Paraguay	3	1	3	10	5	6	0.1	20.0
Perú	119	462	213	258	343	299	3.5	-12.8
República Dominicana	4	36	48	42	34	46	0.5	35.3
Venezuela	398	361	380	375	239	376	4.4	57.3
TOTAL	4618	5363	5030	6606	7464	8570	100.0	14.8

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005.
Nota: El valor de México para el 2003 y 2004 corresponde a las estadísticas del Depósito Legal Biblioteca Nacional de México.

Para 2004 Brasil representa el 34% del registro de títulos en América Latina; le siguieron Colombia, México y Argentina con un 16.5%, 15.4% y 14.0% respectivamente. El resto de países representan el 20.1% del registro de títulos por parte de las universidades para el 2004.

Las estadísticas presentadas sobre registro de títulos de las universidades presentan una limitación: es común que las universidades coediten con otras empresas y editoriales y la universidad no sea la encargada del registro del título en el sistema ISBN.

La coedición de las publicaciones es un recurso de las editoriales universitarias. De hecho, el estudio nacional sobre las universidades de Colombia establece que 22% de las publicaciones universitarias reportadas son coediciones. En México, por ejemplo, la Red Altexto promueve la optimización de los recursos destinados al rubro editorial mediante la promoción de coediciones a nivel regional. Lastimosamente, no contamos con datos precisos sobre este fenómeno.

En el estudio nacional de Chile, aparece que al menos cuatro editoriales universitarias coeditan con empresas nacionales y extranjeras e incluso con los autores[23]. En el estudio de Argentina, se establece que al menos, dos editoriales de universidades realizan coediciones con editoriales nacionales y extranjeras[24]. En Brasil, el 10% de las editoriales universitarias coeditan. En Ecuador, la coedición se realiza cada vez que se puede. Ciertas editoriales universitarias llevan a cabo contratos de coedición con los autores y con editoras mayoristas. En el estudio centroamericano de la situación de las editoriales universitarias, las coediciones centroamericanas se realizan, por lo general, entre instituciones del mismo país. Los casos de las coediciones con entidades del extranjero son excepcionales[25]. Al menos una universidad en Costa Rica estimula la coedición de sus obras.

23 Para más información ver: Sapag Chain, Reinaldo; Mobarec Hasbún, Paula: Informe sobre la situación y perspectivas de las editoriales universitarias en Chile, Iesalc-Unesco, Chile Octubre 2003. pp., 16, 20, 34, 46.

24 De Sagastizábal profundiza en este aspecto en: De Sagastizábal, Leandro: Informe sobre la situación y perspectivas de las Editoriales universitarias en Argentina, IES/2002/ED/PI/7 Unesco. Diciembre 2002. Pp., 20 y 27.

25 Esta información se amplía en Secretaría Permanente CSUCA (Medina, Guerra, Efraín: Secretario General), Situación de las Editoriales Universitarias en América Central, Instituto de Educación Superior para América Latina y el Caribe Iesalc-Unesco, Guatemala 16 de diciembre de 2002. P., 47.

TÍTULOS REGISTRADOS POR CIUDAD

Al discriminar el registro de títulos de las universidades por ciudades para cada uno de los países, aparecen varios datos de interés. En primer lugar, se comprueba que las capitales o las grandes urbes siguen siendo los principales centros de edición universitaria, cosa que coincide con la población y localización de las principales universidades. En todos los países, salvo Brasil, Ecuador y El Salvador, la mayor cantidad de títulos son registrados por las universidades de la capital, aunque en ocasiones los registros en las ciudades capitales frente al total del país son menores al 50%.

En los países que cuentan con una industria editorial desarrollada (Argentina, Brasil o Colombia) la concentración de la edición universitaria en las capitales es menor y, por lo tanto, se encuentran más registros de títulos en otras ciudades. Lo anterior, y a manera de hipótesis[26], nos lleva a plantear la importancia que tiene la bibliografía universitaria local para las regiones que no incluyen la capital. En futuras investigaciones convendría revisar los contenidos de los títulos a la luz de lo planteado, con el fin de resaltar la contribución a la diversidad cultural que aporta la edición universitaria a los estudios regionales. En los países con menor tradición editorial, las publicaciones universitarias se centran en las capitales, dada su concentración de universidades (Honduras, Panamá o Paraguay). Esto no quiere decir, sin embargo, que los contenidos de estas producciones editoriales no contemplen temas regionales. En la Tabla 7, es ostensible la concentración del registro de los títulos por ciudad.

Tabla 7

Grado de concentración del registro de títulos de las universidades en la ciudad que más registra títulos (promedio 2002-2004) en el ISBN

País	Ciudad	Concentración
Argentina	Buenos Aires	15.8%
Bolivia	La Paz	43.3%
Brasil	San Pablo	13.1%
Chile	Santiago	49.3%
Colombia	Bogotá	50.7%
Costa Rica	San José	78.4%
Ecuador	Loja	37.9%
El Salvador	La Libertad	74.4%
Guatemala	Guatemala	100.0%
Honduras	Tegucigalpa	100.0%
México	México D.F.	73.6%
Nicaragua	Managua	66.7%
Panamá	Panamá	100.0%
Paraguay	Asunción	100.0%
Perú	Lima	92.3%
República Dominicana	Santo Domingo	90.2%
Venezuela	Caracas	54.5%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005.

26 Ya planteada por Leandro de Sagatizábal en el estudio nacional de Argentina.

LOS CONTENIDOS DE LOS LIBROS PUBLICADOS POR LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS

Una primera aproximación a la publicación universitaria por contenidos se registra en la Tabla 5. Dicha tabla clasifica las materias según la clasificación Dewey. De las diez grandes categorías en las que se divide este sistema de clasificación, se han desagregado aquellas que tienen una mayor producción en América Latina y en el Caribe. Ante todo, nos ha parecido importante ver la participación relativa de cada contenido en el total de producción y no sólo las magnitudes de producción.

En la tabla 8 se registra la cantidad de títulos registrados por las universidades para las diferentes categorías temáticas en el periodo 2002-2004.

Tabla 8

Títulos registrados por las universidades por categoría temática (2002-2004)

	2002	2003	2004	Variación 2003-2004
Administración. Gestión empresarial. Organizaciones. Contabilidad.	176	157	156	-0,6%
Agricultura. Ganadería. Pesca. Acuicultura.	212	128	158	23,4%
Artes, recreación y deportes.	298	323	277	-14,2%
Astrología, ocultismo, quirología, esoterismo y parapsicología.	12	11	21	90,9%
Ciencias puras.	482	405	412	1,7%
Ciencias sociales. *	809	736	780	6,0%
Computación. Programación. Informática.	15	20	14	-30,0%
Derecho. Leyes. Jurisprudencia.	389	390	351	-10,0%
Economía.	314	245	241	-1,6%
Educación.	681	646	706	9,3%
Filosofía **.	198	201	261	29,9%
Generalidades ***.	261	188	225	19,7%
Geografía e historia. Guías de viaje.	471	399	456	14,3%
Lenguas. Lingüística.	168	147	181	23,1%
Literatura.	866	653	658	0,8%
Literatura infantil y juvenil.	16	15	8	-46,7%
Medicina	298	247	284	15,0%
Psicología	107	123	106	-13,8%
Religión	120	127	214	68,5%
Tecnología y Ciencias aplicadas ****	255	238	219	-8,0%
Textos para primaria	49	48	58	20,8%
Textos para secundaria	53	49	69	40,8%
Total	6.250	5.496	5.855	6,5%

* sin economía; derecho; Leyes, jurisprudencia, sin educación.
**sin textos escolares.
***sin computación, programación, informática.
****sin agricultura, ganadería, pesca, acuicultura; sin medicina.

Si se comparan los datos de la tabla anterior con el registro por categoría temática del resto de empresas editoriales o personas que registran libros en el sistema ISBN, como se muestra en la tabla 9, las estadísticas confirman que las categorías temáticas como las ciencias puras, ciencias sociales y sus subcategorías como economía y educación son más publicadas por las universidades que por el resto de empresas editoriales o personas que constituyen el universo de quienes registran libros.

En todas las áreas temáticas señaladas, la tasa de publicación universitaria por títulos duplica a la del resto de editores. En la tabla 9 se puede ver, por ejemplo, que la categoría ciencias puras participa en la edición universitaria en un 7% sobre el total de títulos publicados, mientras que el resto de editores de dicha área temática sólo participan en un 3%. Categorías temáticas como las ciencias sociales, la educación y la literatura son de gran importancia en la edición universitaria de los países de Latinoamérica y del Caribe.

En Latinoamérica, una parte del mercado de libros científicos, técnicos y profesionales la ocupan las universidades. Las editoriales industriales que han incursionado en este segmento del mercado generalmente lo hacen con libros importados editados en sus casas matrices, traducidos e impresos en las sedes regionales y, por lo tanto, no cuentan con registro ISBN local.

Tabla 9

Títulos registrados en el 2004 por categoría temática (universidades vs. otros editores)				
Materia	**Universidades**	**%**	**Otros Editores**	**%**
Administración. Gestión empresarial. Organizaciones. Contabilidad	156	2,7%	1.173	1,7%
Agricultura. Ganadería. Pesca. Acuicultura	158	2,7%	1.008	1,5%
Artes, recreación y deportes	277	4,7%	3.284	4,8%
Astrología, ocultismo, quirología, esotéricos y parapsicología	21	0,4%	1.157	1,7%
Ciencias puras	412	7,0%	2.095	3,0%
Ciencias sociales*	780	13,3%	5.083	7,4%
Computación. Programación. Informática	14	0,2%	145	0,2%
Derecho. Leyes. Jurisprudencia	351	6,0%	5.820	8,4%
Economía	241	4,1%	1.318	1,9%
Educación	706	12,1%	4.586	6,6%
Filosofía **	261	4,5%	2.145	3,1%
Generalidades ***	225	3,8%	3.976	5,8%
Geografía e historia.	456	7,8%	3.274	4,7%
Lenguas. Lingüística	181	3,1%	1.338	1,9%
Literatura	658	11,2%	13.576	19,7%
Literatura infantil y juvenil	8	0,1%	2.496	3,6%
Medicina	284	4,9%	2.577	3,7%
Psicología	106	1,8%	1.402	2,0%
Religión	214	3,7%	5.091	7,4%
Tecnología y Ciencias aplicadas ****	219	3,7%	1.806	2,6%
Textos para primaria	58	1,0%	4.357	6,3%
Textos para secundaria	69	1,2%	1.264	1,8%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005.
* sin economía; derecho; Leyes, jurisprudencia sin educación.
**sin textos escolares.
***sin computación, programación, informática.
****sin agricultura, ganadería, pesca, acuicultura; sin medicina.

La preponderancia de la publicación de títulos de ciencias sociales por parte de las universidades parece un fenómeno común a muchos países del área. Según el estudio de Leandro de Sagastizábal, las áreas del saber cubiertas por las ediciones universitarias argentinas corresponden mayoritariamente a las de las ciencias sociales, con alrededor de 54% del total de los 3.086 títulos editados entre 1999 y 2002. Como contrapartida, sólo 7,4% son títulos del área de las ciencias exactas y naturales y alrededor de 8,6% tratan sobre tecnología y ciencias aplicadas[27].

Debe tenerse en cuenta que, además de los docentes altamente calificados que tiene toda facultad la investigación en campos de las ciencias aplicadas requiere adicionalmente de equipo de instalaciones y de una inversión constante en recursos materiales. La disminución de la aparición de libros de estas disciplinas, puede deberse, según De Sagastizábal, a que en las dos últimas décadas, "profesionales, estudiosos e investigadores del área de las ciencias formales, naturales y exactas han privilegiado la circulación de la información a través de publicaciones periódicas y online.[28]" Es posible

27 De Sagastizábal, Leandro: Informe sobre la situación y perspectivas de las Editoriales universitarias en Argentina, IES/2002/ED/PI/7 Unesco. Diciembre 2002. P., 9.

28 Ibid., p.,10.

que, por su forma de evolucionar, los estudios concernientes a las ciencias puras requieran de formatos más ágiles como las revistas o los portales de las páginas web que pueden actualizarse con frecuencia.

La preponderancia de los libros universitarios para el estudio de las ciencias sociales puede tener otras razones. En el estudio nacional de Argentina se encuentra que, en primer lugar, existen "razones de magnitud de mercados", como el hecho de que las carreras que más hayan crecido recientemente hayan sido las de Comunicación Social, Psicología, Administración, "que justifican tiradas de ejemplares que absorben costos y permiten precios de venta al público razonables[29]"; en segundo lugar, se enumeran también "motivos de orden técnico", como lo es la mayor facilidad que ofrecen estos libros de trabajar con los contenidos. Adicional a esto, se encuentran las necesidades bibliográficas de las disciplinas como derecho, economía y ciencia política sólo pueden satisfacerse con una producción editorial nacional, ya que cada país tiene estructuras legales distintas y casi únicas particularidades políticas y económicas.

Para tratar de comprobar parcialmente esta hipótesis, hemos adelantado una exploración preliminar de la edición universitaria de libros de economía. Con el fin de confirmar los procedimientos del registro sobre la edición universitaria que se presenta en este informe, se realizó una visita a las instalaciones de la editorial de la Universidad de los Andes ubicada en Bogotá[30]. En esta reunión se constata que el grueso de las publicaciones de la universidad en economía, se corresponden a documentos que no son considerados libros y, por lo tanto no llevan ISBN. En este sentido, el Centro de Estudios de Desarrollo Económico -Cede- edita series de documentos y publicaciones periódicas con registro ISSN que, al carecer de registro ISBN no hacen parte de las estadísticas que se presentan en este informe. También se confirma que, en algunos casos en que sí se editan libros con ISBN, lo hacen en coedición y Ediciones Uniandes no se encarga de realizar los trámites ante la agencia ISBN y, por lo tanto, no aparecen registrados por la universidad. También se encontraron diferencias entre el registro del ISBN por temática y el correspondiente a la catalogación en la fuente. Esto hace que un libro aparezca, por ejemplo, como de Economía en el ISBN y como de Ingeniería Industrial en le catálogo de la universidad. Al final del documento se presentan más detalladamente los resultados de este acercamiento a la producción de obras sobre economía en las editoriales universitarias.

29 Ibidem. P., 9.

30 En Ediciones Uniandes se sostuvo una reunión con Martha Helena Esguerra (directora) y Alexander Bonilla (coordinador editorial del Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico (Cede) de la Universidad de los Andes).

NÚMERO DE EJEMPLARES REGISTRADOS POR LAS UNIVERSIDADES

El número de ejemplares registrado en el sistema ISBN no corresponde a la producción real de las empresas, pues el registro isbn se tramita con anterioridad a la producción de los libros. En muchos casos la producción real es ajustada a la inicialmente planeada. En este sistema no se registran las reimpresiones.

En la siguiente tabla se presenta una idea estimada del volumen de producción editorial de las universidades de los países de América Latina y el Caribe. En el cuadro aparece la información sobre ejemplares para la oferta nacional en el periodo 1999-2004 de manera discriminada por países. En cuanto a la oferta externa, los datos registrados en esta tabla muestran cómo la producción de libros en las universidades latinoamericanas y del Caribe no está orientada para su exportación.

Tabla 10

Ejemplares registrados por las universidades en las Agencias ISBN

País	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Participación 2004	Variación 2003-2004
Bolivia	2,750	1,100	12,300	9,500	16,700	7,550	0.3%	-54.8%
Chile	234,791	182,000	190,810	210,695	366,935	285,636	10.8%	-22.2%
Colombia	480,541	734,407	595,325	749,395	703,456	912,972	34.6%	29.8%
Costa Rica	237,800	108,400	84,726	329,727	266,609	174,570	6.6%	-34.5%
Cuba	28,670	73,765	67,885	97,315	231,807	101,328	3.8%	-56.3%
Ecuador	14,150	28,150	32,000	42,780	61,450	157,560	6.0%	156.4%
El Salvador	2,700	16,100	18,400	18,400	46,900	42,300	1.6%	-9.8%
Guatemala	50,350	29,500	40,825	71,475	19,700	39,700	1.5%	101.5%
Honduras	3,800	24,050	5,220	7,300	13,350	6,770	0.3%	-49.3%
Nicaragua	9,000	8,300	8,150	11,850	13,850	25,750	1.0%	85.9%
Panamá	11,800	23,502	11,250	9,650	11,748	6,600	0.3%	-43.8%
Paraguay	1,050	300	1,000	ND	ND	ND	ND	ND
Perú	40,750	245,100	232,239	158,039	220,902	187,024	7.1%	-15.3%
República Dominicana	4,000	41,300	51,000	35,400	31,500	46,500	1.8%	47.6%
Venezuela	504,784	365,900	369,640	348,346	152,050	643,260	24.4%	323.1%
Total de ejemplares oferta nacional	1,626,936	1,881,874	1,720,770	2,099,872	2,156,957	2,637,520	100.0%	22.3%
Total de ejemplares oferta externa	27,551	48,650	33,775	52,075	50,499	63,471		

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

REGISTRO DE TÍTULOS POR LAS UNIVERSIDADES SEGÚN SOPORTE

El papel es el principal soporte utilizado por las universidades tal como lo hace, en general la industria editorial en la producción de libros. Vale la pena resaltar cómo en 2003 se registran ya publicaciones en Internet.

Tabla 11

Registro de títulos de las universidades por tipo de presentación

	2002	2003	2004	Cambio 2003 2004
Papel	5988	5505	6782	23.2%
CD-ROM	163	211	191	-9.5%
Internet	1	18	20	11.1%
Video	4	9	1	-88.9%
Total	6156	5743	6994	21.8%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

Las publicaciones de libros en Internet aunque son escasas entre las universidades, presentan una tasa de participación importante si se compara con la del resto de los editores.

Tabla 12

Tipo de presentación: Universidades versus el resto de las empresas o de las personas que registran libros (2004)

	Universi-dades	%	Resto	%
Papel	6.782	97,0%	83.889	98,4%
CD-ROM	191	2,7%	1.009	1,2%
Internet	20	0,3%	76	0,1%
Video	1	0,0%	206	0,2%
E-Books	0	0,0%	49	0,1%
Total	6.994	100,0%	85.229	100,0%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

TÍTULOS REGISTRADOS POR TIPO DE ENCUADERNACIÓN

En la tabla 13 se discriminan los libros en soporte de papel discriminados por tipo de encuadernación. Los libros universitarios se producen en 95% en ediciones rústicas y 5% en ediciones con tapa dura.

Tabla 13

Registro de títulos en papel					
	2002	2003	2004	2004 %	Cambio 2003 2004
Tapa dura	218	287	292	5.1%	1.7%
Rústico	5146	4510	5428	94.9%	20.4%
Total	5364	4797	5720	100.0%	19.2%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

Si se compara la tendencia de las universidades en cuanto a la encuadernación de los libros con la tendencia del resto de países se observa un comportamiento muy similar. Sin embargo, hay que anotar que para el 2004 la participación de los libros rústicos fue mayor en un 3.5% para las universidades respecto al resto de personas o empresas que registran libros. La tapa dura se utiliza más en ediciones de lujo, no necesarias por lo general en el marco de una política editorial universitaria.

Tabla 14

Comparación de títulos en papel: universidades versus el resto de las empresas y de las personas que registran libros (2004)				
	Universi-dades	%	Resto	%
Rústico	5428	94.9%	63581	91.4%
Lujo	292	5.1%	6016	8.6%
Total	5720	100.0%	69597	100.0%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005.

REGISTRO DE TÍTULOS SEGÚN RANGO DE PÁGINAS

En la tabla se aprecia como un 19% de las publicaciones tiene un paginaje superior a 300 páginas.

Tabla 15

Registro de títulos por las universidades según rango de páginas					
	2002	2003	2004	Variación 2002-2003	Variación 2003-2004
1 - 100	1819	1776	1910	-2.4%	7.5%
101 - 200	1879	1928	2455	2.6%	27.3%
201 - 300	1226	990	1277	-19.2%	29.0%
Más de 300	1298	1150	1369	-11.4%	19.0%
Total	6222	5844	7011	-6.1%	20.0%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005.

En la siguiente tabla se observa cómo las universidades registran libros de mayor número de páginas que el resto de empresas editoriales o personas que registran libros. Esto puede tener su explicación en que los temas más comunes de los libros que más registran las universidades, como los libros de ciencias sociales, historia o sobre educación, generalmente requieren de mayor extensión.

Tabla 16

Comparación de rango de páginas: universidades versus el resto de las empresas y de las personas que registran libros (2004)				
	Resto	%	Universidades	%
1 - 100	33,131	39.1%	1910	27.2%
101 - 200	24,967	29.5%	2455	35.0%
201 - 300	14,192	16.8%	1277	18.2%
Más de 300	12,397	14.6%	1369	19.5%
Total	84,687	100.0%	7011	100.0%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005.

La apreciación anterior se puede corroborar con la siguiente tabla que muestra la cantidad de títulos de 300 o más páginas, discriminados por diferentes categorías temáticas.

Tabla 17

Títulos de 300 o más páginas registrados por las universidades por categoría temática (2004)

	2004	%
Ciencias Sociales *	128	14 .2%
Geografía e historia	100	11.1%
Derecho. Leyes. Jurisprudencia	98	10.9%
Literatura	88	9.8%
Ciencias Puras	84	9.3%
Educación	64	7.1%
Filosofía **	63	7.0%
Economía	45	5.0%
Tecnología y Ciencias aplicadas ****	39	4.3%
Religión	34	3.8%
Artes, recreación y deportes	27	3.0%
Lenguas. Lingüística	25	2.8%
Medicina	21	2.3%
Psicología	19	2.1%
Agricultura. Ganadería. Pesca. Acuicultura	18	2.0%
Administración. Gestión empresarial. Organizaciones. Contabilidad	12	1.3%
Astrología, ocultismo, quirología, esoterismo y parapsicología	10	1.1%
Textos para secundaria	10	1.1%
Generalidades ***	7	0.8%
Textos para primaria	6	0.7%
Computación. Programación. Informática	1	0.1%
Total	899	100.0%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005.
* sin economía; derecho; Leyes, jurisprudencia sin educación.
**sin textos escolares.
***sin computación, programación, informática.
****sin agricultura, ganadería, pesca, acuicultura; sin medicina.

REGISTRO DE TÍTULOS POR TIPO DE IMPRESIÓN

En la siguiente tabla se puede observar que la impresión digital es un sistema para la reproducción de los libros mucho más común entre las universidades que entre el resto de empresas editoras que registran títulos. Esto se explica en la medida en que los tirajes de las universidades generalmente son inferiores a quinientos y, de esta manera, la impresión digital resulta mucho más práctica y rentable para las universidades. El sistema facilita el manejo de inventarios, una rápida capacidad de respuesta frente a posibles rediciones, que se hacen generalmente al mismo costo entre cien y quinientos ejemplares.

Tabla 18

Comparación de edición universidades versus el resto de las empresas y de las personas que registran libros (2004)

	Universi-dades	%	Resto	%
Digital	387	13.3%	1077	5%
Otros tipos de impresión	2,533	86.7%	21167	95%
Total general	2,920	100.0%	22244	100%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-cerlalc, Base Junio 2005

CONCENTRACIÓN DE AUTORES NACIONALES

Un análisis de la nacionalidad de los autores de los libros registrados por las universidades puede servir para determinar el grado de colaboración académica en la edición de profesores extranjeros vinculados o de planta de las mismas. Una primera aproximación al tema arroja los siguientes resultados.

Tabla 19

Número de autores extranjeros que registran títulos de las universidades por país (2004)

País	Autores extranjeros
Argentina	66
Chile	8
Colombia	57
Costa Rica	26
Ecuador	28
Nicaragua	7
Perú	14
República Dominicana	2
Venezuela	10

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005.

PRINCIPALES OBSERVACIONES

A través de este estudio establecimos un panorama de la actividad de las universidades que en América Latina y el Caribe. Ante todo, la realización de este estudio permite la identificación del universo editorial universitario a nivel nacional y regional, que se establece en 554 universidades que editan, de acuerdo con la información disponible.

La actividad editorial de las universidades contribuye a la bibliografía de los países y de la región, alcanzando una participación de 5% en el total de actores editoriales con 9,3% de las novedades publicadas. Dentro del panorama editorial universitario se establecen diversos modos de diferenciación. Siguiendo la metodología del Iesalc-Csuca establecimos dos grupos de editoriales universitarias: unas que cuentan con un consejo editorial o su equivalente, y otras que no. De esta manera, pueden encontrarse similitudes o disparidades de estructura con las editoriales industriales. A este perfil puede añadírsele el volumen de producción anual de la editorial universitaria a fin de estudiarla con ciertos parámetros que ya se han usado para el estudio de las editoriales de tipo industrial.

La cobertura de las publicaciones editoriales de las universidades por parte de las agencias nacionales varía de manera tangencial en cada país. La coedición como recurso en la actividad editorial de las universidades, implica ajustes en las investigaciones nacionales de la industria editorial, y en el registro ISBN para obtener la información, así se evitan duplicaciones en las estadísticas de producción.

La publicación de libros por parte de las universidades duplica en títulos su participación relativa sobre el total de otros editores en áreas temáticas como humanidades y ciencias sociales. Para las ciencias exactas, en cambio, son preferibles formatos ágiles y fáciles de actualizar como las publicaciones periódicas o digitales. Teniendo esto en cuenta, habría que incluir la publicación de revistas y periódicos en una futura investigación para proporcionar una mirada más completa de la actividad editorial universitaria.

Finalmente, establecimos que, aunque las capitales siguen siendo en muchos países los centros más importantes de la actividad editorial de las universidades, en algunos países ya se empieza a registrar un número importante de publicaciones provenientes de ciudades distintas a las capitales. Este hecho es fortalecido por la importante presencia de títulos que exploran materias relacionadas a contextos regionales.

UNIVERSIDADES QUE EDITAN EN AMERICA LATINA 2002-2004

ARGENTINA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
De la UNLa - Universidad Nacional de Lanús	4		2
Editorial de la Univ. Nacional de Cuyo - EDIUNC	10	10	16
EDUCO - Univ. Nacional del Comahue	8	25	35
EDUNAM - Editorial Universitaria de las Univ. Nacional de Misiones	8	17	20
Escuela Nacional de Náutica Manuel Belgrano			1
Facultad de Filosofía y Letras - Universidad Nacional de Cuyo		1	1
Fund. Universidad de Belgrano		3	1
Fund. Universidad Gral. San Martín			1
Fund. Universidad Nacional de Río Cuarto	4	5	9
Idearium de Universidad de Mendoza			3
Inst. de Educación Teológica por Extensión - IETE		11	10
Nueva Editorial Universitaria - U.N.S.L.	10	3	10
Pontificia Universidad Católica Argentina	2		1
Shepherd University		8	8
Univ. Adventista del Plata	2		1
Univ. Argentina de la Empresa - UADE	8	3	11
Univ. Austral	49	48	51
Univ. Católica Argentina	3	14	6
Univ. Católica de Córdoba	4	14	25
Univ. Católica de Cuyo	10	6	12
Univ. Católica de La Plata	10	7	8
Univ. Católica de Salta - Eucasa	2	8	12
Univ. Católica de Santa Fe	1	1	4
Univ. Católica de Santiago del Estero - UCSE	2	3	2
Univ. de Bologna			1
Univ. de Buenos Aires	33	53	67
Univ. de Ciencias Empresariales y Sociales - UCES			1
Univ. de Morón		1	1
Univ. de Palermo - UP	2	5	2
Univ. del Aconcagua	1		2
Univ. del CEMA	3	3	7
Univ. del Norte Santo Tomás de Aquino - UNSTA	5	10	13
Univ. del Salvador		4	3
Univ. FASTA	2	6	18
Univ. John F. Kennedy	2		1
Univ. Maimónides		2	2

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

ARGENTINA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Univ. Nacional de 3 de Febrero	7	6	6
Univ. Nacional de Catamarca	16	24	27
Univ. Nacional de Córdoba	42	62	64
Univ. Nacional de Cuyo	20	37	42
Univ. Nacional de Entre Ríos	9	14	14
Univ. Nacional de Formosa	1	1	5
Univ. Nacional de General Sarmiento	3	10	8
Univ. Nacional de Gral. San Martín			1
Univ. Nacional de Jujuy - Universitaria de Jujuy	25	20	17
Univ. Nacional de La Matanza	1		2
Univ. Nacional de La Pampa	4	5	12
Univ. Nacional de la Patagonia Austral			3
Univ. Nacional de la Patagonia San Juan Bosco	4	8	9
Univ. Nacional de La Plata	25	23	38
Univ. Nacional de La Rioja - EUDELAR	1	3	6
Univ. Nacional de Lomas de Zamora	6	8	10
Univ. Nacional de Luján	1	2	8
Univ. Nacional de Mar del Plata	38	26	37
Univ. Nacional de Quilmes	45	9	24
Univ. Nacional de Río Cuarto	37	30	41
Univ. Nacional de Rosario	51	59	53
Univ. Nacional de Salta	4	7	9
Univ. Nacional de San Juan	42	34	56
Univ. Nacional de San Luis		3	8
Univ. Nacional de Santiago del Estero - UNSE		2	2
Univ. Nacional de Tucumán	46	38	71
Univ. Nacional de Villa María	2	2	2
Univ. Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires	10	9	22
Univ. Nacional del Litoral	36	59	173
Univ. Nacional del Nordeste	8	11	5
Univ. Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires - UNNOBA			4
Univ. Nacional del Sur - Departamento Humanidades	1	3	1
Univ. Nacional del Sur - Ediuns	12	12	24
Univ. Tecnológica Nacional	1	11	9
Universitaria Córdoba			2
Universitaria de La Plata	5	12	18

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

BOLIVIA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Carrera de Antropología - Arqueología UMSA	1		1
Carrera de Derecho - UMSA		1	
Centro de Estudios Superiores Universitarios	1		
CLEI 2003 Carrera de Informatica U.M.S.A.		1	
Comite Ejecutivo Universidades Boliviana	1		
Facultad de Filosofía y Letras - Universidad Nacional de Cuyo		2	1
Instituto Normal Superior Simón Bolivar	6	9	3
Proyecto de Mejoramiento de Formación en Economía	1	4	7
Universidad Autónoma "Gabriel Rene Moreno" - Facultad de medicina Veterinaria y Zootecnia.	1		
Universidad Católica Boliviana	1		
Universidad Nur			1
Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra	3	13	5

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

BRASIL	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
ABES/BA		1	
AREA DE PUBLICACOES/UNCAMP			4
ARGOS-EDITORA UNIVERSITARIA	15	22	10
ARQUITETURA/UNESP		3	1
BENNETT	2		
BIBLOS	11	6	5
BIOQUIMICA/FIOCRUZ			1
CAEN		1	1
CEAD/MS	4		
CEAMA	3		
CEFET/PR	2	6	7
CEFET-PB		1	
CEFET-RN		1	
CENTRO DE EST. AFRICANOS-USP			11
CENTRO DE FORMACAO ARTISTICA	1	1	
CENTRO UNIVERSITARIO FRANCISCA	8	19	5
CENTRO UNIVERSITARIO LA SALLE	1		

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

BRASIL	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
CESTH/ENSP/FIOCRUZ	1	2	1
CEUT	1		1
CID/UNB			1
CLIO EDICOES	3	9	3
COM-ARTE/USP	12	7	9
COORD. GERAL BIBLIOTECAS-UNESP	4		
COPPE/UFRJ	6	4	7
COPPEAD	8	13	4
CPC/USP		1	
CPEA	1	3	
CPGCG-POS-GRAD. CIENCIAS GEODE	2		3
DEPARTAMENTO DE EDUC FISICA	1		
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA-UFBA	2	1	
DIALOGARTS	2	1	
EBA/UFRJ	1	2	2
ECA/USP	1	1	4
ECLLP	1		
EDIBES	2		1
EDICOES IESB	1		
EDIPUCRS	84	95	60
EDIRITTER	2	2	1
EDITEO	2	7	1
EDITORA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGA			5
EDITORA UNIMEP	13		11
EDIUPF	54	84	58
EDUCAM	2	4	5
EDUCAT	1	21	20
EDUCAT*MUDOU P/7590*	15		9
EDUCS	50	24	84
EDUECE			1
EDUEP	6	6	4
EDUEPA			3
EDUERJ	16	26	12
EDUFAC			1
EDUFBA	35	22	113
EDUFES	15	16	9
EDUFF	12	22	75
EDUFMG			2
EDUFOP	5	4	1

BRASIL	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
EDUFPA	18	9	46
EDUFPI	24	23	13
EDUFRGS		59	183
EDUFRO	31	21	13
EDUFSCAR	18	19	29
EDUNIC	1	1	1
EDUNIOESTE	18	25	19
EDUNIPLAC	4		2
EDUNISC	30	27	38
EDUSC		2	38
EDUSC-ED.UNIV.DO SAGR.CORACAO			5
EDUSF	29	19	
EDUSJT		1	
EDUSP	86	58	175
EEAAC/UFF	1		
EEAN/UFRJ	8	8	4
EESC-USP	3	4	6
ENSP/FIOCRUZ	3		7
EPSJU/FIOCRUZ			6
EPUSP	1	8	5
FACEF	2	8	6
FACET/PPGE/UFBA		1	
FACULDADE DE FARMACIA-UFMG	1	1	
FACULDADE DE FILOSOFIA	35	25	10
FACULDADE DE FILOSOFIA CAMPOS	4		
FACULDADE FORMACAO PROF./UERJ		4	5
FACULDADE INTEGRADA DA BAHIA	1	8	3
FACULDADE TEOLOGICA BATISTA PR		1	1
FALE/MG	20	6	9
FASA	5	5	13
FASESP	1	3	2
FASUL	1	2	2
FAU/UFRJ		1	
FAUUSP	13	2	2
FAV-UFG		2	1
FCE/UFBA		1	
FCH/FUMEC	3	1	1
FCL-FACULDADE CIENCIAS LETRAS	3	2	2
FCL-UNESP	9	9	9

BRASIL	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
FE/UNICAMP	20	14	6
FEBASP			3
FILOSOFIA E CIENCIAS/UNESP	4	3	1
FIOCRUZ			4
FIOCRUZ EDITORA	12	17	13
FIOCRUZ/COC	1	3	6
FIOCRUZ/CONTROLE DE QUALIDADE			2
FRANCA/UNESP	13	6	9
FRATER	5	5	1
FUA	18	32	26
FUNAG		10	14
FUNDAP	3	3	8
FUNDUNESP	57	63	56
FURB	8	19	5
FURG	11	9	20
FURJ/UNIVILLE		12	4
HUMANITAS			21
IAE	1		
IAG/USP			5
IB/USP	1	1	3
ICMC/USP	2		1
ICMG	1		
IE/UNICAMP	3	3	1
IEE/USP	10	1	
IFCH/UNICAMP	4	2	4
IFGW/UNICAMP	1		
IM/UFRJ	2	3	
IME/USP	1	1	2
IMPRENSA UNIVERSITARIA ADVENTI		5	1
IMPRENSA UNIVERSITARIA-UFC	8	11	37
IMPRENSA UNNIVERSITARIA/UFMG	2	1	
INSTITUTO PSICOL./PROG.EICOS	1	1	
IRT/PUC-MINAS	1		2
ITCP/COPEE/UFRJ	2	1	
LETRAS VERNACULAS/UFRJ		1	
LETRAS/UFRJ	7	7	4
LPM-LABORATORIO PLANEJ. MUNICI	3	1	1
MAC/USP	2	5	10
MACKENZIE	24	9	7

BRASIL	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
MACKPESQUISA	3	3	1
MESTRADO EM HISTORIA/UFG			1
MP/USP	1	2	
MUSEU ZOOLOGIA/USP		1	
NATES/UFJF		1	
NEIM/FFCH/UFBA	2		1
NEPO/UNICAMP	2	1	
NIED/UNICAMP	3	1	1
NISAM/ESP/USP	1		1
NUBIO/FIOCRUZ		1	
NUMA/UFPA	3	3	1
NUPAUB-USP	1		1
NUTAU/USP	1		1
OBSERVATORIO RH NESC	1		
ODONTOLOGIA/USP			3
OV/UFRJ		1	
PADEC/UFRJ	1		
PAGU/UNICAMP	1		
PGE-PROG. POS-GRADUACAO GEOGRA	3		
PGT/USP			1
PPGCCC/UFBA	1	1	
PPGSD/UFF	1	2	
PROEC/UFPR	2		
PROG DE POS GRAD GEOGRAFIA-UFU	1	1	1
PROGRAMA DE ESTUDOS MEDIEVAIS	1	1	1
PROGRAMA DE MESTRADO ECONOMIA		1	1
PROURB/UFRJ	1		2
PSICOLOGIA/USP	3	3	3
PUC/MG	6	15	12
PUC-RIO		6	4
QUIMICA/UFRJ	3	1	
QUIMICA/USP			1
REDE SIRIUS-REDE DE BIBLIOTEC.	1	7	
SAV- EDITORA UNISINOS			2
SIBI/USP	1	3	66
STBNB EDICOES	4	2	1
UCAM-IPANEMA		1	
UCDB - UNIV.CATOLICA DOM BOSCO	33		
UCDB-UNIVER CATOLIC DOM BOSCO		29	25
UCG	17	41	37

BRASIL	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
UCSAL	2	4	6
UEA EDITORA		1	
UEFS	24	13	8
UEL	42	21	30
UEM	20	13	
UEMA	2	2	1
UEPG	10	8	11
UERJ-IME		1	3
UESB	3	7	11
UFAL	27	36	31
UFG/EDITORA	19	24	78
UFJF	11	6	21
UFJF/PPGCR		1	
UFLA	4	4	5
UFMA	8	5	2
UFMG/DEPT. ENGENHARIA ELETRICA	1	1	2
UFMG/EDITORA	61	51	81
UFMS-MUDOU DE FAIXA	6	7	
UFMT	9	7	70
UFPB	2	15	2
UFPE	15	32	34
UFPEL/FAU	16	25	47
UFPR	29	5	9
UFPR "MUDOU DE FAIXA P/7335"			6
UFRGS/PROG. POS-GRAD. ADMINIST	1		
UFRGS-INSTITUTO DE INFORMATICA			2
UFRJ		1	2
UFRJ/SR-5		1	1
UFRN/EDITORA	13	16	34
UFRN-NAC	6	4	
UFRPE	4		3
UFRRJ/EDITORA	5	5	8
UFSC/DEPT. DE ECONOMIA	1	1	
UFSC/EDITORA	36	25	21
UFSC/ENFERMAGEM/PEN	10	15	7
UFSC/LABSOLAR			1
UFSE	11	6	6
UFSM	7	7	9
UFU/EDITORA	1	9	22
UFV/EDITORA	32	17	30

BRASIL	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
UGF	9	13	11
ULBRA	34	31	43
ULBRA **MUDOU DE FAIXA P/7528*	1		1
UMESP	9	7	7
UNAERP		1	
UNAMA			10
UNAMA/BIBLIOTECA CENTRAL	13	19	12
UNATI/UERJ-UNIV.ABERTA 3.IDADE		1	4
UNB	38	59	245
UNB/DEPT. ENGENHARIA	1		
UNEB	5	11	4
UNERJ			4
UNESC	4	6	4
UNIABC	15	12	2
UNIBAHIA	2		1
UNICAMP	31	35	109
UNICENTRO	1	7	7
UNICRUZ/CENTRO GRAFICO	4	5	3
UNIDAVI-PROPPEX	1	1	2
UNIDERP	16	18	21
UNIFACS	1		
UNIGRANRIO	2	5	1
UNIJUI/FIDENE	98	42	33
UNIMONTES/FADENOR	19	15	10
UNINILTON LINS		1	
UNIOESTE CAMPUS FRANCISCO BELT	3	5	8
UNIPAR		4	7
UNIPE	1	2	
UNISANTA			1
UNISINOS	1	93	27
UNISUL/UNIVERSITARIA	3	6	2
UNITINS	3		1
UNIT-UNIVERSIDADE TIRADENTES		2	
UNIUBE-UNIVERSIDADE DE UBERABA	20	3	6
UNIVALE	2	4	
UNIVALI	4	22	11
UNIVER CIDADE	4		1
UNIVERSA/UCB	6	15	17
UNIVERSIDADE ESTADUAL LONDRINA			12
UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANA	1	3	3
UNOESC/JOACABA	3	6	10
UNOPAR		3	1
UPE-EDUPE	13	10	9

CHILE	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Bachillerato en Ciencias y Humanidades Universidad de Santiago	1		
Centro de Ciencias Ambientales EULA-Chile. Universidad de Concepción	1		
Dirección de Docencia Universidad de Concepción	12	9	11
EDEVAL	1	1	
Ediciones de la Escuela de Arquitectura y Diseño de la Universidad Católica de Valparaíso	2		
Ediciones Facultad de Educación de la Universidad de Concepción			2
Ediciones Universidad Católica del Norte	29	42	30
Ediciones Universidad de Concepción	10	7	11
Ediciones Universidad de Valparaíso	7	5	4
Ediciones Universidad del Bío-Bío	7	7	4
Ediciones Universidad San Sebastián	1	1	1
Ediciones Universitarias de la Universidad Católica de Valparaíso	9	16	11
Editorial Biblioteca Americana	2	4	1
Facultad de Agronomía Universidad de Concepción		1	
Facultad de Ciencias Biológicas Universidad de Concepción	1	1	1
Institución Internacional Sek	5	3	14
Oficina de Transferencia Tecnológica Universidad Católica de Valparaíso	2		
Pontificia Universidad Católica de Chile	39	60	58
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso			1
Universidad Academia de Humanismo Cristiano		2	4
Universidad Adolfo Ibáñez	1	1	
Universidad Alberto Hurtado			1
Universidad Arturo Prat	9	30	48
Universidad Austral de Chile	2	1	2
Universidad Bolivariana	2	3	8
Universidad Católica Cardenal Raúl Silva Henríquez	7	8	13
Universidad Católica del Maule	3	2	1
Universidad Central	10	12	5
Universidad de Antofagasta	3	19	16
Universidad de Arte y Ciencias Sociales /ARCIS	29	10	8
Universidad de Chile	31	34	30
Universidad de Ciencias de la Informática		1	
Universidad de La Frontera	15	5	8
Universidad de La Serena		1	2
Universidad de Los Andes	2	5	3
Universidad de Los Lagos	18	7	8
Universidad de Magallanes	2	3	5
Universidad de Playa Ancha de Ciencias de la Educación	25	27	22
Universidad de Santiago	4	12	16

CHILE	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Universidad de Talca	7	3	5
Universidad de Tarapacá	2	2	1
Universidad de Viña del Mar			1
Universidad del Desarrollo		2	2
Universidad del Mar		2	2
Universidad Diego Portales	6	26	15
Universidad Gabriela Mistral	2	2	3
Universidad Iberoamericana de Ciencias y Tecnología	1		
Universidad José Santos Ossa	2	2	2
Universidad La República	2		
Universidad Mariano Egaña			1
Universidad Mayor	2	3	2
Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación	1	5	5
Universidad Nacional Andrés Bello	7	1	2
Universidad Santo Tomás	2		3
Universidad Tecnológica Metropolitana	4	8	2
Universidad Tecnológica Vicente Pérez Rosales		1	2
Uvirtual S.A.			1

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

COLOMBIA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Centro de Investigaciones en Territorio, Construcción y Espacio	1		1
Centro de Publicaciones - Universidad de Nariño	2	1	
Centro de Publicaciones Universidad Eafit	36	30	16
Centro Editorial Universidad Católica de Manizales	3		
Centro Para el Desarrollo y Evaluación Tecnológica de la Facultad de Salud - Universidad del Valle	1		2
Cidar - Fac. Artes Universidad Nacional		1	
Consejo Nacional para la Educación en Trabajo Social			1
Corporación Autónoma Universitaria de Manizales	25	19	1
Corporación Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia		1	1
Corporación Ciudad Centro de Estudios Urbanos		1	
Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria Corpoica Ecorregiones Orinoquia-Amazonia		11	21
Corporación Compromiso	9	10	6
Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar		8	3
Corporación Llanos de Colombia	1		
Corporación para la Gestión del Conocimiento Asesores del 2000			1

COLOMBIA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Corporación Taller Prodesal		1	
Corporación Universitaria Autónoma de Occidente	14	4	14
Corporación Universitaria de Boyacá	1		
Corporación Universitaria de Ciencias Aplicadas y Ambientales - U.D.C.A.	11	5	6
Corporación Universitaria de Ibagué	2	9	9
Corporación Universitaria del Caribe		5	3
Corporación Universitaria del Sinú	2	3	1
Corporación Universitaria Lasallista		2	
Corporación Universitaria Minuto de Dios	9	5	4
Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar		1	13
Departamento de Publicaciones Universidad de San Buenaventura	1		6
Departamento de Publicaciones Universidad de San Buenaventura Cali	7	3	2
Ediciones el Bosque	12	4	9
Ediciones Uniatlántico	2		3
Ediciones Uninorte	19	38	22
Editorial Pontificia Universidad Javeriana	112	101	84
Editorial Universidad de Antioquia	92	129	81
Editorial Universidad Nacional		2	
Escuela Colombiana de Ingeniería	4	4	12
Escuela de Administración de Negocios	4	1	5
Escuela Normal Superior de Florencia	1		
Escuela Superior de Administración Pública	24	2	4
Facultad de Artes Universidad Nacional de Colombia	2	2	4
Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional			1
Facultad de Ciencias Humanas - Universidad Nacional	4	2	13
Fondo de Empleados Universidad Libre	1		
Fondo Editorial Universidad de Manizales	2	2	5
Fondo Nacional Universitario Auxiliar del Coop.	4	3	2
Fundación General de la Universidad de Salamanca Sede Colombia	2	3	
Fundación Universidad Central	19	3	1
Fundación Universidad de la Sabana	16	8	2
Fundación Universitaria Boyacá	8	11	2
Fundación Universitaria CEIPA	1		
Fundación Universitaria del Area Andina		8	
Fundación Universitaria Luis Amigó - Medellín	5	8	8
Fundación Universitaria Luis Amigó - Palmira	1		1
Fundación Universitaria San Alfonso	2		1
Fundación Universitaria San Martín	3		
Instituto Tecnológico Metropolitano	4	13	13

COLOMBIA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional		1	
Universidad Tecnológica Vicente Pérez Rosales		1	2
Uvirtual S.A.		1	
Politécnico Grancolombiano Institución Universitaria	3		10
Pontificia Universidad Javeriana - Cali	36	9	6
Unidad Central del Valle del Cauca	12	15	5
Universidad Antonio Nariño	3	1	
Universidad Autónoma de Bucaramanga	12	6	11
Universidad Autónoma de Colombia	2	5	3
Universidad Autónoma del Caribe			2
Universidad Autónoma Latinoamericana	4		
Universidad Católica de Colombia	1	4	
Universidad Católica de Oriente		1	1
Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca	1	8	2
Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario	18	15	28
Universidad Cooperativa de Colombia	45	4	18
Universidad Cooperativa de Colombia - Seccional Barrancabermeja		1	
Universidad de Caldas	29	27	32
Universidad de Cartagena	1		3
Universidad de Córdoba			1
Universidad de la Amazonía	5	3	7
Universidad de la Guajira	2	2	1
Universidad de la Salle	10	4	8
Universidad de Los Andes	25	45	33
Universidad de los Llanos	8	2	4
Universidad de Medellín			5
Universidad de Nariño	8	9	10
Universidad de Pamplona	4	2	1
Universidad de Sucre		3	
Universidad del Cauca	14	6	29
Universidad del Magdalena	7	18	63
Universidad del Meta	1	1	1
Universidad del Quindío			9
Universidad del Tolima Centro Operativo de Comunicaciones y Medios	3	4	2
Universidad del Valle - Facultad de Humanidades	46	53	90
Universidad Distrital Francisco José de Caldas	36	33	43
Universidad Externado de Colombia	83	143	114
Universidad Francisco de Paula Santander		6	

COLOMBIA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Universidad Francisco de Paula Santander - Ocaña		10	
Universidad ICESI	10	10	6
Universidad Incca			2
Universidad Industrial de Santander	24	17	10
Universidad Jorge Tadeo Lozano	6	11	11
Universidad la Gran Colombia	8	2	24
Universidad la Gran Colombia Armenia	3		
Universidad Libre - Bogotá	4	4	8
Universidad Libre - Cali	17	10	34
Universidad Libre - Pereira	1	2	1
Universidad Libre del Socorro	3	1	
Universidad Manuela Beltrán	1	1	2
Universidad Militar Nueva Granada	2	1	10
Universidad Nacional - Leticia		1	1
Universidad Nacional - Sede Medellín	14	12	30
Universidad Nacional Abierta y a Distancia	92	35	
Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira	3		10
Universidad Nacional de Colombia - UNIBIBLOS	134	93	137
Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Medicina, Departamento de Terapias	1		1
Universidad Nacional de Colombia-Programa de Fortalecimiento de la Capacidad Cie			2
Universidad Nacional de Manizales	12	4	5
Universidad Pedagógica Nacional	25	11	31
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	8	11	10
Universidad Piloto de Colombia	5	1	9
Universidad Pontificia Bolivariana	26	45	42
Universidad Pontificia Bolivariana - Bucaramanga		1	4
Universidad Popular del Cesar		9	5
Universidad San Buenaventura - Cartagena	1	5	4
Universidad San Buenaventura Medellín	6	3	17
Universidad Santiago de Cali	21	1	11
Universidad Santo Tomás - Seccional Bucaramanga.	1	8	3
Universidad Santo Tomás de Aquino	7	17	20
Universidad Sergio Arboleda	18	17	15
Universidad Surcolombiana	11	12	22
Universidad Tecnológica de Pereira	28	9	15
Universidad Tecnológica del Chocó	5	1	4

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

COSTA RICA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Ambientico Ediciones		1	
Cemede			1
Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza	32	3	7
Centro de Información Documental, Facultad de Ciencias Sociales	1		
Centro de Información Tecnológica, Instituto Tecnológico de Costa Rica	1	2	3
Centro de Investigación y Docencia en Educación	2	1	
Confederación Universitaria Centroamericana	4		
Coordinación de Investigación, Sede de Occidente, Universidad de Costa Rica	2	2	
División de Educología de la UNA	3	1	1
Editorial de la Universidad de Costa Rica	92	147	72
Editorial Universidad Estatal a Distancia	126	51	76
Editorial Veritas			1
Escuela de Agricultura de la Región Trópical Húmeda	2		
Escuela de Ingeniería Forestal del Instituto Tecnológico de Costa Rica	1		
Escuela de Ingeniería Mecánica			1
Facultad de Ciencias Sociales. UNA	1		
Facultad de Filosofía y Letras.UNA	5	4	5
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales	9	6	7
Fundación Universidad Nacional	9	7	5
Herbario Juvenal Valerio Rodríguez	1		
Instituto de Estudios del Trabajo - UNA	3	2	2
Instituto de Investigación en Educación	1		5
Instituto de Investigación y Servicios Forestales	2	2	
Instituto de Investigaciones Psicológicas		2	2
Instituto de Investigaciones Sociales. Universidad de Costa Rica			1
Instituto Estudios de la Mujer	2	1	
Instituto Regional de Estudios en Sustancias Tóxicas			3
Observatorio Vulcanológico y Sismológico de Costa Rica-UNA			1
Sección de Impresión del SIEDIN	5	19	9
Taller de Publicaciones del Instituto Tecnológico de Costa Rica			3
UNITEC	5		
Universidad para la Cooperación Internacional	1	3	
Universidad Autónoma de Centro América	4		
Universidad de la Salle			2
Universidad Interamericana de Costa Rica	1	1	
Universidad Nacional	31	11	13
Universidad para la Paz	3	3	8
Vicerrectoría de Investigación, Universidad de Costa Rica		1	

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

CUBA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Centro de Estudios Demográficos	3	1	3
EDICENSA	3	2	
Ediciones UO		39	
Editorial CUJAE	8	16	17
Editorial Feijóo	31	17	
Editorial Félix Varela	6	26	15
Editorial Páginas			2
Editorial Universitaria	27	58	
Instituto Nacional de Ciencias Agrícolas	1	3	2
Liliana (Instituto de Investigaciones Hortícolas "Liliana Dimitrova")	2	3	

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

ECUADOR	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Corporación de promoción Universitaria Universidad San Francisco de Quito	1	2	3
Ediciones Universitarias U(niversidad Politécnica Salesiana			4
Escuela Politécnica del Ejército Sede Latacunga			2
Espe-cecai Centro de Transferencia y Desarrollo Tecnológico		1	
ESPOL - CENTRO DIFUSIÓN Y PUBLICACIONES			11
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR	2	16	9
UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR, SEDE ECUADOR	12	32	20
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL			3
UNIVERSIDAD DE CUENCA	14	17	14
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO	5	3	6
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		1	4
UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS			1
UNIVERSIDAD DEL AZUAY			1
UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ			2
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA			3
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA	12	16	89

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

EL SALVADOR	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Editorial Delgado		2	
Editorial e Imprenta Universitaria		2	11
Instituto de Formación y Recursos Pedagógicos, Universidad de El Salvador		2	
UCA Editores	21	41	25
UFG Editores			1
Universidad Tecnológica de El Salvador	6	2	3

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

GUATEMALA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Editorial Universitaria, USAC	26	7	15
Universidad Rafael Ladívar	22	19	12

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

HONDURAS	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Centro de Diseño, Arquitectura y Construcción		1	
Dirección Post Grado, Universidad Pedagogica Nacional Francisco Morazán	1		
Fondo Editorial Universidad Pedagogica	2	7	
Fondo Editorial de la UPNFM	3		1
Fondo Editorial Universidad Pedagógica Nacional	3	7	5
Postgrado Latinoamericano en Trabajo Social / Maestría en Demografía Social			16

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

MEXICO	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Instituto de Administración Pública del Estado de México, A.C.	6		2
Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa	2		
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	2		
Universidad Anáhuac del Sur, A.C.		6	5
Universidad Autonoma de Baja California			6
Universidad Autonoma de Chapingo			1

Fuente: Biblioteca Nacional de México

MEXICO	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Universidad Autónoma de Chapingo	38	19	
Universidad Autónoma de Chiapas	5		5
Universidad Autónoma de Guadalajara	69	96	27
Universidad Autónoma de México	43	122	138
Universidad Autónoma de Yucatán	10		9
Universidad Autónoma Metropolitana	60	52	13
Universidad de Ciencias y Artes del Estado de Chiapas	2	2	
Universidad de Guadalajara	8	1	
Universidad de las Américas-Puebla.			3
Universidad Madero	1		
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo			1
Universidad Nacional Autónoma de México	674	31	6

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

TÍTULOS ENTREGADOS AL DEPÓSITO LEGAL POR PARTE DE LAS UNIVERSIDADES MEXICANAS (2002-2004)		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2003	2004
Benemérita Universidad de Puebla	8	10
El Colegio de México	46	34
Escuela Libre de Derecho	9	
Escuela Nacional de Antropología e Historia		6
Escuela Superior de Administración de instituciones	1	1
Instituto Politécnico Nacional	6	7
Instituto Tecnológico Autónomo de México	3	2
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente	9	2
Universidad Anáhuac del Sur	18	5
Universidad Autónoma de Aguascalientes	14	9
Universidad Autónoma de Baja California	10	
Universidad Autónoma de Baja California Sur		9
Universidad Autónoma de Campeche	18	19
Universidad Autónoma de Chapingo	74	12
Universidad Autónoma de Chihuahua		72

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

TÍTULOS ENTREGADOS AL DEPÓSITO LEGAL POR PARTE DE LAS UNIVERSIDADES MEXICANAS (2002-2004)		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2003**	**2004**
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	5	14
Universidad Autónoma de Nayarit	46	
Universidad Autónoma de Nuevo León	18	
Universidad Autónoma de Sinaloa	4	
Universidad Autónoma de Tlaxacala	1	
Universidad Autónoma de Yucatán	35	
Universidad Autónoma de Querétaro	12	1
Universidad Autónoma del estado de Morelos	2	
Universidad Autónoma Metropolitana . Unidad Azacapotzalco	105	28
Universidad Autónoma Metropolitana. Plantel Iztapalapa	52	9
Universidad Autónoma Metropolitana. Plantel Xochimilco	107	36
Universidad de Colima	9	
Universidad de Guadalajara	153	68
Universidad de Guanajuato	6	35
Universidad de la Ciudad de México	27	6
Universidad de Sonora	27	9
Universidad Iberoamericana. Plantel Ciudad de México	19	47
Universidad Iberoamericana. Plantel Puebla		72
Universidad Intercontinental	2	2
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	1	4
Universidad La Salle	2	
Universidad Michoacana de San Nicolás Hidalgo	7	4
Universidad Nacional Autónoma de México	694	736
Universidad Pedagógica Nacional	29	14
Universidad Veracruzana	35	48
TOTAL	**1605**	**1321**

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

NICARAGUA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Área de Publicaciones del Instituto Centroamericano de Estudios Penales de la Universidad Politécnica de Nicaragua			3
Editorial de Ciencias Sociales INIES	2		
Editorial Universitaria	6	9	9
Editorial Universitaria UNAN-Managua			1
Editorial-Imprenta UCA	1		2
Instituto de Historia de Nicaragua y Centroamérica	9	4	5
UNAN-Managua, Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades			2
Universidad Centroamericana. Facultad de Ciencias Jurídicas			1
Universidad de la Región Autónoma de la Costa Caribe de Nicaragua		11	7
Universidad Nacional de Ingeniería			1

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

PANAMÁ	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Editorial Universitaria "Carlos Manuel Gasteazoro"	14	15	9
Universidad de Panamá	1	3	1
Universidad Especializada de las Américas		1	
Universidad Tecnológica de Panamá	7	9	10

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

PARAGUAY	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Centro de Publicaciones de la Universidad Católica	7	14	
Centro Interdisciplinario de Derecho Social y Economia Politica de la Universidad Catolica	2		1
Universidad Americana			4
Universidad Autónoma de Asunción	1	1	1
Universidad Catolica - Biblioteca Pablo VI		1	

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

PERÚ	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Asociación Pro Derechos Humanos	1		2
Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial	67	102	56
Pontificia Universidad Católica del Perú. Dirección Académica de Proyección			1
Pontificia Universidad Católica del Perú. Facultad de Educación			1
Pontificia Universidad Católica del Perú. Instituto Riva Agüero	3	4	3
Universidad Alas Peruanas	3	6	3
Universidad Antonio Ruiz de Montoya			1
Universidad Católica San Pablo	1		3
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo		1	
Universidad Católica Sedes Sapientiae	2	2	8
Universidad Científica del Sur		1	
Universidad de Lima. Fondo de Desarrollo Editorial	17	20	10
Universidad de Piura	11	12	12
Universidad de San Martín de Porres		1	7
Universidad de San Martín de Porres. Facultad de Ciencias de la	9	12	13
Universidad de San Martín de Porres. Facultad de Ingeniería y Arquitectura	4	4	6
Universidad del Pacífico	38	35	24
Universidad Femenina del Sagrado Corazón			4
Universidad Inca Garcilaso de la Vega	5	2	2
Universidad Marcelino Champagnat		2	
Universidad Nacional Agraria La Molina. Facultad de Ciencias Forestales		2	2
Universidad Nacional Agraria La Molina	2	1	2
Universidad Nacional de Cajamarca		2	5
Universidad Nacional de Ingeniería			1
Universidad Nacional de Ingeniería. Facultad de Arquitectura, Urbanismo y		4	2
Universidad Nacional de Ingeniería. Facultad de Ciencias			2
Universidad Nacional de Ingeniería. Proyecto Historia UNI	1	1	
Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga	1		
Universidad Nacional de Trujillo	1	8	8
Universidad Nacional del Centro del Perú		1	
Universidad Nacional Federico Villarreal		4	5
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Biblioteca Central "Pedro Zulen"	2	1	1
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Centro Preuniversitario	3		
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Ciencias Económicas			1

PERÚ	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Ciencias Matemáticas			1
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Ciencias Sociales		1	8
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Letras y Ciencias Humanas		2	3
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Medicina	3	1	2
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Psicología		4	1
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Fondo Editorial	42	39	28
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Museo de Arqueología y Antropología			1
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Seminario de Historia Rural Andina	7	16	11
Universidad Peruana Cayetano Heredia	2	4	4
Universidad Peruana Cayetano Heredia. Facultad De Educación	2		
Universidad Peruana Cayetano Heredia. Facultad de Medicina Alberto Hurtado		1	
Universidad Peruana Cayetano Heredia. Facultad de Salud Pública y Administración Carlos Vidal Layseca		1	1
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	6	20	18
Universidad Peruana Unión. Ediciones Theologika	1	1	3
Universidad Privada del Norte			1
Universidad Ricardo Palma. Centro de Investigación			1
Universidad Ricardo Palma. Editorial Universitaria	21	24	24
Universidad Ricardo Palma. Facultad de Lenguas Modernas	2		
Universidad Ricardo Palma. Instituto de Ciencia y Tecnología		1	
Universidad San Cristobal de Huamanga	1		1
Universidad San Ignacio de Loyola			6

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

REPÚBLICA DOMINICANA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
(No usar) Editora UASD		6	4
(no usar) PUCMM (Pontifica Universidad Católica Madre y Maestra)	4	4	1
Editora UASD	2	1	
Editora Universitaria	14	11	29
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales	3		
Instituto Tecnológico de Santo Domingo	16	8	5
UNIBE Universidad Iberoamericana	3	4	6
Universidad Adventista Dominicana			1

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

VENEZUELA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Cendes - Universidad Central de Venezuela -		1	6
Centro Interamericano de Desarrollo e Investigación Ambiental y Territorial -ULA-	6	2	
Editorial de La Universidad del Zulia	18	21	25
Equinoccio, Ediciones de La Universidad Simón Bolívar	4	4	2
Fondo Editorial de la Universidad Nacional Experimental del Táchira	1		
Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador	31	12	7
Fondo Editorial Universidad Nacional Experimental de Los Llanos Ezequiel Zamora	6	4	7
Fundación Colegio Universitario de Caracas		3	
Fundación Universidad Metropolitana		1	1
Fundación Universitaria "Cecilio Acosta"		2	
Instituto Pedagógico de Miranda "José Manuel Siso Martínez"			1
Ministerio de Educación Superior. Consejo Nacional de Universidades. Oficina de Planificación del Sector Universitario		7	28
Universidad Bolivariana de Venezuela		1	
Universidad Católica Andrés Bello	38	14	41
Universidad Católica Cecilio Acosta	11	5	13
Universidad Católica del Táchira		2	
Universidad Central de Venezuela	138	49	92
Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado	3		2
Universidad de Carabobo	14	24	19
Universidad de Los Andes	76	51	76
Universidad de Oriente	6	10	5
Universidad Metropolitana	4	1	14
Universidad Monteávila			2
Universidad Nacional Abierta	5	1	4
Universidad Nacional Ex. Llanos Central Rómulo Gallegos	3	1	1
Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda		4	4
Universidad Nacional Experimental del Yaracuy			4
Universidad Nacional Experimental Marítima del Caribe			2
Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt			1
Universidad Nacional Simón Rodríguez			2
Universidad Nororiental Privada "Gran Mariscal de Ayacucho		3	
Universidad Pedagógica Experimental Libertador		11	13
Universidad Rafael Belloso Chacín	11	5	4

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

PROPUESTA ESQUEMA METODOLÓGICO PARA ABORDAR UN ESTUDIO SOBRE LAS PUBLICACIONES DE LAS UNIVERSIDADES POR ÁREAS TEMÁTICAS

Nos aparece de interés comenzar a profundizar el estudio de la producción universitaria desde las diferentes perspectivas del conocimiento.

El estudio especializado permitiría focalizar mejor los recursos de apoyo desde las universidades con el objeto de no solo diagnosticar la producción especializada, sino su efectiva divulgación y uso.

PASOS METODOLÓGICOS:

A. Identificación de las universidades que publican sobre un tema. Para este esquema hemos escogido Economía.

   A continuación presentamos el cuadro resumen de las universidades o facultades de economía que registraron títulos de economía en el sistema ISBN en el 2004 (el listado detallado se incluye más adelante)

CANTIDAD DE UNIVERSIDADES (O FACULTADES) QUE REGISTRARON TÍTULOS DE ECONOMÍA EL EL 2004

PAIS	2004
Argentina	27
Bolivia	2
Brasil	26
Chile	6
Colombia	28
Costa Rica	9
Cuba	2
Ecuador	6
El Salvador	2
Guatemala	1
Honduras	1
Nicaragua	2
Perú	11
Republica Dominicana	1
Venezuela	4
Total	**128**

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

B. Se identifica la cantidad de títulos publicados. La cantidad de títulos además de ser un indicativo del volumen de producción servirá como un elemento de control para verificar dentro de las universidades su efectiva producción. Se conoce que no todos los títulos son registrados en el sistema ISBN.

CANTIDAD DE TÍTULOS DE ECONOMÍA REGISTRADOS POR LAS UNIVERSIDADES			
PAIS	**2002**	**2003**	**2004**
Argentina	53	50	68
Bolivia	1	2	4
Brasil	60	49	35
Chile	14	6	7
Colombia	94	59	56
Costa Rica	23	25	20
Cuba	9	9	3
Ecuador	4	7	10
El Salvador		5	3
Guatemala	1	1	1
Honduras		1	1
Mexico	14	1	
Nicaragua	1	1	2
Panamá		2	
Paraguay	1		
Perú	20	19	22
Republica Dominicana	2	4	1
Venezuela	17	4	8
Total	**314**	**245**	**241**

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

C. Se elabora el listado de títulos con el nombre del título, país de publicación, año de publicación, autor (con nacionalidad), páginas y tipo de presentación.

D. Se establece contacto con el decano de economía y con el director del centro de investigaciones económicas de la facultad para que indiquen quién es la persona encargada de las publicaciones de economía. Se entra en contacto con la dirección de la editorial universitaria de la Universidad (si la hay).

E. Con las personas señaladas se identifica si el listado corresponde a la realidad una vez cotejado con los catálogos y listados de publicaciones.

F. Una vez establecidas las diferencias se genera un listado para ser confrontado por los profesores y alumnos de la facultad con las siguientes preguntas para cada título:

- ¿Ha leído el libro?

- Tiene referencias de este.

- ¿Conoce al autor?

- Por el tema, ¿le interesaría leer el libro?

G. Se revisa el listado con el fondo bibliográfico disponible en la biblioteca de la facultad y en el de la biblioteca de la Universidad.

H. Se consolida la información sobre disponibilidad del libro en los fondos, conocimiento y uso del mismo por parte de estudiantes y profesores a nivel local, nacional e internacional.

I. Se elabora un catálogo especializado sobre la produción de Economía en las universidades.

TÍTULOS DE ECONOMÍA REGISTRADOS POR UNIVERSIDAD 2002-2004

ARGENTINA	TOTAL TITULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
De la UNLa - Universidad Nacional de Lanús		1	
EDUCO - Univ. Nacional del Comahue		4	4
EDUNAM - Editorial Universitaria de las Univ. Nacional de Misiones	2	3	1
Nueva Editorial Universitaria - U.N.S.L.			1
Pontificia Universidad Católica Argentina	1		
Univ. Adventista del Plata	1		
Univ. Argentina de la Empresa - UADE	5	3	10
Univ. Austral	3	1	1
Univ. Católica Argentina		7	1
Univ. Católica de Córdoba			1
Univ. Católica de Cuyo			1
Univ. de Bologna			1
Univ. de Buenos Aires	8	8	6
Univ. del CEMA	1	1	3
Univ. del Norte Santo Tomás de Aquino - UNSTA			1
Univ. del Salvador		2	
Univ. Nacional de Catamarca	1	1	3
Univ. Nacional de Córdoba	6		4
Univ. Nacional de Cuyo	2	1	
Univ. Nacional de Entre Ríos	1		
Univ. Nacional de General Sarmiento		2	1
Univ. Nacional de Jujuy - Universitaria de Jujuy	2		4
Univ. Nacional de la Patagonia San Juan Bosco		1	1
Univ. Nacional de La Plata	1		2
Univ. Nacional de Lomas de Zamora			1
Univ. Nacional de Mar del Plata	1	1	2
Univ. Nacional de Quilmes	3		
Univ. Nacional de Río Cuarto	7		3
Univ. Nacional de Rosario	2	3	6
Univ. Nacional de Salta		1	
Univ. Nacional de San Juan		3	2
Univ. Nacional de Tucumán		1	2
Univ. Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires		1	1
Univ. Nacional del Litoral	3	1	1
Univ. Nacional del Nordeste	1	1	
Univ. Nacional del Sur - Ediuns	2	1	4
Univ. Tecnológica Nacional		1	
Universitaria de La Plata		1	

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

BOLIVIA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Proyecto de Mejoramiento de Formación en Economía	1	2	3
Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra			1

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

BRASIL	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Area De Publicacoes/Uncamp			1
Argos-Editora Universitaria		1	
Caen			1
Clio Edicoes		1	
Coppe/Ufrj	1	2	1
Cpea		1	
Ediupf	6		
Educs	1		
Edufba	1	1	
Eduff	1		
Edufpa	1		1
Edufrgs		7	
Edufro	5		
Edufscar	1		
Edunic			1
Eduniplac	1		1
Edunisc	4	2	4
Edusp	3	2	3
Facef	1		
Faculdade De Filosofia		1	
Fasa		1	
Fce/Ufba		1	
Fcl-Unesp	3	1	
Franca/Unesp	1		
Fundap	1	1	
Fundunesp	4	5	2
Furb	1		1
Ie/Unicamp		2	1
Imprensa Universitaria-Ufc	2		
Irt/Puc-Minas	1		

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

BRASIL	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Itcp/Copee/Ufrj	1	1	
Mackenzie	1		
Nisam/Esp/Usp	1		
Numa/Ufpa		2	
Proec/Ufpr	1		
Programa De Mestrado Economia			1
Ucdb-Univer Catolic Dom Bosco		1	1
Ucg	1	1	
Uea Editora		1	
Uel	1		
Uesb			1
Ufal			1
Ufg/Editora			1
Ufma	1		
Ufmg/Editora	1	2	
Ufms-Mudou De Faixa		1	
Ufmt		1	1
Ufpe	1	1	1
Ufsc/Dept. De Economia	1	1	
Ufu/Editora		1	
Ufv/Editora		1	2
Ugf		1	
Ulbra			1
Unati/Uerj-Univ.Aberta 3.Idade			1
Unb	2	1	
Unesc		1	
Uniabc		1	
Unicamp	2		1
Unicruz/Centro Grafico	1		
Unifacs	1		
Unijui/Fidene	5		3
Unioeste Campus Francisco Belt			1
Unisinos			1
Univali		1	
Universidade Estadual Londrina			1

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

CHILE	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Centro de Ciencias Ambientales EULA-Chile. Universidad de Concepción	1		
Dirección de Docencia Universidad de Concepción			1
Ediciones Universidad Católica del Norte	2		
Ediciones Universidad del Bío-Bío	1		
Ediciones Universitarias de la Universidad Católica de Valparaíso		1	
Pontificia Universidad Católica de Chile	2		
Universidad Bolivariana	1		
Universidad Católica del Maule		1	
Universidad de Antofagasta		2	1
Universidad de Chile	1		1
Universidad de La Frontera			1
Universidad de Los Lagos	3	1	2
Universidad de Playa Ancha de Ciencias de la Educación	1		
Universidad de Santiago			1
Universidad Diego Portales	1	1	
Universidad Tecnológica Metropolitana	1		

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

COLOMBIA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Centro de Publicaciones - Universidad de Nariño	1		
Corporación Autónoma Universitaria de Manizales	1		
Corporación Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia		1	
Corporación Compromiso	6	2	
Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar		8	1
Corporación Universitaria de Ciencias Aplicadas y Ambientales - U.D.C.A.		1	
Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar			1
Ediciones el Bosque	1		
Ediciones Uninorte	2		4
Editorial Pontificia Universidad Javeriana	15	8	3
Editorial Universidad de Antioquia		2	
Escuela de Administración de Negocios			1
Escuela Superior de Administración Pública	3		
Fondo Editorial Universidad de Manizales			1
Fondo Nacional Universitario Auxiliar del Coop.	3	1	
Fundación Universidad Central	3		
Fundación Universidad de la Sabana	1		
Pontificia Universidad Javeriana - Cali	3		

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 200nte: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

COLOMBIA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Unidad Central del Valle del Cauca		2	
Universidad Autónoma de Bucaramanga	1		2
Universidad Autónoma Latinoamericana	1		
Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario			1
Universidad Cooperativa de Colombia	1		2
Universidad de Cartagena			1
Universidad de los Andes	2	4	2
Universidad de los Llanos	2		1
Universidad de Nariño		1	
Universidad del Cauca			1
Universidad del Quindío			2
Universidad del Tolima Centro Operativo de Comunicaciones y Medios	1		1
Universidad del Valle - Facultad de Humanidades	1		
Universidad Distrital Francisco José de Caldas	3	1	2
Universidad Externado de Colombia	9	8	4
Universidad ICESI			2
Universidad Industrial de Santander	12	1	
Universidad Jorge Tadeo Lozano		2	2
Universidad la Gran Colombia			2
Universidad Libre - Bogotá		1	
Universidad Libre - Cali			1
Universidad Nacional - Sede Medellín	2		1
Universidad Nacional Abierta y a Distancia	3	1	
Universidad Nacional de Colombia - UNIBIBLOS	6	10	11
Universidad Nacional de Manizales	1	1	
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	1		
Universidad Piloto de Colombia			1
Universidad Pontificia Bolivariana	1		
Universidad Popular del Cesar		2	
Universidad Santiago de Cali	2		1
Universidad Sergio Arboleda	3	1	2
Universidad Surcolombiana	2	1	2
Universidad Tecnológica de Pereira	1		1

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

COSTA RICA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Cemede			1
Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza	6		2
Coordinación de Investigación, Sede de Occidente, Universidad de Costa Rica		1	
Editorial de la Universidad de Costa Rica	4	12	6
Editorial Universidad Estatal a Distancia	6	4	5
Facultad de Filosofía y Letras.UNA		1	1
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales	1		1
Fundación Universidad Nacional	1	1	2
Instituto de Estudios del Trabajo - UNA	1	1	
Universidad para la Cooperación Internacional	1	3	
Universidad Nacional	1	2	1
Universidad para la Paz	2		1

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

CUBA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Ediciones UO		2	
Editorial CUJAE		1	
Editorial Feijóo	2	4	
Editorial Félix Varela	6		2
Editorial Páginas			1
Editorial Universitaria	1	2	

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

ECUADOR	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
ESPOL - CENTRO DIFUSIÓN Y PUBLICACIONES			1
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR			1
UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR, SEDE ECUADOR		1	2
UNIVERSIDAD DE CUENCA	1	1	1
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO	3	2	2
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL			3
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA		3	

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

EL SALVADOR	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Editorial e Imprenta Universitaria		1	
UCA Editores		2	1
Universidad Tecnológica de El Salvador		2	2

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

GUATEMALA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Universidad Rafael Ladívar	1	1	1

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

HONDURAS	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Fondo Editorial Universidad Pedagógica Nacional		1	1

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

MÉXICO	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Universidad Autónoma de Chapingo	1		
Universidad Autónoma de Guadalajara	1	1	
Universidad Autónoma de Yucatán	1		
Universidad Autónoma Metropolitana	1		
Universidad Nacional Autónoma de México	10		

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

NICARAGUA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Editorial de Ciencias Sociales INIES	1		
Universidad de la Región Autónoma de la Costa Caribe de Nicaragua		1	1
Universidad Nacional de Ingeniería			1

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

PANAMÁ	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Universidad Tecnológica de Panamá		2	

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

PARAGUAY	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	**2002**	**2003**	**2004**
Centro de Publicaciones de la Universidad Católica	1		

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

PERÚ	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial	3	4	2
Universidad Católica Sedes Sapientiae			1
Universidad de Lima. Fondo de Desarrollo Editorial	1		1
Universidad de Piura		2	1
Universidad de San Martín de Porres			1
Universidad de San Martín de Porres. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología		1	
Universidad de San Martín de Porres. Facultad de Ingeniería y Arquitectura	1		2
Universidad del Pacífico	12	10	10
Universidad Nacional de Ingeniería			1
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Ciencias Económicas			1
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Fondo Editorial	2	1	
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	1	1	1
Universidad San Ignacio de Loyola			1

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

REPÚBLICA DOMINICANA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
PUCMM (Pontifica Universidad Católica Madre y Maestra)	1		1
Editora Universitaria		1	
Instituto Tecnológico de Santo Domingo	1	3	

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

VENEZUELA	TOTAL TÍTULOS		
UNIVERSIDAD QUE EDITA	2002	2003	2004
Centro Interamericano de Desarrollo e Investigación Ambiental y Territorial -ULA-	1		
Editorial de La Universidad del Zulia	2	3	4
Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador	1		
Universidad Católica Andrés Bello	4		1
Universidad Central de Venezuela	3	1	2
Universidad de Carabobo			1
Universidad de los Andes	4		
Universidad Rafael Belloso Chacín	2		

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005

BIBLIOGRAFÍA

Careaga Covarubias, Virginia: ***Producción editorial en las universidades mexicanas***. Anuies, Sep, Iesalc. Presentado en el Seminario "La educación Superior en México" en México D.F. el 30 de marzo de 2004.

Córdoba Restrepo, Juan Felipe, ***et al.: Balance de la actividad editorial universitaria en Colombia 1998-2002*** Asociación de Editoriales Universitaria de Colombia, Aseuc y Asociación Colombiana de Universidades, Ascun. Bogotá, septiembre 2003.

Larrea, Marcelo: ***Situación y perspectivas de las editoriales universitarias en el Ecuador, un estudio exploratorio***. Programa Observatorio de la Ecuación Superior en América Latina, Iesalc-Unesco.

Liriano, Alejandra ***et al. Políticas editoriales universitarias, Instituto Tecnológico de Santo Domingo***-Intec- Centro de la Educación Superior, Dominicana Octubre 2003.

Marques Neto, José Castillo *Prof. Dr.: Editoras universtárias brasileras, estudo exploratório* (seguido de Diagnóstico das Editoras Universitárias Brasileiras-ano base 2001) Iesalc-Unesco. Sao Paulo noviembre 2003.

Rodríguez Castellanos, Elsa: ***Situación actual y perspectivas de las editoriales universitarias en Cuba.*** Informe presentado durante el Seminario Internacional "Las Editoriales Universitarias hacia el siglo XXI, América Latina y el Caribe". Ministerio de Educación Superior, Cuba 2004.

Sapag Chain, Reinaldo; Mobarec Hasbún, Paula: ***Informe sobre la situación y perspectivas de las editoriales universitarias en Chile***, Iesalc-Unesco, Chile Octubre 2003.

De Sagastizábal, Leandro: ***Informe sobre la situación y perspectivas de las Editoriales universitarias en Argentina,*** IES/2002/ED/PI/7 Unesco. Diciembre 2002

Rosalba Ardila; Richard Uribe Schroeder, ***Metodologías para la realización de estudios estadísticos del libro,*** Cerlalc,2003

Salazar Ferro, Jorge: ***El Cerlalc y el desarrollo de las editoriales universitarias,*** Ponencia presentada por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe en la Reunión Internacional "Reflexión sobre nuevos roles de la educación superior a nivel mundial" el 2 y 3 de mayo de 1991 en Caracas.

Secretaría Permanente CSUCA (Medina, Guerra, Efraín: Secretario General), ***Situación de las Editoriales Universitarias en América Central,*** Instituto de Educación Superior para América Latina y el Caribe Iesalc-Unesco, Guatemala 16 de diciembre de 2002

Sierra, Jorge Alfonso: ***Manual de gestión y mercadeo para editoriales universitarias.*** Coedición Latinoamericana de editoriales universitarias, CERLALC, 1991.

Uribe Schroeder, Richard: ***Producción y comercio exterior del Libro en América Latina 2003.*** Cerlalc-Unesco. 2005.

ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

LEANDRO DE SAGASTIZÁBAL

Con la colaboración de Dolores Rubio y de Ariana González Soro

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de carácter comparativo tiene como objetivo esencial establecer semejanzas y diferencias en el mercado editorial universitario de América Latina y el Caribe, a partir de los informes nacionales y subregionales elaborados en el marco del Programa del Observatorio de la Educación Superior del Instituto de Educación Superior para América Latina y el Caribe, Iesalc/Unesco (Caracas, Venezuela). Los mismos fueron presentados en el seminario internacional Las Editoriales Universitarias hacia el Siglo xxi, América Latina y el Caribe, organizado por el Iesalc/Unesco y la Editorial Universitaria de Buenos Aires, Eudeba, durante la 30a Feria Internacional del Libro de Buenos Aires.

Este informe se propone, además, realizar un diagnóstico que permita destacar las facilidades y oportunidades para el desarrollo futuro del sector, como también, detectar las dificultades y los obstáculos que encuentra. Se espera que el aporte de información significativa y estratégica contribuya al crecimiento global de la producción y circulación de los bienes editoriales y que favorezca la creciente profesionalización de la actividad.

Los estudios de caso provenientes de Argentina, Bolivia, Brasil, América central (que comprende los resultados de Guatemala, Belice, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá), Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, República Dominicana, Uruguay y Venezuela son la base del análisis[31]; a continuación se ofrecen los datos de estos estudios que pueden hallarse para su consulta y descarga en línea[32]:

América central	Efraín Medina Guerra, Situación de las editoriales universitarias en América Central, Guatemala, 2002.
Argentina	Leandro de Sagastizábal, Informe sobre la situación y perspectivas de las editoriales universitarias en Argentina, Buenos Aires, diciembre de 2002.
Bolivia	Ingrid Guttentag Mohr, Situación y perspectivas de las editoriales universitarias en Bolivia, s. l., 2004.
Brasil	José Castillo Marques Neto, Editoras universitarias brasileiras: estudo exploratório, San Pablo, noviembre de 2003.

31 A lo largo de este estudio y en numerosas oportunidades, se mencionan los distintos informes. Para evitar redundancias, las notas al pie harán referencia solamente al país de origen del estudio y a la página de origen señalada, ejemplo: Informe chileno, p. 21.

32 Iesalc/Unesco: Instituto Internacional de la Unesco para la Educación Superior en América Latina y el Caribe, Caracas, Venezuela. Ver: http://www.iesalc.unesco.org.ve/ (fecha de última consulta: 30 de noviembre de 2005).

Chile	Reinaldo Sapag Chaín, Informe sobre la situación y perspectivas de las editoriales universitarias en Chile, Santiago de Chile, octubre de 2003.
Colombia	Juan Felipe Córdoba Restrepo, Selma Marken Farley, Stella Valbuena de Fierro, Balance de la actividad editorial universitaria en Colombia, 1998-2002, Santafé de Bogotá, septiembre de 2003.
Cuba	Rodríguez Castellanos, Elsa, Situación actual y perspectivas de las editoriales universitarias en Cuba, s. l., abril de 2004.
República Dominicana	Alejandra Liriano y Marcos Villaman, Políticas editoriales universitarias, Santo Domingo, octubre de 2003.
Ecuador	Marcelo Larrea, Situación y perspectivas de las editoriales universitarias en el Ecuador: un estudio exploratorio, Quito, 2003-2004.
México	Virginia Careaga Covarrubias, Producción editorial en las universidades mexicanas, México, marzo de 2004.
Uruguay	Jorge I. Mascheroni Lemes, Editoriales universitarias en Uruguay, s. l., 2004.
Venezuela	Luis Villarroel, Diagnóstico de las editoriales universitarias en Venezuela, Caracas, marzo de 2004.

Cabe señalar que la forma de abordar la temática y el grado de profundidad y extensión de los distintos estudios es dispar debido a la forma de obtención de la información ya que, para cada uno de ellos, he utilizado alternadamente diversas herramientas: cuestionarios estructurados, cuestionarios abiertos, entrevistas telefónicas o a través de correo electrónico, consultas a sitios web de algunas universidades. No obstante, por ser éste y aquéllos estudios exploratorios, queda abierta la posibilidad de una nueva instancia de reflexión, profundización y contribución entre todos los actores involucrados.

Este estudio tiene los límites propios de una investigación basada en fuentes secundarias, pues como anticipé, se alimenta de los estudios de caso aportados por los distintos países de la región. Y, si bien el propósito inicial fue la obtención de datos comparativos —cuantitativos y cualitativos—, la naturaleza de la información recuperada torna muy difícil este tipo de análisis, en razón de que cada país elaboró y trabajó sobre cuestionarios (entre otras herramientas de abordaje) propios y diferentes. De ahí que el resultado sea difícilmente comparable en términos estadísticos, porque la información que brinda cada estudio no es equiparable ni en su tipo ni en su apertura. No obstante, la confrontación de los datos recopilados, algunas cifras, las opiniones, los antecedentes y puntos de

vista de otros colegas del sector son de gran ayuda para aproximarse a conclusiones sobre tendencias y proyecciones[33] y para dar una apreciación valiosa sobre la situación del sector de las editoriales universitarias.

Además, este informe comparativo se halla constreñido, por un lado, por la predisposición variable de quienes fueron entrevistados para proporcionarme la información. Por el otro, por cierta cuota de voluntarismo de muchos de los consultores que participaron en la realización de los estudios; analistas que se encuentran en la situación compleja de observar las potencialidades de estos proyectos —por la capacidad para producir libros y por la posibilidad de contar con mercados cautivos—, pero que dejan de lado condiciones esenciales para que un proyecto editorial tenga éxito en la actualidad, como lo es una muy fuerte inversión de capitales. Muchos de ellos destacan en esta realidad una gran masa de alumnos matriculados que consumen bibliografía, docentes que son autores y escriben, y deducen a partir de estas circunstancias la existencia de un negocio que tiene un gran potencial, deducción que objetivamente es correcta, pero que deja de lado lo que significa producir libros, ser editor y hacer frente a la demanda de una gran inversión. No es que otros actores no se percaten de este negocio o que nadie perciba este potencial. Ocurre que satisfacer esta demanda publicando los contenidos que en teoría pueden producir estos docentes requiere de una cantidad grande de recursos, que es aquello de lo que carece la región. Esa demanda, analizada prima facie, no toma en cuenta todas las diversidades, los distintos enfoques de las cátedras, su especificidad. Si bien hay muchísimas asignaturas (lo que implica que la matrícula de estudiantes es elevada y que los posibles docentes-autores son numerosos) cada una tiene su mirada y pide su propia bibliografía.

Por último, esta investigación es el producto de mi perspectiva y concepción. Vale la pena recordar, como explica la especialista en metodología Cora Escolar:[34] «La investigación es una práctica necesariamente política, en el sentido de implicar tomas de decisión y modos de argumentación que —aunque racionales y respetuosos de los cánones de la coherencia que algunos gustan llamar lógica—, no por eso dejan de tener como objetivo persuadir a las audiencias de lectores y legitimar posturas teóricas y metodológicas en el campo académico».[35] Así, este estudio es el resultado de mi experiencia de más de tres décadas en la

33 Rescato la propuesta metodológica del libro de A. Romero Romero, Técnicas de investigación editorial: cómo recopilar información para la toma de decisiones editoriales y de mercadeo, Bogotá, Cerlalc, 1993.

34 Muchos de los conceptos vertidos en esta introducción son deudores de las propuestas de esta autora.

35 C. Escolar (comp), Topografías de la investigación: métodos, espacios y prácticas profesionales, Bs.As., Eudeba. 2000, p. 24.

actividad editorial[36] obtenida con el trabajo en el seno mismo de la universidad —como docente, investigador y autor—, y como gerente general de la editorial universitaria emblemática de Argentina, Eudeba; también como directivo —actualmente y en el pasado— de algunas de las editoriales comerciales más reconocidas cuya producción se destina, asimismo, al público universitario.

Finalmente un agradecimiento muy especial a Dolores Rubio y Ariana González Soro, sin cuya ayuda y generosidad en la elaboración del mismo, este trabajo no hubiera sido posible.

36 Leandro de Sagastizábal es actualmente gerente general de Fondo de Cultura Econónica de Argentina. Ha sido gerente general de la Editorial Universitaria de Buenos Aires (Eudeba), y director comercial del Grupo Planeta Argentina, además de gerente de promoción de la distribuidora especializada en publicaciones universitarias, científicas y técnicas Cúspide. Ha publicado varios libros específicos sobre la actividad editorial como El mundo de la edición de libros (Buenos Aires, Paidós, 2002), del que también fue su compilador, La edición de libros en la Argentina (Buenos Aires, Eudeba, 1995) y Diseñar una nación: un estudio sobre la edición en la Argentina del siglo xix (Buenos Aires, Norma, 2002), entre otros. Licenciado en Historia y profesor de la Universidad de Buenos Aires, ha sido director de la carrera de Edición en dicha universidad.

CARACTERIZACIÓN DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS

Es necesario comenzar por definir las características distintivas de las editoriales universitarias de la región. Si bien llegar a una tipificación resulta difícil dada la gran diversidad y asimetría observada en los informes de los que se nutre esta investigación, muchas de sus particularidades son, probablemente, las propias del ámbito académico al que se vinculan las editoriales, o sea de la propia dinámica de las universidades; otras, en cambio, responden a la especificidad del quehacer editorial; las restantes son condiciones comunes a las empresas de cultura de América latina y el Caribe.

Prácticamente todos los informes comienzan proponiendo un encuadre para el concepto editorial universitaria.

Según la perspectiva del informe ecuatoriano, las universidades, como centros de producción y difusión de conocimientos, deben estar en condiciones de constituirse como la principal fuente de producción editorial, para su propio consumo y para el de la sociedad. Su capacidad de generar contenidos de calidad está ligada a su actuación académica; lo que significa que habría un correlato entre sus logros en el terreno de la edición editorial y «la calidad de su ejercicio académico y de la investigación científica que realiza».[37]

En tanto que el profesor René Gotthelf observa: «se trata de organismos universitarios con una función específica profesional: se ocupan de seleccionar, diseñar, publicar, distribuir y promocionar libros o publicaciones periódicas, guiados por las necesidades del ámbito académico y, además, de la sociedad a la que pertenecen». [38]

El concepto de editorial universitaria adoptado por el informe venezolano surge de la obra *La construcción de una capacidad local para la producción de textos universitarios en América Latina*, publicado por Cerlalc,[39] donde se incorpora el objetivo de estas producciones. En él se califica como universitarias a aquellas editoriales que pertenecen a las instituciones de educación superior, que cumplen funciones de edición e impresión y que destinan sus productos culturales para uso académico de las mismas y, también, para sectores extra-universitarios.

El informe mexicano comienza con una cita textual del historiador colombiano y ex

37 Informe ecuatoriano, p. 7.

38 R. Gotthelf, «Visión general de las editoriales universitarias en América latina», ponencia presentada para la apertura del Seminario Internacional Las Editoriales Universitarias hacia el Siglo xxi, América Latina y el Caribe, Buenos Aires, abril de 2004. El profesor René Gotthelf es director de la Editorial de la Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza), fue presidente de la ReUN (Argentina) en varios periodos y vicepresidente regional de Eulac.

39 Á. Facundo, La construcción de una capacidad local para la producción de textos universitarios en América latina, Bogotá, Cerlalc, 1992.

director de Cerlalc, Jaime Jaramillo Uribe: «La editorial universitaria debe ser una empresa, aunque haya nacido del medio universitario y debe cumplir exigencias de racionalidad económica propias de toda compañía si no quiere convertirse en un lastre que tarde o temprano, no podrá ser soportado por la universidad»,[40] y en el mismo sentido adopta la definición de Jorge Alfonso Sierra que considera propio de una editorial universitaria «[…] la actividad de orientar, buscar, obtener, evaluar y seleccionar, para su publicación y posterior difusión, obras académicas válidas, de calidad y rigor científicos, previo análisis de las necesidades del ámbito universitario y de la sociedad a la cual está adscrita, para que respondan a las verdaderas inquietudes de éstas».[41] No obstante, en el mismo estudio, unas líneas describen con pesar la actualidad de las editoriales universitarias mexicanas como dependencias que se empiezan a regir por las leyes de la oferta y la demanda, y a estar sujetas a cuestiones económicas y a presiones por alcanzar —si no rentabilidad— al menos autosuficiencia financiera. Se percibe allí la tensión entre dos paradigmas.

En el documento *Ediciones universitarias: realidad y perspectivas*,[42] su autor, Manuel Loyola, traza el siguiente panorama: «[…] la precariedad de la gestión en que se desenvuelven actualmente buena parte de las ediciones universitarias radica […] en la falta de claridad respecto del sentido y la orientación que las universidades acusan acerca del tema editorial y, segundo, en la aplicación de criterios comerciales reduccionistas o meramente mercantiles, que llevan a que no pocas entidades universitarias desvinculen la tarea editorial de la función social y formativa que, se supone, sustentan como proyecto más general y permanente».[43]

El estudio cubano entiende por editoriales universitarias aquellas que tienen como misión la producción de libros universitarios y otras ediciones para las instituciones de educación superior. Y los fines que persiguen están en total consonancia con los que tienen las instituciones que las albergan: contribución a la producción, difusión y sociabilización de conocimientos, como garantía de la tríada ciencia-tecnología-producción.

40 Informe mexicano.

41 J. A. Sierra, Manual de gestión y mercadeo para editoriales universitarias, Cerlalc, Co-edición regional para el fomento del libro en América latina y el Caribe, Bogotá, 1991. [Este autor también hace mención, en este libro, de la cita precedente].

42 M. Loyola, «Ediciones universitarias: realidad y perspectivas», documento presentado en la Segunda Convención de Editores Universitarios, Santiago de Chile, octubre de 2003. Manuel Loyola es presidente de la Red de Editores Universitarios de Chile (REUSCh).

43 M. Loyola, «Ediciones universitarias: realidad y perspectivas», Segunda Convención de Editores Universitarios, 16 de octubre de 2003, Santiago.

El interés por dilucidar los rasgos que caracterizan a una editorial universitaria obedece no solo a razones de índole metodológicas sino, también, a que es deseable que las editoriales universitarias (tanto como las comerciales) exhiban una actividad que sea acorde a la filosofía —los principios éticos que sostienen su quehacer—, la visión —su idealización de futuro—, y la misión —la guía de navegación, aquellos principios y mecanismos que se utilizarán para la gestión.

Aunque a simple vista la edición de textos académicos y la difusión de la cultura pueden parecer las respuestas naturales a la pregunta de cuál es su misión, una sencilla enumeración, que por supuesto no pretende ser totalizadora permite recordar que las posibilidades son múltiples y que en muchos casos son específicas para una editorial y difícilmente aplicable a otra. De acuerdo con la fijación de metas y políticas, la editorial concentrará sus esfuerzos en publicar la mayor cantidad de títulos posibles para cubrir las necesidades bibliográficas de los cursos a distancia, privilegiará algunos autores en lugar de otros, venderá con un objetivo social por debajo de sus costos operativos, aceptará un resultado deficitario para favorecer una amplia difusión de las publicaciones, considerará la publicación como un premio a la trayectoria académica de ciertos autores (sean éstos personalidades de la cultura, docentes de la casa de estudios, investigadores u otros), o lo que es más probable, implementará una estrategia que consista en una combinación —en diferentes proporciones— de distintos objetivos.

Sirva como ejemplo el documento elaborado por el departamento de Publicaciones de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), Buenos Aires, Argentina, una oficina de publicaciones de creación reciente que se propone como puntapié inicial de su actividad definir el papel que realizará y sentar las bases para el desarrollo de una política editorial de la institución.[44] En este documento se fijan tres objetivos iniciales: primero, colaborar en la difusión de los trabajos de los investigadores-docentes de la UNGS; segundo, servir como herramienta que contribuya al debate acerca de los problemas que son objeto de investigación en la UNGS; y, en tercer lugar, cubrir las necesidades de material didáctico para todas las carreras (con especial énfasis en aquellas que no cuentan con material específico en este idioma). Además, el departamento de Publicaciones se fija como objetivos políticos específicos, utilizar la edición como herramienta para la inserción de la universidad en el ámbito de la enseñanza media local como modo de

44 Departamento de Publicaciones, Universidad Nacional de General Sarmiento, Documento de discusión sobre la actividad editorial en la UNGS: aportes para el desarrollo de una política editorial. Primer borrador para su discusión en el marco del Comité de Publicaciones, Buenos Aires, diciembre de 2002.

facilitar la incorporación del estudiantado a la vida universitaria; luego, aprovechar el valor de las publicaciones como instrumento de intercambio directo para ampliar el patrimonio de la biblioteca de la UNGS; y, por último, generar recursos económicos a partir de la comercialización y venta de las publicaciones, para retroalimentar el proceso editorial.

Para continuar en este camino cabría agregar que, como señalan Esteves Fros y Vanzulli,[45] las editoriales son organizaciones y como tales deben perseguir un objetivo, ya sea este el lucro o el bien común. Mayoritariamente, las editoriales universitarias son organizaciones sin fines de lucro.[46] No obstante, la determinación de esos objetivos de interés general, el alcance que se le asigna a este concepto en cada casa de estudios y, por ende, en la editorial dependiente de ella, es sin duda un aspecto central que debe desplegarse ya que este objetivo estratégico condicionará la construcción del catálogo, las relaciones con la comunidad académica en la que la editorial se halla inserta, las relaciones con los autores y la viabilidad económica y material de los planes editoriales.

Según amplían Esteves Fros y Vanzulli,[47] cuando el objetivo de la organización es la rentabilidad y la maximización del beneficio económico, estamos en presencia de una empresa. En el mismo sentido, la obra *La edición de libros en la Argentina* discute acerca de cuáles son las particularidades que indican que se está frente a una editorial universitaria, y dice: «La editorial universitaria deber ser una empresa, aunque su origen sea la investigación y divulgación del cono-cimiento científico. Debe cumplir exigencias de racionalidad económica, tener criterios sólidos de selección y planeamiento editorial, y reconocer modalidades del mercado lector».[48]

Según es posible observar luego de las distintas definiciones propuestas para las editoriales universitarias y conociendo el valor de explicitar la misión y la filosofía de la empresa, en el ámbito de la cultura —más allá de la esfera editorial—, se sigue debatiendo intensamente acerca de la naturaleza dual del libro, en tanto continente de valor simbólico y de valor de mercancía. Esta tensión da lugar a su vez a dos modos de llevar adelante la actividad, que equivale a decir que se pueden encontrar editores volcados a dos campos de acción opuestos, el polo comercial con vistas únicamente al lucro y el polo cultural con fines

45 F. Esteves Fros y J. Vanzulli, «La administración de una empresa de cultura», en Sagastizábal L. de y F. Esteves Fros (comps.), El mundo de la edición de libros, Buenos Aires, Paidós, 2002, pp. 37-38.

46 P. Kotler, Dirección de la mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control. 7ª edición. México, Prentice-Hall Hispanoamericana, c1993. [Son interesantes —en éste y en otros libros del mismo autor— la cantidad de ejemplos que da referidos al planeamiento estratégico en organizaciones sin fines de lucro.]

47 F. Esteves Fros y J. Vanzulli, op. cit.

48 L. de Sagastizábal, La edición de libros en la Argentina: una empresa de cultura. Buenos Aires, Eudeba, 1995.

exclusivamente de enriquecimiento simbólico. Pero este esquema representa extremos teóricos de un modelo que no es posible encontrar en forma pura, ya que mercado y cultura están plenamente integrados, como bien explica Claudio Rama: «La producción cultural —de bienes y servicios, únicos o seriados— se diferencia de los otros sectores porque expresa y representa las características propias de la persona, la comunidad y la nación donde esa producción se gestó. […] El mercado —la sociedad— no sólo sanciona con su reconocimiento sino que al mismo tiempo, por las relaciones entre la oferta y la demanda, establece el precio y las cantidades demandadas de los productos de la creación intelectual».[49]

El rol asignado a la editorial como creadora de objetos de alto valor simbólico lo más alejado posible del mercado conlleva dos grandes amenazas. Para comenzar, se corre el riesgo de asumir que la aceptación de un libro por el mercado es señal unívoca de falta de calidad. Como contrapartida, implica además que aquella producción intelectual que cumpla con los requerimientos de validación de la carrera académica (como emblema del valor simbólico, intelectual) debe convertirse automáticamente en un libro. Segundo problema, olvida una función esencial de los editores: la creación de demanda. Esta misión esencial, la creación de demanda, comporta la posibilidad de seleccionar y proponer, de sostener en el tiempo una línea editorial.[50] Tal como dan cuenta muchos responsables de los informes sobre la situación y perspectivas de las editoriales de América Latina y el Caribe consultados, los editores ven en el mercado una amenaza y consideran que gustar puede ser una señal de obediencia mercantilista; cuando, en muchos casos, se está obedeciendo, en realidad, a la mecánica de la carrera académica.[51]

Paradójicamente, si la editoriales orientadas a la acumulación de capital simbólico, y entre ellas las universitarias como agentes prototípicos, estuvieran cumpliendo con su misión tendrían entre su público natural —la comunidad universitaria— una demanda sostenida de sus productos. Pues, dado que se habla de un público que también comparte la preocupación por el avance del mercado y la mercantilización de la cultura, sería razonable

49 C. Rama, Economía de las industrias culturales en la globalización digital, Buenos Aires, Eudeba, 2004, pp. 46-47.

50 Se retomará el tema de la creación de demanda en relación con la construcción del catálogo en el punto dedicado a los perfiles de catálogo y la producción bibliográfica del apartado "Taxonomía para el análisis comparativo".

51 «[…] las publicaciones no son solo una fuente de satisfacción personal; en el mundo científico, académico y generalmente en el profesional suelen ser también el medio que garantiza el éxito. En muchas circunstancias las decisiones de promoción o selección para un puesto se fundamentan, al menos de manera parcial, en el número y calidad de las publicaciones. Igualmente el número de las publicaciones realizadas se utiliza para la evaluación de los servicios y departamentos.» Citado por el Dr. Evelio J. Perea en el editorial «¿Quién puede ser autor de un artículo?» de la publicación Enfermedades Infecciosas y Microbiología Clínica, publicación oficial de la Sociedad Española de Enfermedades Infecciosas y Microbiología Clínica (SEIMC), volumen 17, número 10, diciembre 1999.

especular que sí tendrían que tener interés en esta producción genuina y valiosa de su propia universidad. Al menos, como para agotar en un lapso breve tiradas tan cortas como de 300 ejemplares que son muy habituales, según los informes presentados.[52] Tal es el caso mencionado en el informe ecuatoriano: «De hecho, la primera constatación es que si bien la demanda de libros por los estudiantes universitarios es cuantitativamente alta, las falencias de un trabajo editorial universitario adecuado impide que los títulos estén disponibles».[53]

Parece pertinente no considerar en este punto el precio de las ediciones, porque si bien se sabe que el mercado se encuentra deprimido y con poco poder adquisitivo, se trata del mismo grupo de consumidores, de los mismos lectores, que sí compran publicaciones de interés académico editados por editoriales comerciales.

Entonces, aunque la rentabilidad no sea el objetivo principal de una editorial universitaria, la consideración de esta como una empresa refuerza la necesidad de realizar una administración racional del patrimonio y de los recursos que se verá reflejada en el cumplimiento de sus objetivos.

Además, la racionalidad no implica necesariamente la orientación hacia el lucro, pero sí es necesario que ésta guíe las políticas editoriales y la construcción del catálogo en función de los proyectos preestablecidos.[54] Si esto es tenido en cuenta explícitamente desde la misión de las instituciones, es posible que se logre coherencia entre valores, criterios culturales y comerciales, ya que del establecimiento de una política editorial clara se desprenden decisiones trascendentales en torno a prioridades, presupuestos, inversiones, cariz de la gestión y sobre todo, la construcción de un catálogo.

La siguiente tabla (tabla I) ayudará a comprender el tamaño del sector editoriales universitarias:

52 Se retoma el tema de las tiradas en el punto dedicado a los perfiles de catálogo y la producción bibliográfica del apartado "Taxonomía para el análisis comparativo".

53 Informe ecuatoriano, p. 4.

54 Cambridge University Press tiene como misión colaborar con el avance y la difusión del conocimiento, la educación y la investigación. Es un departamento de la Universidad de Cambridge y, como tal, comparte los mismos objetivos filantrópicos. No obstante, aclara en el documento provisto por la oficina de prensa Cambridge University Press (Ver: <http://www.cambridge.org/uk/>; [press.office.online@admin.cam.ac.uk.]), su equipo especializado de editores es responsable de identificar, seleccionar y desarrollar proyectos publicables, de trabajar junto a los autores para mejorar los originales a través de una rigurosa revisión "par a par" y de la investigación de mercado que permita maximizar el potencial de cada título, trabajo que se realiza en colaboración con el equipo de marketing y ventas. Una información semejante se puede obtener en el sitio web oficial de la Universidad de Oxford: http://www.oup.com/about/.

TABLA I. EDITORIALES UNIVERSITARIAS POR PAÍS

	CANTIDAD DE UNIVERSIDADES		CANTIDAD DE UNIVERSIDADES QUE POSEEN EDITORIAL		OBSERVACIONES
	Universidades públicas	Universidades privadas	Universidades públicas	Universidades privadas	
América central (Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, El Salvador, Guatemala, Belice)	16	139	12	5	El 75% de las universidades públicas tiene editorial, frente al 3,6% de las privadas.
Argentina	36 universidades; 5 institutos universitarios; 1 universidad provincial	42 Universidades; 9 institutos universitarios	36	No hay datos	Todas las públicas tienen algún grado de actividad editorial, según informa la Cal (agencia de registro del ISBN) y la ReUN (Red de Editoriales Universitarias).
Bolivia	11	37	7	7	El 64% de las universidades públicas tiene editorial, frente al 8,9% de las privadas.
Brasil	No hay datos	No hay datos	50% de las que respondieron al estudio nacional	40% de las que respondieron al estudio nacional. Otro 10% está vinculada a otra organización sin fines de lucro	La muestra representa el 45% del total de las editoriales universitarias brasileñas.
Chile	25	23	36	22	Todas las públicas poseen actividad editorial. Gran parte de las privadas (61%) también. Pero surgen numerosas confusiones con la interpretación que se hace de los conceptos *editorial, editorial propia, impresor, editorial externa*, * por lo cual es posible que el número de editoriales sea mayor.

* Infome chileno, p. 76. Por ejemplo, dice de la Universidad Diego Portales, de Santiago, que funciona con una editorial externa, y luego detalla «la editorial externa (que es Ril Editores) solo se encarga de la impresión de los textos, ya que la labor editorial es realizada por la universidad».

	CANTIDAD DE UNIVERSIDADES		CANTIDAD DE UNIVERSIDADES QUE POSEEN EDITORIAL		OBSERVACIONES
	Universidades públicas	Universidades privadas	Universidades públicas	Universidades privadas	
Colombia	8 respondieron al estudio	21 respondieron al estudio	De las 86 existentes, 58 tienen actividad editorial permanente. El resto es de creación reciente o de producción irregular.		86 en total, 2 universidades públicas concentran el 41% de la producción total.
Cuba	Red de Centros, Facultades, Filiales y Sedes Independientes de Educación Superior: en total, 53 institutos	no hay	3 grandes empresas editoriales pertenecientes al Estado que centralizan toda la bibliografía universitaria.	no hay	Existen, además, 26 editoriales y áreas editoriales pertenecientes al Estado.
República Dominicana	28 en total		15		Hasta 1998, eran 5.
Ecuador	56 en total		No hay datos	No hay datos	El estudio nacional se centra sobre las 7 editoriales más activas o con más tradición editorial, algunas de ellas son públicas y otras privadas.
México	6 (respondieron al estudio)	No hay datos	6	No hay datos	Si bien las 6 universidades que respondieron al estudio nacional no son el universo, en cuanto a la población y a la producción editorial constituyen una muestra muy representativa.
Uruguay	1	4	1	0	El 90% de la matrícula está en la única universidad pública. Según el informe nacional tiene una participación insignificante dentro de la edición de textos universitarios.
Venezuela	21	21	17 (el 72%)	14 (el 66%)	Hay además, 102 instituciones universitarias entre institutos, colegios universitarios y otros.

Fuente: Datos obtenidos de los estudios nacionales sobre la situación de las editoriales universitarias. Elaboración del autor.

TAXONOMÍA PARA EL ANÁLISIS COMPARATIVO

Las ciencias de la naturaleza destinan el concepto de taxonomía al saber que da nombres y describe y clasifica a los organismos.[55] Es con este mismo espíritu —el de ordenar, clasificar y otorgar un lugar a las organizaciones que "habitan" la realidad de la actividad editorial universitaria— que se ha escogido, en calidad de préstamo, el término taxonomía para trazar un perfil de la actividad editorial de la región en estudio.

Siguiendo con la analogía, realizar una taxonomía de las especies que se hallan en el ámbito de la edición universitaria implica pensar relaciones —evidentes y no evidentes— entre los organismos y hacia el interior de ellos, y entre los distintos sistemas y órganos que permiten su funcionamiento. No deja de ser esta investigación un operativo de intervención en la realidad para obtener información y para poder interpretarla.

Tal como plantea Bourdieu: «Un objeto de investigación, por más parcial y parcelado que sea, no puede ser definido y construido sino en función de una problemática teórica que permita someter a un sistemático examen todos los aspectos de la realidad puestos en relación por los problemas que le son planteados».[56] La búsqueda está guiada por un paradigma que orienta el proceso de delimitación y construcción teórica del objeto de conocimiento.

Por ello, la utilización de una taxonomía para esta investigación representa un modo de problematizar y de ordenar esa problematización, supone una manera de recortar el objeto de estudio dotándolo de relaciones que enriquecen las posibilidades de conocimiento y, al mismo tiempo, un modo de abordar la realidad circunscripta a esa delimitación, de una manera controlada y ajustada a los tiempos y a la extensión de un trabajo de esta naturaleza. También colabora en la instrumentación de estrategias comunes sin invalidar las búsquedas particulares de los distintos países o regiones.

La comparación a través de una taxonomía, en este caso, permite parametrizar distintos modos de gestión aplicados en países muy disímiles, pero en ningún momento servirá como una herramienta para aprobar o desaprobar las distintas actuaciones. En la práctica, ninguno de estos indicadores o aspectos de la gestión pueden encontrarse aisladamente. Cada una

55 C. Villee, Biología, 7ª ed., México, Interamericana, c1978. [hay otras recientes, en inglés y en castellano.]

56 P. Bourdieu, J-C. Chamboredon y J-C. Passeron, El oficio de sociólogo, México, Siglo XXI, 1975.

de las facetas abordadas es interdependiente de las otras. Por eso mismo, aunque se intenta aislar cada uno de los perfiles que inciden en el desenvolvimiento de la actividad para su mejor análisis, de manera inevitable estos conceptos se retoman permanentemente en los sucesivos apartados.

Estos son los aspectos considerados:

1) Autonomía, mecanismos para obtener el financiamiento y relaciones con la universidad y la política.

2) Tipos de estructuras. Cantidad de empleados, nivel de profesionalidad de los distintos actores, vínculo laboral.

3) Producción bibliográfica. Perfiles del catálogo, cantidad de libros publicados, mecanismos para la aprobación de originales.

4) Criterios de gestión. Mecanismos de fijación de precios, definición de procedimientos, modo de relación con los autores, definiciones de diseño.

5) Relación con los autores.

6) Distribución y ventas. Niveles y montos, participación en el mercado local, estrategias de ampliación de mercados, canales propios, distribución interna y externa, actividades de promoción y marketing, Internet, ventas institucionales, quioscos.

7) Piratería y reprografía.

1. AUTONOMÍA, MECANISMOS PARA LA OBTENCIÓN DE FINANCIAMIENTO Y RELACIONES CON LA UNIVERSIDAD Y LA POLÍTICA

Se considera que el grado de autonomía es uno de los indicadores más importantes para evaluar el devenir de la actividad de las editoriales universitarias. Se intentará, entonces, dar cuenta de las distintas facetas que adopta la autonomía: la administrativa, la financiera y la editorial. Puede decirse que esta autonomía no sólo se juega en el papel que ocupa la editorial frente a las estructuras universitarias sino también por fuera de los muros de la universidad, en su relación con el poder y la política. Aunque esta diferenciación de facetas sirve a los fines analíticos, es teórica, ya que, en la realidad, estos aspectos se interrelacionan de manera constante.

Muy probablemente, el modo de obtención de los recursos para la producción de libros— la fuente de dónde saldrá el dinero para ello— puede condicionar la elección de los originales que se editen, las posibilidades de construir un catálogo y las oportunidades de proponer un contrato de lectura con los lectores. En lo administrativo, es poco factible que una editorial se rodee de personal idóneo, profesionalizado, si no cuenta con la mínima independencia para definir su planta de empleados. Del mismo modo, la contratación de proveedores externos, la negociación de los tiempos y formas de pago y de cobro de las ventas, las decisiones en torno a la reinversión del capital, la actualización del equipamiento o las instancias de capacitación del personal —por nombrar sólo algunas cuestiones entre una extensísima lista de decisiones gerenciales—, estará totalmente restringida y condicionada si la autonomía es nula, baja o aun relativa.

Con frecuencia algunos autores con una prestigiosa carrera académica recurren a sus vinculaciones dentro de la universidad para obtener el aval que dé vía libre a la publicación de su obra. Y sigue siendo muy frecuente que el director editorial no goce de la autonomía necesaria para rechazar la publicación de ese original, por más que se base en razones suficientes de política editorial como la pertinencia de esa obra dentro de la línea de la casa o de alguna de sus colecciones, o la oportunidad de la propuesta (que sea posible incluirla dentro del plan editorial próximo), o en razones técnicas como su vigencia, originalidad, interés y claridad, entre muchos otros requerimientos que hacen a la calidad del trabajo editorial.

El informe de la República Dominicana explica los dos caminos que pueden recorrer los originales, o sea el circuito de aprobación del material que será publicado. En un caso, en el llamado "modelo institucional", los temas y las prioridades están determinados por las áreas académicas, razón por la cual, el original responde a los criterios especificados por la estructura universitaria y el financiamiento de la obra queda sujeta, también, a la aprobación de los decanatos o departamentos correspondientes. Esto puede implicar que, por ejemplo, un original poco interesante pero que ha cumplido con el circuito de aprobación académica llegue a convertirse en un libro. En el otro caso, el camino que sigue el original hasta su aprobación descansa fundamentalmente en manos del consejo editor, constituido por los funcionarios pertenecientes a la estructura universitaria y tal como refieren los autores del informe, en aquellos casos en los que la normativa no sea suficientemente clara y definida «las

posibilidades de que las decisiones obedezcan a actitudes clientelistas son mayores».[57] En cualquiera de los dos circuitos, podría pensarse que la editorial —independientemente de su tamaño y estructura—, carece de autonomía editorial. La relación entre autonomía editorial y financiera es directa ya que, generalmente, el presupuesto universitario dominicano no contempla expresamente la asignación de fondos para las actividades editoriales (excepto en dos instituciones) por lo tanto, suelen ser los rectores quienes asignan los fondos para las publicaciones. Dado que los ingresos producidos por la venta de libros pasan a formar parte de los fondos generales de la universidad y que no es posible la reinversión en promoción ni en ninguna otra etapa del ciclo de la vida editorial, muchas editoriales aseguran el financiamiento a través de fondos externos provenientes de organismos internacionales o de fondos de cooperación.

Puede decirse que, entre muchas otras, la diferencia que existe entre las editoriales universitarias como las que pertenecen a la Universidad de Oxford o de Cambridge y algunas de las latinoamericanas y caribeñas estaría dada por la inestabilidad del ámbito editorial frente a los problemas de orden político; y que esta fragilidad se ve reflejada en el catálogo y en todas y cada una de las actividades relacionadas con la comercialización, la distribución y la promoción.

Un caso arquetípico lo constituye Eudeba, cuya vulnerabilidad frente a los cambios de gobierno se analiza en el libro *La edición de libros en la Argentina*: «Desde 1966 hasta 1983 pasaron por la gerencia de la empresa más de 25 personas, algunas duraron en el cargo dos meses y las que más, un año y medio».[58] Habría que sumar a la discontinuidad el hecho de que, en casi todos los casos, las personas que asumieron la conducción carecían de un cabal conocimiento del mundo editorial.

Lamentablemente, el caso antes relatado no es un ejemplo aislado. Nos dice el informe ecuatoriano refiriéndose a la Editorial Universitaria de la Universidad Central de Ecuador: «Desde entonces [1826] a nuestro tiempo, el drama de esa editorial ha expresado con visible sensibilidad los cambios positivos y negativos que ha sufrido la sociedad. En determinadas épocas ha dispuesto de recursos adecuados a sus labores, en otras ha sido condenada a la indiferencia o a la asfixia. En fechas históricas ha sido asaltada, atacada, bombardeada e incluso clausurada».[59]

57 Informe dominicano, pp. 34-35.

58 L. de Ságastizabal, «Eudeba y el mercado del libro», en La edición de libros en la Argentina, Buenos Aires, Eudeba, 1995.

59 Informe ecuatoriano, p. 6.

América central no ha estado ajena a la inestabilidad política y del mismo modo la influencia de sus discontinuidades se hace sentir sobre la actividad editorial como parte de la realidad académica y educativa en general, aunque no siempre se refleje con la misma intensidad: «Tenemos dos realidades diferentes: la primera, integrada por cuatro países que fueron objeto de desastres sociales y naturales, y la segunda, por dos países —refiriéndose a Costa Rica y Panamá— que aunque sufrieron también los problemas generados por la inestabilidad política, los daños fueron menores y han sabido sacar buen partido a su situación en el campo universitario».[60] La misma diversidad de los países que integran esta subregión (Guatemala, Belice, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá) hace que sea difícil dar una caracterización única en cuanto al modo de financiamiento de la actividad editorial. Por ejemplo, la editorial de la universidad más grande de Panamá, Editorial Universitaria Carlos Manuel Gasteazoro, financia gran parte de sus publicaciones —títulos que para ser editados requieren de la aprobación o recomendación del consejo editorial— con fondos propios de la institución, el resto de las ediciones se financia a partir de los recursos provenientes de los autores. En cambio, la editorial de la Universidad Estatal a Distancia (Euned) de Costa Rica cuenta con un presupuesto anual adjudicado de cerca de un millón de dólares estadounidenses y el producto derivado de sus ventas de libros se reinvierte en el proceso editorial. Otra de las editoriales universitarias de envergadura de Costa Rica, la Editorial de la Universidad Nacional (Euna), es difícilmente comparable a la anterior porque su misión es completamente distinta, como así su volumen de operación. Euned publica anualmente 250 títulos y cerca de 1 millón 600 mil ejemplares para abastecer a más de 25 mil alumnos[61]; en tanto, Euna publica cerca de 100 títulos al año con 28 mil dólares estadounidenses de presupuesto y una matrícula de poco más de 3 mil alumnos. Guatemala tiene la universidad con la mayor matrícula, 106 mil inscriptos y un presupuesto para la editorial de 337 mil dólares estadounidenses. La Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, en Managua, si bien aún cuenta con pocos títulos (28), dispone de un presupuesto anual de 30 mil dólares estadounidenses. Los valores difieren y lo hacen también relativamente en función del estudiantado y la producción editorial, de todos modos, podría resumirse que las editoriales de América Central cuentan con presupuesto propio y preasignado anualmente.

60 Informe de América central América central, p. 5.

61 Téngase presente que casi la totalidad de la bibliografía es provista por la universidad.

Considerando las vinculaciones existentes entre política, autonomía, presupuesto y catálogo, el responsable de la editorial universitaria Fundación de Cultura Universitaria, contador Mahi,[62] recuerda los años de la dictadura en Uruguay: «La dictadura, a través del Ministerio de Justicia, producía su propia doctrina y no faltaron quienes se asociaran con éste para editarle y difundir su pensamiento, quizás creyendo que ya no era posible hacer otra cosa que dinero con la realidad de ese momento». Las editoriales privadas uruguayas indagadas carecen de subvenciones estatales o de aportes de terceros; la regla del sector editorial uruguayo es la autofinanciación. Es importante recordar que entre todos los informes comparados, éste, el de Uruguay, es el único basado sobre el sector privado y que excluye expresamente el sector público. Como aspecto positivo, señala su autor, la autofinanciación permite mantener «a la editorial alejada de los avatares de los presupuestos públicos o las variables burocráticas, además de evitar la publicación de obras por compromisos o de disponer cuantiosos recursos para trabajos quizás muy valiosos o meritorios pero de escasa circulación que terminan entorpeciendo y encareciendo el manejo de stock».

Según refiere el informe venezolano —cuando explica cómo la inestabilidad política y económica que el país sufre desde la década del ochenta asfixian económicamente el desarrollo de la actividad editorial—: «Esta situación acrecienta las dificultades para sostener una política editorial que permita elevar de forma creciente la publicación de nuevos títulos, mediante la asignación de subsidios, apoyos financieros o ayudas al sector oficial en específico y al privado en general».[63]

A pesar de los vaivenes, la inversión del Estado en educación es importante: destina el 1,2 por ciento del PBI, que equivale a un 7 por ciento del presupuesto nacional; del monto asignado a educación, un 43 por ciento se aplica a la educación superior. El informe aporta más cifras: para el año 2000, las 17 universidades oficiales recibieron 1.7 billones de bolívares,[64] de los cuales 25,6 millones de bolívares[65] fueron asignados a actividades de extensión académica, área de la cual dependen las editoriales universitarias. En cuanto a su autonomía, si bien algunas de ellas alcanzan envergadura suficiente como para constituirse

62 Estudio exploratorio uruguayo, p. 23. El sistema educativo uruguayo cuenta con cinco universidades (además, funcionan más de 10 institutos de educación superior), de ellas solo una es pública y abarca el 90 por ciento de la matrícula, tiene actividad editorial aunque cuenta con una «participación insignificante dentro de la edición de textos universitarios»; las otras cuatro son privadas y ninguna cuenta con departamento editorial. Por lo que el estudio, tal como aclara su autor en la página 5, se refiere a aquellas editoriales que publican material universitario o para la universidad pero que carecen de cualquier tipo de vínculo con ella.

63 Informe venezolano, p. 10.

64 A la fecha de ese informe, febrero 2003, equivalentes a 277 millones de dólares estadounidenses.

65 A la fecha de ese informe, febrero 2003, equivalentes a 4 millones de dólares estadounidenses.

en una estructura compleja, en conjunto, luego de cuarenta años de actividad no han alcanzado logrado un manejo racional de las empresas.[66]

El caso de Chile no difiere del de los países vecinos: la educación superior y la actividad editorial universitaria como producto directo son herederas de las condiciones sociopolíticas en las que se desenvuelven, a pesar de gozar de autonomía universitaria. Para financiar sus publicaciones cuentan con aportes del Estado (generalmente anuales) y con lo recaudado por la comercialización de su producción. Es excepcional el caso de la Editorial Universitaria, perteneciente a la Universidad de Chile. Esta institución es la única del país que cuenta con una empresa editorial (la más grande y antigua de Chile) que funciona en forma externa a la universidad, con una estructura y una organización que permiten satisfacer las necesidades académicas de la propia universidad y los requerimientos del público general. Las ediciones son financiadas con recursos propios y solo ocasionalmente se recurre a financiamiento externo.

La universidad en Bolivia está financiada por el Estado y goza de autonomía de gestión y decisión. No obstante, el informe boliviano da cuenta de la precaria situación de las editoriales universitarias públicas por los escasos recursos que reciben, las deficiencias en el equipamiento, la inadecuada gestión y la imposibilidad de competir con los textos académicos piratas. Al presupuesto exiguo se suma una posición de escasa relevancia dentro de la actividad universitaria; según refiere su autora al hablar de la descentralización de su estructura administrativa: «ni la investigación ni las publicaciones son sus prioridades».[67]

El informe de Cuba da precisiones en torno a la relación existente entre la autonomía de la actividad editorial y el contexto académico y político, ya que el sistema editorial cubano se ha ido desarrollando, dice, en número de editoriales y en volumen de producción de la mano del crecimiento del nivel cultural, científico y técnico y, asimismo, del desempeño de la educación superior: «A partir de 1990, con la entrada del país en el Periodo Especial, como consecuencia del derrumbe del Campo Socialista, junto con la profunda recesión económica surgida, el Sistema de Educación Superior mostró signos de recesión».[68] El Estado cubano financia la producción de los libros de textos liberando fondos del presupuesto nacional hacia las universidades, pero no indica el porcentaje del mismo. Las editoriales universitarias pertenecen a organismos del

66 Informe venezolano, p. 23.

67 Punto II del Informe boliviano, punto II.

68 Estudio cubano, p. 6.

Estado, no obstante, funcionan a partir de principios de autofinanciamiento económico. Son tres las editoriales especializadas y las tres están subordinadas al Ministerio de Educación Superior.

El estudio proveniente de Brasil[69] es uno de los que establece con mayor minuciosidad el grado de autonomía que tienen sus editoriales universitarias. El 78 por ciento de ellas está administrativamente vinculada al rectorado, solo un 5 por ciento pertenece a una fundación y las restantes, un 17 por ciento pertenecen a alguna unidad de investigaciones o instituto. Prácticamente todas ellas funcionan con un consejo editorial, el 95 por ciento. El estudio avanza sobre el nivel de satisfacción que tienen respecto de su autonomía. En lo relativo al catálogo, a la autonomía editorial, el 70 por ciento de ellas se declara satisfecha, y si se suman las editoriales satisfechas con aquellas relativamente satisfechas respecto del grado de autonomía editorial se llega al 90 por ciento del universo. Lo cual, lógicamente, es un porcentaje muy elevado de satisfacción. Los totales son semejantes en lo relacionado con la autonomía administrativa, si bien repartidos de otro modo: el 50 por ciento declara satisfacción y el 40 por ciento, relativa satisfacción. En cuanto a la autonomía financiera,[70] todas las editoriales declaran tener algún grado de reclamo respecto de los recursos y su administración.

El grado de dependencia editorial, administrativa y financiera en Argentina con respecto a la autoridad de la universidad es variable. Hay tres editoriales que se encuentran en el extremo que se podría denominar de "máxima autonomía", si bien no dejan de ser organismos que funcionan dentro de una estructura mayor. Las dos primeras son las editoriales de la Universidad Nacional del Litoral y la de Universidad Nacional de Misiones: en ambas, el gerenciamiento de toda la empresa se lleva adelante a partir de recursos preasignados y esto incluye el pago de algunos costos fijos estructurales como los salarios del personal en relación de dependencia (no así servicios, consumos de energía y comunicación, alqui-ler, o almacenamiento), el desarrollo de productos, la producción, la comercialización y la gestión de derechos. Los datos de la primera indican que con una partida presupuestaria anual de $170.000 (equivalentes a 60 mil dólares estadounidenses), un 62 por ciento se aplica al pago de los sueldos. En ambos casos cuentan con un gran apoyo político de parte

69 Estudio brasileño, p. 22.

70 Ibídem. El informe dice exactamente sobre la autonomía financiera «el 30 por ciento posee autonomía parcial; el 20 por ciento no posee ninguna autonomía y el 50 por ciento posee relativa autonomía». No se desprende del informe cuándo un encuestado se considera parcialmente satisfecho y cuándo relativamente satisfecho.

de las autoridades de la universidad, y como resultado de este contexto positivo, están en condiciones de llevar adelante una política editorial autónoma. El caso de Eudeba sobresale porque estatutariamente es una sociedad de economía mixta (de capitales públicos y privados), no integra el presupuesto de la UBA y sus empleados se rigen mediante contratos de comercio. Es el único caso donde los sueldos de los empleados no salen del presupuesto de la universidad: toda la operatividad de Eudeba depende de la generación de recursos propios provenientes de las ventas. Por el contrario, aún en aquellas editoriales universitarias sin presupuesto propio, los costos fijos están cubiertos por la institución de la cual dependen. Más allá de los casos mencionados, las editoriales universitarias argentinas no tienen una partida propia dentro del presupuesto universitario. La financiación de las ediciones es compartida entre los autores (en grado variable) y la editorial.

El informe de Colombia señala que, en algunos casos, la ejecución presupuestaria para el periodo 1998-2002 es menor que la presupuestada, en palabras exactas del informe, «Indicaría una modalidad conservadora a la hora de editar».[71] No hay otros elementos en el estudio que permitan ampliar esta consideración. No se puede observar si es así, en qué medida ni porqué, ya que no se reportan cifras ni otros datos.

Los presupuestos editoriales de las universidades mexicanas son dispares; sin embargo una mayor asignación no equivale a una mayor producción en número de títulos. Para el año 2002, la Universidad de Colima (Ucol) recibió 500 mil dólares estadounidenses y publicó 26 títulos,[72] mientras que la Universidad de Sonora recibió 12 mil y publicó 19.

En la siguiente tabla (tabla II) se sintetiza la información concerniente a la existencia o ausencia de presupuesto propio de las editoriales universitarias. En los informes de los distintos países se resalta que resultó difícil recoger información estadística —ya sea porque no se dispone de ella o porque hay resistencia a hacerla pública—, que esté relacionada con los presupuestos universitarios, la participación del presupuesto de las editoriales dentro del presupuesto universitario y la existencia de recursos propios.

71 Informe colombiano, p. 30.

72 Incluye nuevos títulos, coediciones, reimpresiones, nuevas ediciones.

TABLA II. FINANCIAMIENTO DE LA ACTIVIDAD EDITORIAL SEGÚN PAÍS

PAÍS	ORIGEN DE LOS RECURSOS	OBSERVACIONES
América central	Prácticamente todas las editoriales que participaron del informe reciben partidas presupuestarias propias, en general, proporcionales al número de alumnos matriculados.	Algunas de estas partidas son muy importantes, como la de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica que recibe cerca de 1 millón de dólares anuales. En cambio, la editorial de la Universidad Nacional de Nicaragua (sede León) recibe 30 mil dólares.
Argentina	Sin partidas propias preasignadas (excepción UN Litoral, UN Misiones). Casi siempre la universidad financia los gastos operativos (sueldos, costos fijos). Importante participación de los autores en la financiación de las obras. Excepción: Eudeba tiene total autonomía, el financiamiento lo obtiene del resultado de su giro comercial. La misma editorial enfrenta los costos fijos y de estructura.	La autonomía para establecer una política editorial está relacionada con la autonomía para generar los recursos.
Bolivia	«Los presupuestos destinados a las ediciones de las universidades públicas varían a nivel porcentual entre 0,5% y el 30% de los ingresos semestrales o anuales».	Esta es la información textual, no es posible interpretar a partir de los datos consignados en el informe a qué corresponden esos porcentajes tan disímiles.
Brasil	El 22% recibe un presupuesto anual superior a los 300 mil dólares. El 50% recibe menos de 30 mil dólares. Solo el 14% de las editoriales genera entre el 60–100% de los recursos. De las que respondieron a la investigación, el 37% recibe un subsidio mayor al 60% de sus recursos.	No es posible determinar a partir del estudio nacional si estos porcentajes se refieren a las editoriales como unidades productivas o si se considera para ponderar su incidencia el volumen de producción de títulos, ejemplares o facturación.
Chile	Reciben un aporte regular, en muchos casos mensual, de la Universidad (no se indica en qué porcentaje). En pocos casos se mencionan las ventas como forma de financiamiento. Una universidad sola obtiene recursos a través de auspicios o donaciones de terceros. Es frecuente además, el aporte total o en parte del autor. Los recursos pueden provenir de proyectos de investigación.	
Colombia	Solo figura este comentario respecto del presupuesto: «Aunque la mayor producción proviene de las universidades públicas, los presupuestos estables se encuentran en las universidades privadas». También informa que el 10% de las ediciones no incluye los costos de producción en el cálculo del PVP, de lo que se deduce que trabajan con algún tipo de subsidio o aporte de la universidad.	El informe menciona que el sector requiere de políticas y directrices claras y de la articulación de los procesos académicos, de docencia y de extensión. Pero lo datos no son suficientes para conocer cómo incide la fuente de los recursos y los recursos mismos en la construcción del catálogo.
Cuba	El Estado financia la producción de libros de texto mediante la liberación del presupuesto nacional a las universidades. Las editoriales de los organismos del Estado «se organizan sobre principios empresariales y de autofinanciamiento». Aunque en general cada facultad compra los libros a la editorial del organismo al que se encuentra subordinada, parte de los libros puede ser comprada a otra editorial estatal del sistema o puede ser adquirida en el exterior.	«Las editoriales universitarias no gozan del libre albedrío en la localización y selección de los autores que van a publicar».

PAÍS	ORIGEN DE LOS RECURSOS	OBSERVACIONES
Ecuador	No hay un criterio común para el país. Hay casos de completo autofinanciamiento a partir de la operación comercial de la empresa; casos de financiamiento por parte de los autores; casos de dependencia presupuestaria de la administración central.	El modelo más importante, la editorial Abya Yala, está constituida como una empresa independiente. El financiamiento de la editorial de la Universidad Central, si bien es un departamento dependiente de la administración de la universidad, deriva de la capacidad del autor de autofinanciarse o de conseguir ayuda financiera; la universidad solo invierte en obras premiadas. La editorial de la Universidad Pontificia depende del presupuesto adjudicado por la administración. Suele ser de 12 mil dólares. Para el caso de la Universidad San Francisco se menciona que es «interdependiente de la universidad pero con autonomía» pero no hay datos sobre la financiación como para acotar el alcance de esa mención. Universidad Especialidades Espíritu Santo: si bien su editorial es un departamento interno que edita con financiación total de la universidad, el 50% del producto de la venta va para el autor. Universidad de Cuenca: total financiamiento de la universidad. Hasta hace muy poco solo se canjeaban los ejemplares, no había venta. Universidad Andina: fondos de la universidad e internacionales. Flacso: dependiente del presupuesto de la institución y de coediciones. Universidad Católica: con fondos de la universidad, el autor o una institución que patrocina. Escuela Politécnica: financian los autores.
México	Tres de las seis instituciones estudiadas tienen un presupuesto superior a los 100 mil dólares norteamericanos (Colima recibe 500 mil). La cuarta no tiene presupuesto asignado, para otra es indeterminado y diferido en varias instancias; y para la restante, Sonora, es de 12 mil dólares estadounidenses.	No hay información respecto de la construcción del catálogo como para establecer si hay relación o no entre el origen del presupuesto y la política editorial.
República Dominicana	No suele haber asignación clara de presupuesto propio. Generalmente, la asignación de fondos la realiza el rector. Las editoriales están intentando obtener financiamiento con fondos externos de organismos internacionales y de fondos de cooperación.	
Uruguay	Las editoriales relevadas no disponen de financiación directa ni indirecta de alguna universidad pública o privada, dependen de los recursos que generan con el giro comercial. Gran parte de las ediciones son financiadas por los autores. Luego, se espera que la comercialización permita el funcionamiento de la editorial con criterios de rentabilidad.	El estudio nacional trata solamente sobre empresas comerciales destinadas a la producción de bibliografía universitaria y no guardan ningún vínculo ni académico, ni administrativo, ni financiero con la universidad. No hay concepto de catálogo ni de plan editorial
Venezuela	No hay datos totales. La actividad editorial más importante es la de la Universidad Central, que tiene 17 fondos editoriales, uno en cada facultad. Reciben su presupuesto por asignación del Consejo de la universidad, pero son escasos, por lo tanto, dependen también de la comercialización de los libros.	El 1,5% del total del presupuesto (25,6 millardos de bolívares) que recibieron 17 universidades oficiales (año 2000) fueron asignados a las actividades de extensión, área bajo la que se encuentran las editoriales universitarias. Para las universidades privadas no se pudo obtener datos.

Fuente: Datos obtenidos de los estudios nacionales sobre la situación de las editoriales universitarias. Elaboración del autor.

2. TIPOS DE ESTRUCTURAS

El modo de funcionamiento de una editorial universitaria está íntimamente ligado al tipo de estructura que la conforma. Esta estructura —que se expresa en la forma en que se organiza esta editorial y en el estilo con que establece sus condiciones de operabilidad y autonomía respecto del poder institucional—, puede determinar todo su funcionamiento interno y su respuesta visible: los libros que edita, su catálogo, y los dispositivos implicados para poner los libros a disposición de sus lectores. En el mismo sentido, posiblemente condicione las oportunidades que tiene de cumplir con los objetivos que se haya trazado con mayor o menor independencia de la casa de estudios a la que pertenece. Es lo que el *Manual de organización editorial* de la Unesco denomina «diseño de la estructura organizativa en función de las políticas y metas».[73]

Una respuesta inmediata acerca de cómo se estructuran las editoriales universitarias permitiría clasificarlas entre aquellas que están organizadas como una empresa con áreas específicas y división de tareas entre sus miembros y aquellas en las que, generalmente por contar con un plantel muy reducido, las dos o tres personas que lo integran realizan indistintamente todo el trabajo, como bien señala el informe de la República Dominicana: «Los departamentos de publicaciones de las instituciones de educación superior cuentan con un personal mínimo, en la mayoría de los casos cuenta con un director(a) y una secretaria como personal de apoyo. En muchos casos la secretaria tiene una jornada solo de medio tiempo».[74]

También se las podría clasificar entre aquellas que dependen directamente del rectorado o del vicerrectorado y las otras, las que dependen de la secretaría de Asuntos Académicos o de Extensión Universitaria.

Otro modo de dar cuenta de las distintas estructuras es clasificarlas entre las que cuentan con comité editorial propio y aquellas cuya dirección sólo se guía por el referato externo. Podría proseguirse el cotejo con el análisis de la cantidad de empleados, la dotación de personal y su capacitación específica ya que son datos significativos para comprender de qué modo se estructura una editorial universitaria.

Por último, el organigrama, la cantidad de niveles que conforman la estructura y el camino que realizan las órdenes y los procedimientos —y todavía más—, la trascendencia de esas

73 Unesco Book House Training Centre, Manual de organización editorial, coedición de Cerlalc y la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Bogotá, Madrid, 1992.

74 Informe dominicano, p. 20.

órdenes son elementos valiosos para realizar una tipología de las estructuras editoriales.

El Manual de administración editorial es taxativo en este punto: «Cada negocio e institución, bien sea del sector público o privado debe proveerse de una estructura organizacional».[75] No obstante, la propuesta de este estudio es dejar en suspenso —momentáneamente— las variables de estructuras mencionadas, como así la pertenencia de la editorial al ámbito de la universidad pública o privada. No porque carezca de valor considerar el tipo de institución a la que pertenece y su status legal sino para intentar analizar la estructura desde otra perspectiva. Según Barry Bozeman[76] todas las organizaciones son configuraciones con proporciones variadas de poder público y privado y, para analizarlas, es necesario conocer en qué proporción está realizada esta mezcla.[77] Una organización es pública en la medida que ejerce algunas facultades otorgadas por la autoridad política, o que es limitada por ella. Por ejemplo, aunque se trate de una editorial perteneciente a una universidad privada, responderá a limitaciones y regulaciones impuestas desde el Estado, como la fijación del precio único de venta al público (PVP). Dice el autor: «Las organizaciones modernas, independientemente del sector o tipo, están influidas tanto por la autoridad política como por la económica, y ejercen de manera simbólica ambas formas de autoridad».[78] Siguiendo esta línea, es privada en la medida en que ejerce autoridad económica o que es limitada por ella. Por ejemplo, las agencias gubernamentales —en el caso de este estudio, las editoriales universitarias— aunque no estén inmersas en el mercado del mismo modo que otras empresas mercantiles, tendrán también que competir con otras organizaciones dentro de la universidad para obtener más partida, más presupuesto, más asignación de recursos y asegurar así su supervivencia. Por el contrario, una editorial que pertenezca a una universidad privada, si carece de capacidad para influir políticamente, primero dentro de su institución y luego hacia el exterior de la misma, tendrá con seguridad muchas menos posibilidades de gestionar un proyecto y lograr como fruto de su actividad un desarrollo económico que compense el escaso margen de acción en el que se encuentra.

75 Unesco Book . . . op.cit. p. 22.

76 Concepto extraído del libro de B. Bozeman, Todas las organizaciones son públicas: tendiendo un puente entre las teorías corporativas privadas y públicas. México, Fondo de Cultura Económica, 1998.

77 «El Estado se constituye en un agente más a través de sus distintos poderes y niveles administrativos cuando legisla sobre las actividades del sector: decide sobre aspectos impositivos y arancelarios, está facultado para desarrollar campañas de promoción de lectura, adquiere libros para dotar a las bibliotecas públicas y populares, y distribuye ejemplares entre la población escolar de bajos recursos a través de planes sociales», Pablo Perelman, Industria de generación de contenidos y bienes culturales. Estudio I.EG.33.6; Préstamo BID 925/OC-AR. Pre II. Coordinación del estudio: Oficina de CEPAL-ONU en Bs. As., a solicitud de la Secretaría de Política Económica, Ministerio de Economía de la Nación, Argentina, 2003, p. 14.

78 Ídem, p. 130.

Dado que la obtención y administración de los recursos es una actividad vital para cualquier organización, la combinación de este bagaje, los distintos orígenes de esos recursos —asignaciones directas, contratos, subsidios, préstamos, financiación de terceros y muchas otras opciones—, demuestran que el grado de influencia de la autoridad política es muy variable.[79]

Conocer el modo en que estas influencias se extienden permite conocer su posible incidencia en el quehacer diario. Porque, como continúa explicando este especialista en gestión pública, las organizaciones poseen ciertos recursos para moderar el impacto de las políticas impuestas desde el exterior, y entre esos recursos figuran los económicos. Una organización que cuenta con riqueza propia se encuentra en una mejor posición frente a la autoridad política externa; en sentido inverso, una organización con amplia autoridad puede, en ocasiones, amortiguar contextos económicos adversos.

La propuesta teórica de Bozeman es útil porque ofrece una herramienta de análisis que supera la distinción ortodoxa entre organizaciones públicas y privadas, y permite entrever, ahora sí considerando concretamente la actividad editorial universitaria de la región, por qué algunas editoriales alcanzan un mayor grado de desarrollo y autonomía aunque en esencia estén estructuradas del mismo modo que otras y dependan de estamentos administrativos semejantes. Más aún, este análisis de lo público y lo privado no como una tipología absoluta sino como dimensiones relativas de lo político y lo económico, ayuda a interpretar el modo en que se estructuran algunas editoriales universitarias de la región.

Es posible concluir que el mayor o menor margen de acción que exhiben las distintas editoriales analizadas guarda relación con las posiciones relativas que éstas ocupan frente a la autoridad política a la que están vinculadas y a los condicionamientos económicos. A partir de esta relación, que puede estar determinada a través de un estatuto o de cualquier otra clase de régimen, se perfila todo un modo de funcionamiento editorial.

Por otro lado, un recuento minucioso de cuántas de estas editoriales dependen del rectorado, cuántas del vicerrectorado, cuántas de la secretaría de Asuntos académicos, o de cuáles cuentan con Consejo o Comité editorial y cuáles no, no es suficiente para comprender porqué, en gran medida, estas editoriales parecieran carecer de equipos técnico-profesionales especializados en la labor editorial o porqué éstos son compartidos

79 Ídem. p. 144.

con otras dependencias de la universidad, o a qué obedece que la dotación de personal no se adecue a los requerimientos de producción. Tampoco alcanza para analizar por qué en forma casi general, los estudios realizados dan cuenta de que las decisiones en torno al manejo de personal, presupuesto, contabilidad, gestión, administración de medios, recursos técnicos, equipamiento e instalaciones escapan a la potestad de la editorial.

Así, según refieren los estudios nacionales y subregionales, se encuentran editoriales universitarias vinculadas a instituciones públicas y privadas, y que —independientemente del origen del financiamiento de la institución— pueden ser ubicadas en una línea imaginaria en uno de cuyos extremos están las editoriales que gozan de máxima autonomía, y en el otro, aquéllas con un margen mínimo de decisión, representadas por algunas de las oficinas de publicaciones. Entre unas y otras, se halla toda una gama de organizaciones que cuentan con grados diversos de independencia y autonomía, tanto para influir políticamente en el seno de la universidad y trascendiendo sus límites, como para fijar sus objetivos, determinar estrategias y llevar a cabo una actividad económica dentro del mercado.

El informe de Uruguay hace un señalamiento congruente con lo antedicho: «En principio pueden ser organizaciones editoriales dependientes de universidades (públicas o privadas), pueden ser organizaciones comple-tamente independientes de las universidades o con algunos lazos o vínculos formales o informales; algunas son organizaciones que adoptan la forma de sociedades comerciales, otras son asociaciones sin fines de lucro, otras son fundaciones. Estas breves reflexiones nos ponen de manifiesto la diversidad de figuras jurídicas y organizacionales que pueden adoptar las editoriales universitarias, que teóricamente podrían existir y que en la práctica conviven y compiten en esta área de la actividad editorial».[80]

En un extremo de la citada tipología se encuentran aquellas editoriales con el máximo nivel de autonomía —entes con un mayor o menor grado de autarquía que son los que presentan un desarrollo editorial y empresarial destacado, aunque proporcionalmente sean los menos numerosos—, su independencia les permite ajustarse al mercado, adaptarse a sus demandas, aumentar o disminuir la producción, aceptar o rechazar originales, seleccionar sus empleados con criterios propios, regular los ciclos de actividad en función del trabajo editorial.

80 Informe uruguayo, p. 5.

La posibilidad de destacar un modo preferencial de funcionamiento, de elegir un modelo apropiado siempre conlleva el riesgo de uniformar las diferencias, de dejar sin considerar maneras de actuar que si bien difieren de un ideal no por eso dejan de ser eficaces. Aun a riesgo de simplificar la realidad, se ha elegido distinguir algunas experiencias editoriales exitosas. Estos casos, aunque no muy numerosos, responden a un "modelo virtuoso" que se podría describir de la siguiente manera: son editoriales que gozan de máxima autonomía, están conducidas por un directorio u otro órgano similar que determina las políticas —inclusive los mecanismos de validación (referato, lectores especialistas u otro) y los procedimientos—, luego, un estamento gerencial realiza la gestión en las áreas básicas de la empresa (editorial, producción, administración y finanzas, y comercialización) y lleva adelante la ejecución de las políticas. Por último, cada área cuenta con empleados que poseen, usualmente, algún grado de capacitación específica.

En cuanto al extremo opuesto, está representado por una oficina o agencia destinada a programar y ejecutar la impresión y publicación de todos los materiales que la universidad necesita, a partir de requerimientos y cronogramas fijados por otras dependencias. Suelen identificarse como oficinas de publicaciones (que llevan muchas veces la denominación de Oficina de impresiones y publicaciones) y entre los impresos que producen se incluyen el material de cátedra —aquellos textos que requieren docentes y alumnos— y también todos los formularios y toda la papelería administrativa y oficial que requiere la institución. Este panorama suele condicionar negativamente la actividad editorial, un ejemplo de la situación lo constituye la Universidad Mayor de San Andrés, de Bolivia, cuyo ritmo en las publicación se ve limitado por la obsolescencia del equipamiento y por estar supeditado a la disponibilidad de la imprenta que funciona según otras prioridades, pues «está destinada a la impresión de afiches, certificados de asistencia a seminarios, cursos, etc.».[81] Un factor concomitante de la escasa actividad editorial propiamente dicha lo constituye el hecho de que los empleados y funcionarios están abocados a llevar adelante, no solo la edición de publicaciones sino el trabajo de la imprenta, como bien menciona el informe de Perú: «Por esta razón, quienes trabajan en una oficina de impresiones y publicaciones suelen estar a cargo, también, de la administración y el cuidado de los equipos destinados a las tareas de imprenta».[82]

81 Informe boliviano, p. 6.

82 Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Facultad de ciencias Biológicas, Dirección administrativa, Oficina de Impresiones y publicaciones. Ver: http://www.unmsm.edu.pe/biología/diradminstrativa.htm. (Fecha de consulta: 16 de diciembre de 2004.)

Muchas de estas oficinas, centros o departamentos de publicaciones, por su escasa libertad para diseñar sus políticas y su dependencia absoluta en materia de financiación, se presentan más bien como una etapa incipiente de lo que luego puede convertirse en una editorial cabal. No obstante su grado primario de desarrollo y organización, son una parte muy importante de este estudio porque representan una porción amplia de los actores involucrados en la actividad editorial de la región (probablemente la mayor parte) y porque —creado el espacio para la edición— tienen el potencial para transformarse en editoriales de mayor trascendencia. De este mismo modo lo expresa el informe de Ecuador: «Vamos a admitir a esas unidades editoriales como sujetos de investigación, pues en ellos está el embrión de lo que deberían o podrían ser verdaderas editoriales universitarias».[83]

Aquellas editoriales que carecen de recursos para el financiamiento, que no tienen partida presupuestaria asignada y que recurren a los aportes económicos de los autores para llevar adelante una edición, se encuentran emparentadas en un aspecto con el modelo anterior: ambas carecen de independencia para trazar un plan editorial. Esto acentúa su bajo grado de autonomía, ya que además de depender económicamente de aportes externos, en lo editorial tampoco logran imponer una línea, al permitir que los autores adquieran una injerencia muy grande en la conformación del catálogo.

Entre las editoriales dotadas de máxima autonomía y aquellas que administran un cronograma de impresos (sin realizar un verdadero trabajo editorial) se encuentran aquellas dependientes del Rectorado o de la secretaría de Extensión universitaria o la de Asuntos académicos —o cualquier otro órgano directivo de nivel equivalente, estrechamente ligado a la conducción universitaria— y que para realizar su trabajo editorial, la gestión administrativa y fijar los lineamientos comerciales cuentan con algún grado de independencia. Por supuesto, este grado será variable de acuerdo a la posición estratégica que ocupen dentro de la universidad, de su capacidad de influir. Como se dijo anteriormente, está ligado al origen de sus recursos económicos y a la capacidad de generarlos, a su manejo de los condicionamientos políticos dentro de la casa de estudios y, de manera muy destacable, a la influencia que logre mediante la construcción de su catálogo, tanto entre los miembros directos de su comunidad educativa como entre el público general. Otro caso semejante lo constituye la Editorial Abya Yala de la Universidad Politécnica Salesiana —la más activa entre todas las ecuatorianas—, que está estructurada en dos departamentos centrales,

83 Informe ecuatoriano, p. 4.

uno destinado a los procesos editoriales y el otro a la producción, y debe su funcionamiento tan fluido (editó en el bienio 2001-2002 más de 180 títulos, entre libros de autores nacionales y traducciones del extranjero) al hecho de funcionar legalmente como una empresa independiente de la universidad, aunque forma parte de la corporación salesiana, según refiere el informe.[84]

No se aprecia a partir de los datos sobre los que se basa este estudio, una diferencia significativa entre depender del rectorado, del vicerrectorado, de una secretaría académica u otra de jerarquía equivalente.

Sin embargo, sí parece muy relevante qué tan delimitados están los procedimientos para cada una de las áreas de trabajo —desde la aprobación de los originales (si se consigna quiénes tienen potestad para dar conformidad a su edición)— y de qué grado de libertad gozan los funcionarios para la contratación de proveedores y servicios; en fin, qué margen de acción tienen quienes realizan la dirección de la editorial.

Gran parte de las editoriales cuenta con un cuerpo colegiado que interviene en alguna instancia definitoria de las políticas editoriales (ver tabla iii); en ciertos casos cumple esencialmente la función de «aprobar las políticas de publicación y promoción del libro y los caminos por los cuales debe marchar la institución»[85] y, en otros, realiza tareas de índole técnica-operativa, seleccionando y aprobando la publicación de originales[86] Estos cuerpos colegiados suelen ser consejos editoriales (ver tabla III), y en general, están integrados por la autoridades de la institución (rectores y vicerrectores) e incorporan, además, a miembros de las distintas áreas académicas dentro del claustro de profesores y de alumnos. Suelen incluir, también, al director del departamento de publicaciones o su equivalente, al director de la biblioteca o del centro de documentación. Por ejemplo, la Editorial Universidad Nacional de Costa Rica está dirigida por un Consejo editorial nombrado por un Consejo universitario, órgano colegiado que dirige y orienta la política general universitaria en materia académica y administrativa. El Consejo editorial está integrado por cuatro académicos representantes de las distintas áreas del saber, el director del programa de publicaciones e impresiones, el vicerrector académico y un representante de la federación de estudiantes.[87]

84 Informe ecuatoriano, p. 18.

85 Informe de América central, en el apartado destinado a la Editorial de la Universidad Estatal a Distancia, p. 12.

86 «El funcionamiento del Comité Editorial está regido por un reglamento interno, las funciones de este comité son: asesorar al Director de Extensión en el diseño de las políticas editoriales de Equinoccio [la editorial de la Universidad Simón Bolívar], velar porque se cumplan los objetivos de la Editorial, proponer la publicación de la obra y proponer los nombres de los lectores que evalúan los trabajos». Diagnóstico de las editoriales universitarias de Venezuela, p. 27.

87 Informe de América central, p. 17.

TABLA III. PRESENCIA DE CONSEJOS EDITORIALES Y DE POLÍTICAS EDITORIALES

PAÍS	CONSEJO EDITORIAL	POLÍTICAS EDITORIALES	OBSERVACIONES
América central	10 de las 15 consultadas tiene consejo editorial.	Sí, en líneas generales (9 de 15).	En general, aquellas que tienen un consejo editorial tienen políticas editoriales explícitas. Las 4 que carecen de consejo editorial son las que tienen un menor volumen de títulos en su fondo y una planta laboral menor.
Argentina	En su mayoría, sí.	Solo las de mayor autonomía.	La idea de catálogo preexistente a la edición y de la contratación de los títulos a posteriori, para cumplir con el plan editorial, se da solo en las editoriales de mayor desarrollo y autonomía (no más de 6 o 7 sobre el total).
Bolivia	No hay datos precisos. Se menciona que la toma de decisiones está a cargo de un consejo de publicaciones pero sin especificar cuántas de las editoriales funcionan de este modo.	Carecen de políticas editoriales.	
Brasil	El 95% tiene consejo editorial.	No hay datos.	Es un dato alentador que el 90% de las editoriales declare tener un grado de autonomía editorial (satisfactoria, 70%; relativa, 20%).
Chile	Solo se menciona la existencia de comité editorial en 5 de las 61 editoriales universitarias.	En las universidades chilenas existe un interés creciente por desarrollar una política editorial.	De las 25 editoriales públicas que participan del estudio, se menciona la existencia de un comité editorial en 2 (las universidades de Atacama y La Frontera). De las 36 editoriales pertenecientes a universidades privadas, se menciona la existencia de comité editorial en 3 (Academia de Humanismo Cristiano, Bernardo O'Higgins y Central de Chile).
Colombia	No menciona. En cambio, detalla la cantidad de evaluadores que trabaja para cada universidad, lo que hace pensar que es usual la figura del lector especializado.	No hay datos.	Se reclaman políticas y directrices claras, y que las políticas internas de la universidad estén en consonancia con los procesos de extensión.

PAÍS	CONSEJO EDITORIAL	POLÍTICAS EDITORIALES	OBSERVACIONES
Cuba	Hay Comisiones Nacionales que elaboran la bibliografía para todas y cada una de las carreras del Sistema Universitario.	Los organismos del Estado elaboran en forma centralizada un Plan de Textos del Sistema de Universidades.	En el Sistema de Educación cubano rige el "aseguramiento bibliográfico gratuito" a todos los estudiantes de todas las carreras.
República Dominicana	Todas las universidades, aun aquellas que carecen de editorial cuentan con consejos editoriales o un comité de publicaciones	10 de 28 tienen políticas editoriales expresadas en documentos de la universidad.	
Ecuador	No hay datos	No hay datos	«No disponen de Consejos editoriales adecuadamente constituidos y relacionados con los Consejos académicos, que les permitan definir una política editorial.»*
México	Todas tienen consejo editorial (las 6 que respondieron al estudio)	El estudio menciona la necesidad de evaluar cómo se decide publicar lo que se publica, pero no informa cómo fijan las políticas.	En un caso se llama Comité editorial, y en el caso de la UNAM funciona un Consejo Asesor de Patrimonio Editorial ya que cada dependencia editora (tiene en total 105 áreas editoriales) cuenta con su propio comité editorial.
Uruguay	Sí, alguna de ellas, como la Fundación de Ediciones de la Facultad de Medicina y la Editorial Nuevo Siglo, de la Universidad de Montevideo. No así la Fundación de Cultura Universitaria y la editorial y librería Amalio M. Fernández,	No hay políticas editoriales expresas.	«Los catálogos de las editoriales universitarias uruguayas son el resultado de la inquietud de los autores y en muchos casos de sus propias posibilidades de financiar la edición de su trabajo. […] Es muy excepcional que la editorial salga a la búsqueda para cumplir un plan preestablecido.»**
Venezuela	Sí, y están integrados por los niveles superiores de la universidad.	Sí, tienen políticas editoriales	

Fuente: Datos obtenidos de los estudios nacionales sobre la situación de las editoriales universitarias. Elaboración del autor.

* Informe ecuatoriano, p. 7.

** Informe uruguayo, p. 8.

Generalmente, los autores ponen a consideración el material a editar que —si es evaluado positivamente— inicia su camino a la publicación de acuerdo con la disponibilidad de fondos. En algunos casos, el consejo editorial traza su política editorial, aprueba un plan global de publicaciones pero delega en la gerencia la autoridad para la selección minuciosa de los títulos de ese plan, previo asesoramiento por parte de catedráticos y especialistas reconocidos que evalúan sobre las distintas materias.

Esta instancia de evaluación es el referato y en ella se realiza una validación teniendo en cuenta el mérito académico, la importancia del tema, la originalidad y actualidad del mismo, la calidad bibliográfica, la calidad de la redacción y el modo de presentación que deberá favorecer la comprensión. El referato cumple una función de asesoramiento, puede ser interno a la universidad o externo. No obstante, aún habiendo pasado la instancia de aprobación de los asesores académicos de cada área, con relativa frecuencia, los originales son sometidos a una valoración hecha por un editor especializado para analizar su viabilidad técnica y económica antes de resolver su edición efectiva. En el siguiente ítem, destinado al análisis de la producción y la selección de originales, se ampliarán las consideraciones sobre este tema.

Los consejos o comités editoriales suelen abarcar otras tareas como la fijación de políticas sobre el pago de regalías o derechos a los autores, la propuesta de especialistas para las lecturas técnicas o de traductores, la aprobación anual del presupuesto, los instrumentos de control y gestión, y la dirección y fiscalización de la ejecución de las políticas en material editorial.

México está dentro de este modelo. Todas sus editoriales cuentan con un consejo editorial a excepción de la Universidad Nacional Autónoma de México (Unam), que tiene toda su producción editorial descentralizada entre sus facultades, institutos y escuelas. De todos modos no difiere mucho el modo en que se organiza la actividad, ya que cada uno de estos sub-organismos tiene su propio consejo editorial y la Unam, como organismo central, cuenta con un Consejo Asesor de Patrimonio Editorial.[88]

La Unam, la Universidad Central de Venezuela (UCV) y la Universidad de Buenos Aires (Uba) comparten esta característica de tener su fondo disgregado en distintos entes y estructuras editoriales y de conservar un sello emblemático, como el caso de Eudeba. Todas estas editoriales llevan adelante una dilatada actividad editorial, no obstante, no son representativas de la

88 Informe mexicano, pp. 16 y 19.

producción total de la universidad, que es mucho más copiosa. Inclusive, es frecuente que dentro de una misma facultad, como el caso de la Facultad de Ciencias Económicas de la Uba, cada instituto de investigaciones o escuela de postgrado tenga actividad editorial independiente.[89]

Entre las universidades de Venezuela se destaca una gran casa de estudios: la UCV, de enorme inserción en su país y la más antigua de todas, fue creada en 1721 y cuenta con una matrícula de 50 mil alumnos. La UCV tiene en total 17 fondos editoriales diseminados entre las distintas facultades. Uno de ellos funciona como sello emblemático de la universidad, se trata de Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central (Ebuc) y su estructura organizativa es bastante compleja: la división de Ediciones combina tareas directivas y administrativas y de esta dirección dependen el departamento de Distribución y el de Composición. Actualmente analizan la posibilidad de reestructurar los departamentos para organizar uno de mercadotecnia, otro de producción editorial y uno de administración. Destaca el informe de Venezuela: «Tanto las editoriales oficiales como las privadas comienzan con una estructura de jerarquía menor, generalmente como división o dirección de publicaciones, y lentamente se van constituyendo en estructuras más complejas y con mayor autonomía. Sin alcanzar, luego de más de cuatro décadas de fundadas, el rol de empresas universitarias, gerenciadas con sentido y eficiencia empresarial».[90]

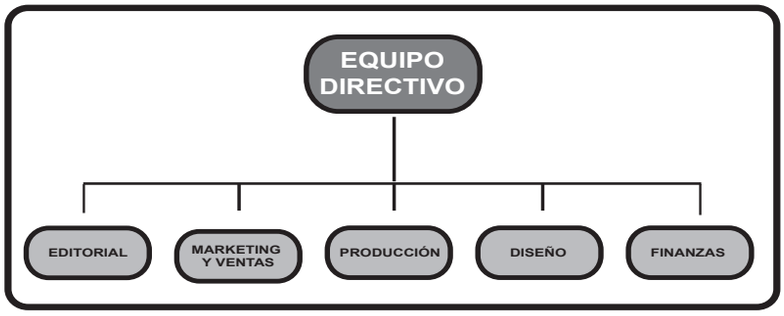
Hay otros factores que confluyen para que muchas de las editoriales universitarias de la región tengan estructuras débiles o confusas. En primer lugar, tienen una dotación de personal más bien escasa (véase tabla IV). Aunque casi todos los países tienen, al menos, una editorial emblemática, la más activa, la más grande, con una producción de títulos numerosa y cuya plantilla de empleados y directivos que supera las cuarenta personas, estas editoriales son la excepción dentro del conjunto. La gran mayoría tiene una dotación que no supera los diez empleados y es muy frecuente que esté constituida solo por un director y un asistente. En segundo lugar, y en gran medida consecuencia también de un plantel escaso, se produce una superposición de tareas y una falta de determinación de funciones y responsabilidades. Por último, y siempre en consonancia, tanto el personal directivo como el personal operativo carecen muchas veces de la capacitación específica para la tarea encomendada. La falta de profesionalización es uno de los obstáculos al desarrollo de la actividad editorial que se menciona con más frecuencia en los informes nacionales y subregionales.

89 Informe argentino, p. 11.

90 Informe venezolano, p. 29.

Según cuál sea la bibliografía específica considerada, se establece como estructura tipo y recomendada para una editorial la división en tres áreas funcionales básicas que son la de producción (que incluye edición, arte, gestión de derechos y producción industrial), la de comercialización (compuesta por las áreas de ventas, promoción, marketing, distribución) y la de administración (formada por las áreas de compras, finanzas, contabilidad, recursos humanos, servicios generales).[91] Thomas Woll, en cambio, estructura a una editorial tipo en cuatro departamentos constituidos por finanzas (que abarca el sector contable, administrativo, distribución y servicios al cliente), edición (compuesto por las áreas de desarrollo editorial y edición técnica), producción (que involucra a la división de diseño, corrección, compras y contratación de proveedores), y por último, ventas y marketing (incluyendo publicidad, promoción, venta directa y telemarketing, derechos y ventas especiales).[92] Una tercera propuesta, la de la Unesco conjuntamente con Cerlalc, desarrollada a través del Manual con el que han brindado numerosos cursos y talleres de capacitación para personal de la industria editorial, sugiere una división básica en cinco áreas: la editorial, la de marketing y ventas, la de producción, la de diseño y la de finanzas.[93] El Manual profundiza proponiendo distintos diseños para la estructura, fundamentados en los distintos objetivos que pueden perseguir las editoriales, el tamaño de la editorial, el número de empleados, las calificaciones de sus profesionales y también en razones presupuestarias y legales, pues muchas veces no es posible aumentar la planta estable de personal pero sí tercerizar parte o la totalidad de un proceso. Entre los diseños de estructura organizativa está la formal (ver esquema I), encabezada por un equipo directivo (que puede ser unimembre) y acompañada, en una segunda línea, por los responsables de cada área.

ESQUEMA I. Organización formal de la estructura



91 F. Esteves Fros y J. Vanzulli, «Administración de una empresa de cultura» en Leandro de Sagastizábal y Esteves Fros, Fernando, (comps.), El mundo de la edición de libros, Buenos Aires, Paidós, 2002.

92 T. Woll, Publishing for profit: successful bottom-line management for book publishers, Fisher Books, Tucson, c1998, p. 33.

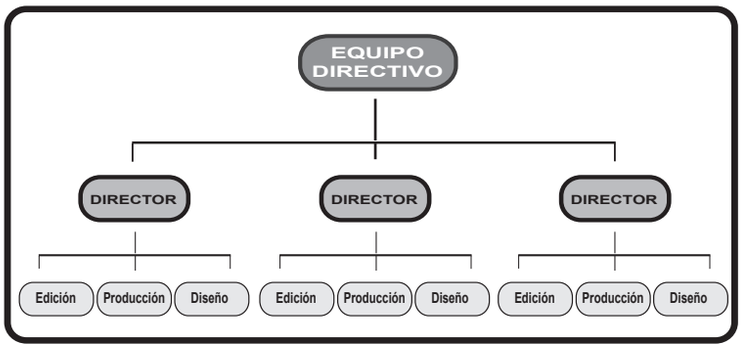
93 T. Woll, op. cit., cap. 1.

Otra propuesta es la estructura informal (ver esquema II), su organigrama dibuja una suerte de estrella donde todas las puntas, las áreas, se intercomunican y responden al centro, ocupado por el cuerpo directivo. También, esta estructura puede estar descentralizada (ver esquema III), esto es, organizada por unidad de negocios o de línea de producto o de colección donde cada unidad cuenta con un director responsable que responde al equipo directivo y, en tercera línea, un plantel operativo (edición, producción, diseño). Esta opción permite la delegación de responsabilidades y la evaluación de los logros en función de objetivos claramente predeterminados.

Esquema II. Organización informal de la estructura

Fuente: Unesco / Book House Training Centre, Manual de organización editorial; coedición de Cerlalc y la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Bogotá; Madrid, 1992.

Esquema III. Estructura editorial descentralizada



Fuente: Unesco / Book House Training Centre, Manual de organización editorial; coedición de Cerlalc y la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Bogotá; Madrid, 1992.

Por último, la estructura editorial compartida (ver esquema IV) tiene el mismo espíritu de autonomía y flexibilidad que el modelo anterior pero no multiplica el plantel operativo: hay tantos editores como colecciones o series o áreas editoriales que se publiquen y todos se nutren del trabajo de los mismos cuerpos técnicos para las tareas de arte y diseño, y producción y ventas.

Esquema IV. Estructura editorial compartida

Fuente: Unesco / Book House Training Centre, Manual de organización editorial; coedición de Cerlalc y la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Bogotá; Madrid, 1992.

Lógicamente, más allá del diseño escogido para la estructura de la editorial, lo esencial es que refleje la naturaleza del trabajo y sea consecuente con los objetivos perseguidos. La eficiencia de cada área o departamento depende en gran medida de la delimitación clara de tareas, funciones, metas y responsabilidades. Para esto se necesitan protocolos de actuación, manuales de procedimientos y otros sistemas de gestión que favorecen el control y la delegación de tareas, simultáneamente. Aún contando con una estructura bien precisa, con metas claras y una definición de tareas y funciones para cada área, las editoriales —como todas las organizaciones— se estructuran en función de sus relaciones formales y, también en gran medida, se constituyen por las relaciones informales entre sus miembros. Y esta situación gravita mucho sobre las editoriales universitarias, que por su naturaleza se hallan insertas en una organización más amplia y compleja que suele estar orientada hacia otros fines y objetivos.

Hasta aquí se enumeran elementos que hacen a la estructura de una editorial universitaria: el diseño de esa estructura, las características del cuerpo que tiene en sus manos la dirección y gestión, el vínculo que se establece con la institución en la que se inserta la editorial, la proporción de poder público y privado con que se desenvuelve, la definición de funciones de cada área, los instrumentos para la gestión y el control, el grado de capacitación de sus empleados, la dotación de personal, la participación de personal tercerizado.

La caracterización de las editoriales universitarias a partir del número de personas que trabajan en ellas, y el análisis del grado de desarrollo y nivel profesional de sus trabajadores

es una de las tareas más complejas de este estudio porque la información contenida en los distintos relevamientos nacionales no ofrece un grado de desagregación suficiente como para hacer comparaciones certeras.

Podría tomarse como punto de partida algún parámetro externo, como la dotación promedio de las editoriales universitarias de otras regiones, o de las editoriales comerciales de la región, o algunos criterios para precisar cuándo la dimensión de la plantilla de personal es adecuada a la dinámica editorial, en otras palabras, determinar si hay un número óptimo de empleados.

¿Con relación a qué objetivo podría establecerse ese número? Según precisa Thomas Woll en el libro ya citado,[94] un plantel mínimo para una pequeña editorial podría consistir en un empleado para cada uno de los cuatro departamentos funcionales (editorial, ventas, finanzas, producción) mas un asistente. Pero en términos de rentabilidad, ofrece una regla: cada empleado debiera generar al año con su trabajo —al menos en los primeros años de existencia de la editorial—, una ganancia equivalente a 200 mil o 250 mil dólares. Aún si se consideran las divisas correspondientes a cada país involucrado en este estudio en lugar de dólares, la cifra es completamente desproporcionada para la realidad de Latinoamérica y el Caribe (ver tabla IV), si bien es importante tener presente que las editoriales a las que se refiere Woll son editoriales comerciales que deben afrontar, mes a mes, sus costos estructurales. Tomar como modelo esta propuesta, implicaría que estas editoriales tuvieran como meta prioritaria la rentabilidad, y tal como se vio en el punto anterior cuando se desarrollaba el concepto de misión de las editoriales universitarias, mayoritariamente, las de la región persiguen como objetivo esencial la difusión de obras de calidad y rigor académicos, entre los miembros de la universidad y la comunidad. Es interesante observar, si se analiza la estructura de una editorial universitaria extranjera perteneciente al ámbito público como la University of Michigan Press, que no sólo cuenta con una abultada plantilla de personal sino que, además, funciona con una minuciosa delimitación de roles.[95] Por ejemplo, dentro del departamento de Adquisiciones, dedicado a la aceptación de originales y otras instancias de evaluación, cada uno de los especialistas se consagra a una temática específica (artes, deportes, política). La estructura de la editorial se encuentra dividida, en total, en 10 departamentos: Administración —que incluye la dirección editorial—, Adquisiciones,

94 T. Woll, op cit., p. 80.

95 University of Michigan Press. Ver: http://www.press.umich.edu (fecha de consulta: 16 de diciembre de 2004).

Negocios —que incluye el área contable—, Edición técnica, Producción, Ventas, Marketing, Legales, ESL (inglés como segunda lengua), e Intendencia. En suma, 49 personas trabajan en esta editorial, de las cuales 9 están dedicadas al departamento de edición técnica.

La información contenida en el sitio web de la Internacional Publishers Association (Unión Internacional de Editores) [96] no alcanza a brindar todos los datos necesarios como para establecer a ciencia cierta cuál es el número de empleados total o promedio dentro de la industria editorial, porque no todos los países que editan participan dentro de esta asociación y porque no todos los que sí pertenecen a ella contribuyen enviando la información requerida. No obstante, se puede colegir que la industria editorial emplea un número comparativamente reducido de empleados, respecto de otras industrias (sobre todo, si nos referimos a la industria editorial dedicada a libros y no a publicaciones periódicas). Por ejemplo, Francia emplea 10.278 trabajadores, frente a los 24.470 de Alemania o los 4.686 de Argentina.[97] En tanto, Francia publica 26.499 nuevos títulos al año, Alemania 68.399 y Argentina, 11.956. Un estudio coordinado por la Cepal-ONU de Buenos Aires afirma que del total de ganancias mundiales que genera la industria de contenidos, Estados Unidos absorbe el 55 por ciento y a Unión Europea el 25 por ciento. Los países iberoamericanos solo retienen el 5 por ciento a pesar de que el español es hablado por 450 millones de personas. Este estudio sectorial realizado por Pablo Perelman sobre la actividad en la Argentina,[98] brinda datos con un alto nivel de desagregación, como para observar que —dentro de las industrias culturales—, el ítem edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones genera solo el 0,12 por ciento del PBI y apenas el 0,06 por ciento de los puestos de trabajo. Aunque estas cifras se incrementan si se incluyen más trabajos relacionados con otras actividades de la edición: actividades de impresión y actividades de servicios relacionados con la impresión, o con los ítem relacionados con la comercialización como la venta al por mayor de libros, revistas, diarios, artículos de librería, papel y cartón y la venta al por menor de libros, revistas diarios, artículos de librería, papel y cartón. En conjunto generan el 2,05 por ciento del PBI y el 1,71 por ciento del empleo.[99]

96 International Publishers Association-Unión Internacional de Editores. Ver: http://www.ipa-uie.org/statistics (fecha de consulta: 16 de enero de 2005).

97 Ídem. Datos correspondientes a 2001. Entre el listado de países, solo figuran de América latina y el Caribe: Argentina, Chile y Colombia. Estos dos últimos no enviaron información al respecto.

98 P. Perelman, op. cit.

99 Ídem. Tómese en cuenta que no se incluyen en esos valores los aportes realizados por el sector de la industria dedicado a la edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, que generan un 0,83 por ciento del PBI y participan con un 0,34 por ciento de los puestos de trabajo. Por otro lado, las cifras dejan siempre espacios de inexactitud, porque el grado de apertura de los datos nunca es todo lo amplio que se requiere. Por ejemplo, los datos sobre la actividad de las imprentas incluye lo generado por la impresión de otros tipos de materiales que no tienen nada que ver con la industria editorial.

Cuando se menciona el grado de profesionalización de la actividad, en pocos casos se habla de editores técnicos o de editores especializados en desarrollo editorial o de especialistas en comercialización de libros o de profesionales del diseño y la producción: prácticamente todos los informes coinciden en reclamar una mayor profesionalización del sector.

En el caso de la edición técnica, no es posible concluir a partir de los datos con los que se cuenta si se debe a una mera omisión, a que en la mayoría de las editoriales no se realizan tareas de edición técnica o si se trata de una falta de reconocimiento de la especificidad de la labor. En este sentido, el informe de Argentina conjetura: «Esto tal vez sea coincidente con ciertas dificultades del papel del editor —aquí y en el mundo—, ya que se trata de una especialización pocas veces profesionalizada y con reciente validación académica (a excepción de España, Inglaterra, Estados Unidos y otros pocos lugares del mundo)».[100]

La falta de profesionalización de funcionarios y empleados del sector es uno de los puntos de este informe donde la coincidencia de opinión es total. Ninguno de los relevamientos nacionales o subregionales hace la mínima mención de conformidad con la capacitación de su plantel. Todo lo contrario.

A pesar de ser una preocupación de los especialistas, las posibilidades de capacitación formal de los trabajadores de la industria editorial de la región son escasas, casi nulas. Solamente México, Brasil y Argentina ofrecen alguna alternativa para el estudio continuo, pero las opciones en cuanto a modalidades (presencial, a distancia, semi-presencial), intensidad, duración, u orientaciones son exiguas; además, se limitan a las grandes ciudades y excluyen de toda expectativa de desarrollo a quienes no viven en estas urbes.

La preocupación por la capacitación de las personas empleadas en el mercado editorial de los países en desarrrollo no es nueva, el *Manual de administración editorial* explica: «Durante mucho tiempo se ha reconocido que la falta de suficiente personal cualificado es uno de los principales obstáculos para el crecimiento de las industrias nacionales del libro»,[101] y que éste fue el origen y motivo de los programas de formación para editores, libreros e ilustradores que se impartieron en la región y en otros sitios del planeta por parte de la Unesco, con el apoyo de otras fundaciones.

100 Informe Argentino p. 45.

101 Unesco, op. cit., p.11.

Ricardo Nudelman, un editor de enorme trayectoria en el mercado editorial,[102] lleva años insistiendo en que la capacitación es una inversión reproductiva, y enfatiza: «No hay proyecto posible de modernización del sector del libro que no pase por la capacitación de todos quienes laboran en él, cualquiera sea su jerarquía dentro de la empresa o la tarea que le toque realizar. Con escasos recursos o con sofisticadas tecnologías, incorporar conocimientos para mejorar la productividad y los resultados de nuestras empresas resulta ya una tarea insoslayable. El sector debe preguntarse seriamente qué clase de cuadros medios y de dirección, pero también en los niveles inferiores, quiere preparar para pilotear la nave […]».[103]

Nudelman considera que la capacitación mejora la eficiencia y permite ofrecer un mejor servicio. Que el mismo sector editorial debería propiciar la formación y capacitación de sus profesionales, aunque no descarta la participación o la ayuda del Estado que puede otorgar validez académica a los programas instrumentados por el sector. También señala que es necesaria la lectura habitual de todo aquel material que se relacione con el quehacer literario y editorial. Dice: «Una buena formación profesional en el sector incluye programas de formación técnica en las distintas materia que nos incumben [...]. Y deben ser los profesionales del libro, impulsados por las cámaras nacionales y por los organismos internacionales dedicados al fomento del libro y la lectura, quienes no solamente brinden información sino también elaboren los materiales para la capacitación y el entrenamiento de quienes integran el sector».[104] Por último, propone unir los esfuerzos dispersos, propugnar por un sistema unificado de capacitación y entrenamiento permanente en todos los países latinoamericanos y recuerda que existe una institución, el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc) que tiene entre otros ese objetivo y que además puede coordinar los apoyos estatales y privados necesarios para lograrlo.

102 Ricardo Nudelman es actualmente gerente general de Fondo de Cultura Económica, participó en el diseño curricular de la carrera de Edición de la UBA y fue docente de la materia Administración de la Empresa Editorial en ella.

103 R. Nudelman, «La capacitación es una inversión reproductiva», ponencia presentada en el Encuentro del Libro y la Edición en Iberoamérica, Cartagena de Indias, 2002.

104 R. Nudelman, «La capacitación es un inversión reproductiva» en El libro y la edición. Hacia una agenda de políticas públicas, Cerlalc, Bogotá, 2002.

TABLA IV. CANTIDAD DE PERSONAL (ESTRUCTURA FIJA)

PAÍS	OBSERVACIONES GENERALES	MAGNITUD 1	MAGNITUD 2
América central	Panamá: tiene dos universidades con activo trabajo editorial (la Universidad de Panamá y la Tecnológica). Solo hay datos de la última, cuenta con 21 empleados aunque adscriptos a la imprenta. Costa Rica: Solo hay datos de la Editorial de la Universidad Estatal a Distancia, que produce un promedio de 250 títulos al año y cuenta con 48 empleados; su presupuesto anual ronda el millón de dólares. Nicaragua: Hay información solo de la editorial perteneciente a la Universidad Nacional Autónoma, que tiene dos sedes: Managua y León. Los empleados están a cargo, también, de las tareas inherentes a la impresión de papelería para la universidad. Honduras: Hay información de dos universidades, la Universidad Nacional Autónoma y la Universidad Pedagógica Nacional. El Salvador: la editorial de la Universidad Pública de El Salvador es responsable, también, de la imprenta y de los trabajos de papelería general. Guatemala: tiene la editorial universitaria más grande de América central, pertenece a la Universidad de San Carlos de Guatemala (Editorial Universitaria tuvo un presupuesto para el año 2002 de 337 mil dólares; publicó 17 títulos).	Panamá: hasta 21 empleados (la Universidad de Panamá, 7; la Tecnológica, sin contar los adscriptos a la imprenta, 13). Costa Rica: la Universidad Nacional y el Instituto Tecnológico entre 6 y 8. Nicaragua: 12 empleados, sede Managua; 10 empleados, sede León. Honduras: la editorial de la Universidad Nacional Autónoma cuenta con 23 empleados. Respecto de la Universidad Pedagógica Nacional se conoce su estructura de funcionamiento (cuenta con un director, un consejo editorial, secciones contable, técnica, administrativa, arte y diseño, y taller). El Salvador: sin datos numéricos.	Costa Rica: las dos más grandes, la Universidad de Costa Rica y la Universidad Estatal a Distancia, superan los 48 empleados. Guatemala: la Universidad San Carlos, 59 empleados. De las demás, se desconocen datos.
Argentina	La mayoría de las editoriales no especifica el número de empleados	Aunque no está especificado, se deduce de los informes locales que la dotación de personal está compuesta por entre 2 y 5 empleados.	De las 5 más activas (que participaron del estudio), solo una, Eudeba, tiene más de 40 empleados*. El resto, las editoriales de las universidades de Misiones, Cuyo, Quilmes y La Plata tienen un número cercano a los 10 empleados.
Bolivia	No se especifica un número, pero el informe aclara que las 4 editoriales públicas que respondieron al estudio carecen de personal suficiente y dedicado exclusivamente a esta labor.		
Brasil	El informe no permite conocer qué relación guarda la cantidad de personal empleado con el nivel de producción o facturación.	El 73% emplea entre 1-10 personas. El 20% entre 11-30	El 5% emplea entre 31 y 50 personas; ninguna emplea más de 50.

* R. Vega, Proyecto editorial universitario, Bs.As., 2002. Sin publicar, tesis para la Maestría en Finanzas Corporativas, Universidad del Cema.

PAÍS	OBSERVACIONES GENERALES	MAGNITUD 1	MAGNITUD 2
Chile	El informe no brinda datos consolidados, comparativos, sobre la dotación del país. De las 25 universidades públicas que participaron del informe, ninguna brindó información sobre el número de empleados y su capacitación.		
Colombia	La actividad editorial se lleva a cabo con poco personal de planta, el 79% de las editoriales tiene hasta 8 empleados en planta. El 68% del personal que interviene en actividades editoriales es personal externo, contratado. Aunque (si bien no está especificado), el informe da a entender que este porcentaje incluye al personal destinado a tareas de impresión.	55% de las editoriales tiene 4 empleados; el 24% entre 5 y 8.	El 21% entre 12 y 52 empleados. En total, considerando empleados de planta, evaluadores, técnicos del área de producción y diseño, impresores, contratistas y otros, el sector de las editoriales universitarias colombianas emplea a 1.170 personas.
Cuba	Si bien la actividad anual es muy intensa y se hace mención al hecho de que, paulatinamente, los trabajadores van incrementando su calificación, no se brindan datos sobre la cantidad de personal abocado a las actividades editoriales.	No hay datos acerca de la cantidad de empleados.	
República Dominicana	Según el informe, la cantidad de recursos humanos es limitada y su especialización también. Solo el 50% de las instituciones tiene un departamento con personal directivo para la actividad editorial. Solo 6 de las 14 instituciones relevadas cuentan con algún otro personal, aparte del director y un/a secretario/a. El informe no provee más datos cuantitativos.		
Ecuador	No hay datos generales, para el país. Indica que la editorial Abya Yala, de la Universidad Salesiana, está compuesta por dos departamentos: el editorial y el de producción. Sus profesionales están especializados para cada tramo del proceso de edición (editor, corrector, diseñador, responsable de producción, responsable de comercialización).	No hay datos acerca de la cantidad de empleados. Flacso, UASB, UDC, UTPL y Puce (Categorización estimada en función de su producción: 9,2 títulos promedio al año)	No hay datos acerca de la cantidad de empleados. Abya Yala (Categorización estimada en función de su producción: 100 títulos promedio al año).

PAÍS	OBSERVACIONES GENERALES	MAGNITUD 1	MAGNITUD 2
México	Detalla una serie de procesos que arranca con la preparación de originales hasta la encuadernación, y en cada ítem (7 en total) especifica cuándo es interno y cuándo externo, que denota división de tareas. No se puede colegir qué cantidad de empleados están abocados a cada una de ellas.	No hay datos acerca de la cantidad de empleados.	
Uruguay	Según el informe, las empresas editoriales tienen poco personal. No hay más información cuantitativa.	Editorial Nueva Jurídica, actualmente tiene un solo empleado. Oficina del Libro Fefmur: si bien no brinda un número preciso de empleados, en cambio da detalles acerca de su estructura: está dirigida por un consejo de administración equivalente a una gerencia general de la que dependen las áreas administrativa, editorial y de producción. Editorial Nuevo Siglo, actualmente no tiene empleados. Fundación de Cultura Universitaria: 6 empleados (aproximadamente).	
Venezuela	En el año 2001, la industria editorial venezolana empleó a 8.250 personas, con un promedio de 10 empleados por empresa. Las editoriales universitarias tienen un número aún menor de empleados.	La mayoría (porcentaje no especificado por el estudio) tiene una estructura fija de personal de entre 3 y 7 empleados.	La Universidad Central de Venezuela es la única con un número superior de empleados, aunque esta cantidad no se suministra en el informe. Esta universidad cuenta con 17 fondos editoriales distribuidos en las distintas facultades. Uno de los fondos es Ediciones de la Biblioteca (Ebuc), que cuenta con una estructura con funciones delimitadas; actualmente está en vías de aumentar su estructura agregando dos nuevas áreas, el departamento de mercadotecnia y el departamento de producción.

3. PRODUCCIÓN BIBLIOGRÁFICA

En conjunto, y tal como se menciona en la introducción, América latina y el Caribe tienen una matrícula muy abundante de alumnos universitarios en condiciones de consumir bibliografía. Mucho de este material puede estar potencialmente escrito por los docentes universitarios que pertenecen a la región, pero la realidad muestra que, en líneas generales, la gran masa de bibliografía que se consume (en especial en lo referido al soporte libro) proviene de universidades del extranjero o de editoriales comerciales, tanto de la región como extracontinentales.

A continuación se presenta una tabla (tabla v) que informa sobre la cantidad de títulos publicados, los ejemplares totales y la tirada promedio para los distintos países. Estos datos, nucleados por país, proponen una idea aproximada del volumen, pero debe tenerse en cuenta que hacia el interior de cada Estado, la realidad de las distintas editoriales es tan diversa como para que coexistan, en Guatemala, por ejemplo, una editorial con un fondo de 475 títulos y otra con 5.

TABLA V. CANTIDAD DE TÍTULOS EN EL FONDO

PAÍS	CANTIDAD DE TÍTULOS	EJEMPLARES	TIRADAS PROMEDIO
América central	Panamá, cerca de 177. Costa Rica, aproximadamente 3.100. Nicaragua, solo hay datos de una: 33 títulos. Honduras, cerca de 670. Guatemala, 480. El Salvador: 13 títulos (datos incompletos).	1.037.914 para toda la región. Panamá: 6.500. Costa Rica: 968.514. Nicaragua: 12.000 Honduras: 18.000 Guatemala: 31.500	Promedio regional: 945. Son valores estimados, no se obtuvo respuesta de todos los consultados. Panamá: 374. Costa Rica: 1.156 Nicaragua: 5.000 (datos de una sola editorial). Honduras: 715. Guatemala: 1.353 El Salvador: 1.000.
Argentina	3.100, esta es la cifra que informa la Red de Editoriales Universitarias (ReUN) como fondo vivo de publicaciones provenientes de las editoriales universitarias. (La cifra es de diciembre de 2002.)	No hay datos.	550. Estos datos corresponden a las 11 editoriales que participaron de la encuesta. Se observa gran disparidad entre editoriales: la Universidad del Sur, por ejemplo, puede llegar a hacer tiradas de 100 ejemplares y Eudeba, de la UBA, puede superar los 5.000.
Bolivia	Según expresa el informe, «Las universidades públicas cuentan con un número muy grande de publicaciones y es prácticamente imposible detallarlas por completo». A pesar de algunas incongruencias en los datos, se estima la cantidad en 2.400 títulos.	No hay datos.	No hay datos.

PAÍS	CANTIDAD DE TÍTULOS	EJEMPLARES	TIRADAS PROMEDIO
Brasil	El libro científico, técnico y profesional aportó 12.250 títulos, según el documento «Diagnóstico del sector editorial brasileño», de 2001*. En ese mismo año, las editoriales universitarias produjeron 7.276 nuevos títulos. Una media de 34 títulos por editorial, por año.	Todo el mercado del libro universitario (incluyendo a las editoriales comerciales) produce unos 22.500.000 de ejemplares.	1.800 ejemplares. Este dato se aplica a todo el mercado del libro universitario, no solo al publicado por las universidades.
Chile	Las universidades tradicionales —las públicas—, poseen en conjunto 4.878 títulos. Este número es un histórico, incluye títulos vivos y descatalogados. El sector de las universidades privadas aporta 596 títulos. Solo 2 editoriales produjeron en el año 2002 más de 45 títulos. 32 editoriales produjeron entre 0 y 10 títulos. Otras 5 editoriales publicaron entre 11 y 20 títulos.	No hay datos.	Más de la mitad de las editoriales producen tiradas inferiores a los 500 ejemplares. Solo 6 de las editoriales producen tiradas superiores a los 1.000 ejemplares.
Colombia	Las 3 editoriales más grandes editan el 52% de los títulos. El 72% de las universidades producen menos del 6% del fondo total. En conjunto, las 29 editoriales que participaron del informe editaron en el lustro 1998-2002 un total de 3.431 títulos. Cifra que experimentó casi un 300% de incremento en ese periodo.	Cercano a los 2.100.000 de ejemplares.	611 ejemplares. Solo 5 editoriales producen tiradas de 1.000 o más ejemplares.
Cuba	1.286 títulos entre los años 2000 y 2003	1.699.600	
República Dominicana	No hay datos totales. El promedio para las editoriales más activas es de 8 títulos al año; para las más pequeñas, 4. Sin embargo, Editora de la Universidad aporta, en promedio, 80 nuevos títulos al año.	No hay datos.	1.000 ejemplares.
Ecuador	690 títulos entre los años 1998 y 2002. Corresponden a lo registrado en la Cámara Ecuatoriana del Libro por las 7 editoriales universitarias inscriptas ante ese organismo. Abya Yala, la más activa, tiene un fondo de 1.421 títulos y un promedio anual de 120.	No hay datos.	Promedio entre las editoriales que enviaron la información: 661 ejemplares. Abya Yala: 500. Editorial Universitaria: 1.000. Pontificia: 500. San Francisco: 1.500. Espíritu Santo: 500. Cuenca: 400. Andina: 1.000. Guayaquil: 500. Politécnica: 50
México	7.856 en el fondo. Los títulos nuevos para 2002 son 154.	71.702	465 ejemplares. Como todo promedio, puede ser distorsivo. Por ejemplo, la UNAM que aporta 7364 títulos, del total de 7856, no informa cantidad de ejemplares. Del resto de las universidades que participan en el estudio (cinco), 4 tienen tiradas superiores a los 700 ejemplares y Sonora, apenas 250.
Uruguay	No hay datos.	No hay datos.	Solo informa que la tirada fluctúa entre 200 y 700 ejemplares.
Venezuela	No hay datos totales. A modo de orientación se informa que la editorial de la Universidad Simón Bolívar editó 74 títulos entre 1995 y 2003. Una de las editoriales pertenecientes a la Universidad Central de Venezuela (tiene 17 en total), editó 90 títulos en 2002. Y que la editorial de la Universidad Andrés Bello edita 35 títulos al año, en promedio.	No hay datos.	1.000

Fuente: Datos obtenidos de los estudios nacionales sobre la situación de las editoriales universitarias. Elaboración del autor.

* E. de Melo Naves y M. Oliveira, Diagnóstico do setor editorial brasileiro. San Pablo, Cámara Brasileña del Libro, 2002. [sin publicar]. Los datos de este documento no se refieren exclusivamente a la producción universitaria sino que incluyen a la producción de textos para el público universitario, técnico y profesional, aunque la editorial que los publique sea comercial.

Los resultados que se desprenden del análisis de la tabla anterior son coincidentes con la opinión de varios de los investigadores de la región, en el sentido de que América latina y el Caribe constituyen un mercado potencial muy interesante para la producción editorial.[105] Por esta razón, sería interesante indagar los motivos por los cuales las editoriales consideradas no llegan a desarrollar todo su potencial como generadoras de contenidos, porqué muchos de sus títulos se editan en tiradas tan pequeñas como antieconómicas y porqué, en numerosas ocasiones, las bodegas y los depósitos se encuentran repletos de ejemplares que no hallan lectores.

¿Es posible pensar que esta falta de encuentro entre los lectores potenciales y la producción universitaria se deba a una construcción desafortunada del catálogo o a la falta de condiciones propias de los títulos que lo conforman?

Desafortunadamente, es poca la información que se brinda en los estudios nacionales respecto del modo en que se diseñan las colecciones y de los criterios de adecuación y pertenencia que tienen que reunir los originales. Este hiato en la información puede obedecer a que es un aspecto sobre el que no se producen conflictos o porque el camino para la construcción de un catálogo y la aprobación de originales es claro, está bien delimitado y el resultado es satisfactorio. Pero, más probablemente, esta ausencia de comentarios al respecto obedezca a que se trata de un terreno hasta el momento poco explorado. Las razones para colegir que esto es así radican en que —como se mencionó unos párrafos antes— los lectores naturales de los libros producidos por las universidades latinoamericanas compran sus libros a casas editoras comerciales o a universidades extranjeras extracontinentales.

El informe argentino menciona un caso prototípico, el del Centro de Publicaciones de la Universidad del Litoral, que tiene organizado su fondo editorial en cuatro colecciones generales: Ciencia y Técnica, Cátedra, Cultura y Sociedad y Honoris Causa, además de una quinta colección, Ediciones Especiales. Cada una de ellas cuenta con varias series. Esta taxonomía le permite al Centro de Publicaciones, por un lado, diseñar estratégicamente el catálogo en función de políticas propias y, al mismo tiempo, cumplir con los compromisos académicos que pesan sobre todas las editoriales universitarias. Así, Ciencia y Técnica será la colección de los

105 «Desde el punto de vista editorial, América latina tiene características demográficas y culturales sobresalientes: en primer lugar, la alta concentración de su población en grandes ciudades y centros poblacionales. [. . .] En segundo lugar, la alta concentración de población joven, en edades escolares y universitarias. [. . .] En tercer lugar, la alta concentración idiomática de su población hispano parlante. [. . .] Según estadísticas de la Unesco, en 1989 la matrícula de estudiantes universitarios para América Latina y el Caribe fue de 7.254.000 estudiantes y los docentes de este nivel educativo eran 606.000. Sin tener en cuenta otros posibles lectores de textos universitarios, estas cifras señalan el gran potencial de demanda para este tipo de libros.» Á. Facundo, op. cit.

proyectos de investigación (CAI+D), tesis de posgrado, doctorado y maestrías. Honoris Causa le permitirá homenajear a los pensadores e intelectuales galardonados con esa distinción dentro del ámbito de esa universidad, lo mismo que Ediciones Especiales, que como su nombre lo indica, tratará de títulos que no pueden incluirse dentro de la otras categorías y que sirven para hacer público el reconocimiento a autores regionales de prestigio. Cátedra, destinada a la difusión de la bibliografía requerida en las cursadas, es material elaborado por los propios docentes; y Sociedad y Cultura, que abarca las obras de literatura y los ensayos sobre las ciencias sociales. Cuatro colecciones y una especial sirven para que la editorial despliegue una política editorial propia, con carácter, interés, con demanda de los lectores, y que pueda al mismo tiempo cumplir con obligaciones que la comunidad educativa universitaria le atribuye (como la publicación de los resultados de las investigaciones, el reconocimiento en "letras de molde" de las personalidades destacadas de su ámbito). En otros casos esta partición del catálogo en colecciones es menos sintética y agrega, además, una colección destinada a la divulgación de temas científicos para los lectores extra universitarios (como Argumentos, de Editorial Universitaria de la Universidad Nacional de Misiones o Ciencia que ladra de Ediciones de la Universidad Nacional de Quilmes). También es frecuente encontrar una serie o colección destinada a cubrir el devenir histórico, cultural de la casa de estudios y que suele albergar, además, la edición de actas de congresos, documentación institucional, etc., como la serie Documentos y Testimonios, o la serie Catálogos, ambas de Editorial de la Universidad Nacional de Cuyo.

Una de las hipótesis más firmes de este estudio comparativo y exploratorio es que las editoriales universitarias no logran hacer «la necesaria distinción entre lógica académica y lógica editorial».[106]

La autora de esta última frase y del artículo del que ha sido tomada, Patricia Piccolini, propone planteos tan agudos e interesantes que es difícil escoger entre ellos. En primer lugar, hace hincapié en el malestar que suele existir entre los autores universitarios cuando su original no es aceptado para su publicación, aunque es sabido que son pocas las editoriales universitarias con la suficiente autonomía como para poder rechazar trabajos de autores pertenecientes a la casa de estudios. Y las dificultades por negarse a convertir un original inapropiado en libro aumentan significativamente si ese texto ya fue evaluado

106 P. Piccolini, «Textos y originales en la edición universitaria o la necesaria distinción entre lógica académica y lógica editorial», ponencia presentada en las Primeras Jornadas de Expresión Te doy mi palabra, organizadas por la Universidad de Buenos Aires, octubre de 2004. Muchos de los conceptos que se exponen en este apartado son tomados del trabajo de esta especialista en edición editorial.

positivamente en alguna instancia académica. Muchos investigadores y académicos consideran a la editorial universitaria como una agencia de servicios editoriales, o más precisamente, una oficina de impresiones. Un organismo reproductor de publicaciones que sirven para «mojonar una trayectoria académica».[107] Como bien dice Claudio Rama: «La oferta tiene múltiples determinaciones asociadas con la autorrealización de los creadores y la obtención de beneficios no monetarios sino de carácter simbólico. [...] El reconocimiento, y en algunos casos la mera expectativa de reconocimiento de determinados públicos»[108] sería lo que estimula a la publicación en algunos autores.

Se produce así una confusión entre la política educativa y la gestión de influencias dentro de la universidad, y las políticas editoriales. Si es difícil hacer frente al embate de las presiones políticas internas, mucho más complicado es cuando ese original viene con el respaldo de la conducción y de las instancias de evaluación académica. Si a ese escenario se le suma una gestión editorial carente de políticas y de programa de publicaciones, entonces, la editorial se transforma en una oficina más cuya capacidad de acción se limita en transformar un único original en un artefacto capaz de reproducirse industrialmente.

Hasta este momento los desajustes entre la lógica académica y la editorial están centrados en los criterios de pertenencia y adecuación. Porque se está hablando de originales que gozan del aval que el campo científico exige, pero que aún no han sido evaluados para saber si esos libros potenciales se ajustan a las líneas de la casa editora, ni si se adecuan a los requerimientos del catálogo (la pregunta podría ser, por ejemplo: ¿es necesario otro libro más de análisis matemático para el primer curso?).

La construcción de un catálogo es una tarea compleja y llena de sutilezas, para la cual no es sencillo proponer un método preceptivo que sirva para todos y todo. Constituyen una excepción las cartas que Italo Calvino dirigió a numerosos autores durante su vida como editor profesional de Einaudi, y que forman parte del bello volumen *Los libros de los otros*,[109] cartas en las que logra poner en palabras la diferencia entre un texto y un libro, y entre un buen libro y un buen libro apropiado para un catálogo particular. Una tras otra, cada carta contiene la sincera opinión de Calvino editor; sin ningún miramiento le dice a cada autor

107 Piccolini, op. cit.
108 C. Rama, op. cit., p. 181.
109 Calvino, Los libros de los otros: correspondencia (1947-1981), Tusquets, Barcelona, 1994.

cuándo cree que su obra es buena o no y cuándo tiene posibilidades de convertirse en un buen libro (si la tiene, claro). En una carta dirigida nada menos que a Primo Levi, fechada en 1961, lo felicita calurosamente por la nueva antología de cuentos que le ha enviado para evaluar y le aconseja: «En resumen, es una dirección en la que te aliento a trabajar, pero sobre todo a encontrar una editorial donde puedan salir con cierta continuidad cosas de este tipo y entablar un diálogo con un público que sepa apreciarlas.»[110] Primo Levi es ya un autor valorado; Einaudi —la editorial para la que trabaja Calvino— es una editorial volcada a la literatura italiana y a las ciencias sociales con un perfil ideológico muy definido; la nueva obra de Levi es muy buena, sin embargo, el editor descarta incorporar este libro a su catálogo.

A diario los directores de las editoriales universitarias se enfrentan a originales que carecen de la calidad mínima para ser convertidos en libros, pero solo en algunos casos; en otros, se encuentran con textos eruditos e investigaciones respaldadas con la aprobación de las instancias académicas, pero que carecen de interés aún para los lectores universitarios calificados. «Hay millones de personas con estudios universitarios —dice el mexicano Gabriel Zaid—. Por mal que estén económicamente, pertenecen a la capa superior de la población. Pues bien, estos millones de personas superiores en educación y en ingresos no dan mercado para más que dos o tres mil ejemplares por título, o mucho menos.»[111]

Inclusive, los editores deben lidiar con los autores de libros cuyas ediciones previas han logrado éxito de ventas, a pesar de lo cual, son textos que necesitan y se verían beneficiados con un intenso trabajo de edición técnica. Tal vez, es el caso de aquellos originales que nacen como apuntes de cátedra, luego evolucionan a un anillado y de allí, se convirtien en libro en la imprenta de la facultad. Como la cátedra obliga a sus alumnos a adquirir ese impreso se colige automáticamente que lo producido es un buen libro. Sin dudas es un libro con demanda —demanda equivalente a la matriculación en ese curso—, pero difícilmente, el hecho de formar parte de la bibliografía obligatoria lo convierta en un buen libro, y mucho menos logre tener entidad como publicación, o convertirse en un libro vendible fuera del ámbito de la cátedra que lo preparó.

Ocurre que aun si el original en cuestión cuenta con la validación de una instancia de referato (como suele ocurrir), y aun si desarrolla

110 Ídem, p. 208. Estos cuentos que luego saldrían editados en español en Alianza con el nombre Historias naturales, Madrid, 1988.

111 G. Zaid, Los demasiados libros, Barcelona, Anagrama, 1996.

una temática que se enrola en los lineamientos de la editorial y es adecuado a las necesidades existentes(comomaterialdecátedra,porejemplo), o es apropiado para generar necesidades —para irrumpir en el campo del saber—, todavía le resta cumplir con exigencias internas, de construcción y organización textual. Si estos requisitos, que pueden parecer mucho más pueriles que la instancia de referato a la que ha sido sometida la investigación con anterioridad, no se cumplen se obtiene como resultado un texto que no es publicable al menos que atraviese un largo proceso de intervención editorial.

Piccolini desgrana algunas de las características esenciales que necesita reunir un original antes de convertirse en libro y antes de atravesar un intenso trabajo de edición que puede incluir, en algunos casos, la reescritura de numerosas páginas. La extensión, por ejemplo, debe ser apropiada al tema y al lector. Además, debe albergar una mínima coherencia interna ya que tiene que guardar el máximo correlato a lo largo del libro, entre un acápite y el siguiente. Otro requisito fundamental: el original debe estar libre de plagios y auto plagios. Por un lado, para respetar el trabajo ajeno y la buena disposición de los lectores. Y, por el otro, porque sería factible pensar que si el autor no tiene nada nuevo que decir, sería muy prudente no editarle un nuevo libro, lo que implica un acto de respeto hacia los lectores.

De todos los obstáculos que un texto puede tener para convertirse en libro, tal vez sea la falta de lectores el más serio. Y no en el sentido de la falta de una correcta distribución o de un desencuentro material entre el consumidor y el libro, sino en el sentido de que muchos de los libros no son leídos por el simple hecho de que no fueron pensados para ser leídos. «La creación es tanto un acto individual como colectivo —señala Claudio Rama—, pero adquiere expresión, significado cultural cuando es asumida por determinados segmentos sociales específicos, cuando recibe un reconocimiento colectivo. En ese momento obtiene categoría y calidad de producto cultural y deja de ser un mero acto creativo. El colectivo otorga significación y dimensión a la creación individual, que a través del mercado se enajena del creador y toma su rol como producto cultural.»[112]

Ocurre que muchos de esos libros no vienen a satisfacer ningún deseo ni necesidad de sus lectores, no cubren necesidades formativas, ni instrumentales, ni intelectuales. Tampoco vienen a producir una grieta, un creativo desajuste entre lo que el lector espera del libro y lo que encuentra.

Se sigue negando la necesidad de intervenir esos textos hasta lograr un producto orientado

112 C. Rama, op. cit., p. 17.

a un lector. Solo de esta manera un lector puede experimentar lo que Schiffrin describe como «la ventaja de tratar con editores que al fin y a la postre son gente cuyo oficio es hacer una selección, elegir el material que van a publicar según ciertos criterios. Su nombre en la cubierta de los libros basta como garantía –o inquietud—sobre la naturaleza del contenido. De un libro publicado por determinada editorial se espera que respete ciertos criterios, que tenga tal o cual orientación política, que su contenido sea o no fiable; en una palabra, el nombre del editor procura cierta garantía».[113]

No se propone confundir previsibilidad, o el marco de referencia que ofrece un sello editorial, con publicar exclusivamente aquellos libros que cuenten con un público seguro, porque, es tarea indelegable de los editores universitarios la construcción de un catálogo que conlleve a la creación de un público lector. Y la tarea de salir a explorar y explotar esas temáticas abandonadas por los actores comerciales del sector, a veces, inclusive «a contracorriente de las ideas del momento»,[114] requiere de movimientos que se produzcan con independencia del resultado económico, para evitar lo que el editor norteamericano llama la «censura del mercado»,[115] consistente en invalidar cualquier proyecto de edición que carezca de un prepúblico y que difunda un punto de vista original o un nuevo talento. Es un ejemplo frecuente, pero sigue siendo apropiado, recordar que las primeras ediciones de Kafka o Brecht apenas superaban los 600 ejemplares.

Otro aspecto de la producción bibliográfica que merece atención es el origen del material que será publicado. Si bien ocurre en esta región que la generación de los contenidos es variada, porque pueden provenir tanto de la investigación universitaria (tesinas, tesis, monografías, informes de investigación) como de la práctica docente (productos editoriales para la docencia o el apoyo a ésta), rara vez son el fruto de una propuesta de la editorial para salir al encuentro de los lectores. Pocas veces se trabaja sobre la generación de demanda y la creación de un público lector. En su mayoría, los autores son docentes titulares o adjuntos de las universidades, investigadores, tesistas de grado o postgrado o grupos relacionados con la institución. En algún caso, como es el de la Universidad de Concepción de Chile, la editorial realiza un concurso de textos inéditos para sus profesores y luego se evalúa la posibilidad de publicación.

¿De qué modo se integran las obras al catálogo? A veces se observa que el nuevo

113 A. Schiffrin, La edición sin editores: las grandes corporaciones y la cultura, Santiago de Chile, Lom, Trilce, 2001.
114 Ibídem, p. 84.
115 Según Schiffrin, es un término acuñado por el diario madrileño El País. Op. cit.

título se constituye dentro de una colección preexistente, en virtud de su pertenencia a alguna categoría producto del agrupamiento por tema, nivel de desarrollo y profundidad, tipo de público, origen u objetivo del material, perspectiva ideológica, entre muchas otras categorías, que le facilitan por un lado al lector a predecir qué clase de libro está adquiriendo; y por el otro, le ayudan al editor a tomar decisiones más racionales, orientadas a generar procesos más previsibles a la hora de calcular la cantidad de ejemplares a editar, el precio, los recursos, o las actividades de promoción anticipadas a la aparición de los títulos, entre otras acciones inherentes al producto. El rango de publicaciones puede ser tan grande como para abarcar la edición de las obras completas de un autor o investigador de la casa y galardonado con un premio homenaje a la trayectoria, como es el caso mencionado de la colección Honoris Causa, tanto como colecciones destinadas a los cuadernillos de ejercitación para trabajos prácticos, pasando por los manuales y compendios, las series de divulgación, los apuntes de cátedra.

Pareciera ser frecuente que las ediciones universitarias llegan a las librerías sin poder integrarse a una colección. Esto puede obedecer a cambios frecuentes de gestión editorial como es el caso de Eudeba que llegó a tener más de cien colecciones, porque prácticamente cada nuevo título generaba una colección o serie o simplemente a que los catálogos no están ordenados por colecciones, como el caso de Publicaciones de la Universidad de La Pampa, Argentina, donde las obras se agrupan según la facultad o instituto que le da origen a la obra.

A pesar de la importancia que tiene la organización del catálogo en colecciones, cuando se estructura un plan editorial y se toman las decisiones en torno de cuántos títulos se editarán en cada serie y con qué presupuesto, la lectura de los informes nacionales poco aporta sobre este punto. En algunos pocos se mencionan los nombres y criterios de pertenencia, y solo en el de Argentina se analiza la estructura del catálogo.

Este tipo de análisis taxonómico prepara el terreno para una evaluación racional de la edición, desde el punto de vista económico y también del editorial. A partir del conocimiento de las obras que ofrece el mercado nacional o latinoamericano sobre una misma temática o recorte del campo científico se puede evaluar si se justifica o no la publicación de determinada obra y, en función del posible universo de futuros lectores, determinar si conviene publicar en soporte papel o electrónico. Inclusive, ayuda a escoger un formato apropiado para el contenido, el

lector y la situación comunicacional. Tesis, ponencias, investigaciones con alto grado de especialización, cuadernos de cátedra, manuales, ensayos, compendios, cuadernillos de ejercitación: son todos productos editoriales muy diferentes entre sí, cuya edición demandará abordajes ad hoc.

Con este esquema, a la hora de proponer el lanzamiento de títulos nuevos, será de suma utilidad considerar quiénes serán los lectores, si serán solo los universitarios o si los lectores potenciales serán extrauniversitarios y, por supuesto, dónde encontrarlos. Mientras que para la tirada de los textos universitarios obligatorios el número podrá estimarse tomando como una de las variables el número de inscriptos a las cátedras, para los textos cuyos lectores potenciales pueden ser profesionales o de la comunidad extrauniversitaria el volumen puede surgir de la cantidad de inscriptos en las asociaciones de profesionales y del número de graduados.

Respecto de las líneas temáticas de las editoriales universitarias latinoamericanas, se observa en forma casi uniforme que están definidas por el carácter de las instituciones y que generalmente hay una correspondencia entre las publicaciones y las áreas prioritarias de desarrollo de las casas de estudio. En casi todas aparecen de modo preponderante las ciencias sociales, la literatura, las generalidades y, en cambio, la producción es mucho menor en el área de las ciencias exactas y naturales y la tecnología. Esta tendencia no se ha modificado en los últimos 15 años, ya el relevamiento de 1990 hecho por Cerlalc[116] informaba un resultado semejante: los seis temas más editados correspondían a las llamadas "ciencias sociales" (literatura y crítica literaria, educación, historia y biografías, derecho y administración pública, ciencias políticas y economía, administración y organización). En conjunto, representaban el 56,87 por ciento de lo publicado (y a los que se les puede agregar aquellos temas que ocupan un lugar más alejado en el ranking de materias con más publicaciones, como antropología, lingüística, sociología y que también se las considera dentro de las ciencias sociales).

Entre las posibles explicaciones a esta segmentación temática, el informe de Argentina propone razones de magnitud de mercados (las carreras con mayor matriculación) que justifican tiradas de ejemplares que absorben costos y permiten precios de venta al público razonables, tanto como motivos de orden técnico (la facilidad de trabajar con los contenidos de los libros).[117] Esta mayor presencia de títulos destinados a las ciencias sociales puede deberse, tal vez, a que la investigación aplicada a las ciencias duras y

116 Á. Facundo, op. cit., p. 144. Esta encuesta refería a Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile y México.

117 Informe de Argentina, pp. 7-8.

tecnológicas requiere no sólo de profesionales altamente calificados —como en todas las áreas—, sino de equipamiento e instalaciones y una inversión sostenida en recursos materiales. Presumiblemente, las universidades y los centros de investigaciones —como el conjunto de la actividad educativa y científica— de la región, acarrean décadas de sistemática desinversión. Varios estudios, entre ellos el de Colombia y el de Ecuador,[118] sugieren que es la necesidad de reflexionar y comprender la complejidad y la dinámica de las sociedades actuales tanto como la evolución de las originarias lo que impulsa la producción tan intensa en las áreas de las ciencias sociales.

Varios de los estudios resaltan el déficit en la producción de publicaciones de fondo como compendios y "últimos avances" en las disciplinas de las ciencias duras y, de modo inverso y el la misma área temática, destacan una abundante producción de manuales de apoyo para los cursos introductorios. «Existe un déficit importante en la producción de publicaciones en el área de las llamadas ciencias duras y tecnología —concluye el informe de la República Dominicana—, en el campo de la producción de materiales de apoyo a la docencia esta tendencia se revierte.»[119]

Es muy significativo observar cuánto de lo editado por las editoriales universitarias forma parte de la bibliografía obligatoria solicitada por los distintos cursos de las diferentes facultades. Se puede resumir la situación diciendo que la universidad no edita el material de lectura obligatoria que los docentes les indican a sus alumnos. Y se estaría volviendo sobre la reflexión que abre este capítulo: en conjunto, América latina y el Caribe están en condiciones de ser una región con alta capacidad de generar contenidos, tienen una masa de estudiantes —la demanda— numerosa y en aumento, pero, en líneas generales, los lectores no consumen los libros publicados por las editoriales pertenecientes a las instituciones de educación superior.

Para el informe ecuatoriano las editoriales no producen más que una mínima cuota de lo requerido del material escrito por autores nacionales, si a eso se suma la dificultad para acceder a las obras originales de los autores extranjeros el resultado conlleva a la reproducción informal y parcial de las publicaciones requeridas en las bibliografías.[120] «La información obtenida en este estudio exploratorio —concluye el informe de Ecuador—, nos permite afirmar que 8 de las 12 editoriales universitarias con la mayor producción del país, apenas

118 Informe de Ecuador, p. 15; informe de Colombia, p. 16.

119 «Para tener una idea, la producción de manuales en la editora de la UASD (Universidad Autónoma de Santo Domingo) es de 70 a 80 mil unidades por semestre.» Informe de República Dominicana, p. 30.

120 Informe de Ecuador, p. 4.

abastecen el 6 por ciento de la demanda de libros de los estudiantes universitarios.»[121]

El informe de América central dice: «En general se observa que son pocos los textos reportados como obligatorios en las universidades, y es la Universidad Pedagógica de Honduras la que reporta fuera de ese rango: 65 textos obligatorios».[122] Merece un párrafo aparte la situación de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica que tiene una intensísima producción bibliográfica —publica cerca de 250 títulos al año y tiene ya un fondo editorial de 1989 títulos—, y por su propia naturaleza, todo lo editado se constituye como material de consulta obligatoria. Esta es la situación también de la Universidad Pedagógica Nacional F. M. (Honduras): el ciento por ciento de su acervo forma parte de la bibliografía. Estas dos universidades conforman una excepción, entre las otras 13 universidades que brindaron datos sobre su actividad, solo se mencionan 37 libros formando parte de la lista de materiales de lectura obligatoria.

«El análisis de las bibliografías —dice el informe de la Argentina— revela que es prácticamente nula la inclusión de textos propios de cada casa de estudios como parte del programa de las materias. Esto significa que los alumnos de las universidades, en aquellos pocos casos en los que adquieran textos, comprarán ediciones comerciales importadas y, en menor medida, también comprarán ediciones comerciales locales.»[123]

El caso de Cuba refleja el otro extremo, se publica en función de la demanda de los planes de estudio. Una vez al año, comisiones ad hoc conformadas por los principales académicos del país analizan las necesidades curriculares y, en función de ellas, seleccionan el material que se publicará.[124]

El informe de Uruguay señala que cuando las empresas editoriales buscan asegurar una cierta rentabilidad «Recurren a especialistas en las diversas materias que —a su vez— son catedráticos u ocupan los grados más avanzados de la carrera docente y, por tanto, son referencia obligada para el estudio de la materia en cuestión.»[125]

Si bien este estudio —y los informes nacionales de los que deriva— no se concentra en toda la actividad editorial de la región (cualquiera sea su soporte o presentación), es necesario tener presente que al evaluar la producción monográfica impresa en papel

121 Ibídem, p. 6.
122 Informe de América central, p. 31.
123 Informe de Argentina, p. 12. Para analizar este punto se evaluaron 124 materias de 39 carreras, en 18 facultades.
124 Informe de Cuba, p. 13.
125 Informe de Uruguay, p. 7.

se está considerando solo una parte de la actividad editora. En primer lugar, porque muchas publicaciones no cumplen con todos los mecanismos para su correcto registro y difusión. Muchas de aquéllas, que no gozan de la protección legal, ni obtuvieron su ISBN porque no se las anotó en forma pertinente, quedan en un cono de sombra fuera de la circulación y fuera de la posibilidad de ser conocidas en el medio local y en el externo.

Hay mucha producción bibliográfica que no es monográfica, son las publicaciones periódicas: boletines, revistas, periódicos, informes, ponencias o congresos, entre otras que tienen distinta frecuencia de aparición (mensual, bimestral, semestral, anual). No hay un análisis exhaustivo de la producción de publicaciones periódicas en los informes, tal vez porque no se tienen o porque se consideran de menor relevancia o porque no quedó explicitada la importancia de esta información en la propuesta de investigación (en el cuestionario utilizado por América central sólo se solicitaba la cantidad de publicaciones periódicas). De todas maneras, se aprecia que con frecuencia los distintos centros de investigaciones, los departamentos o las áreas cuentan con publicaciones periódicas propias, no centralizadas, independizadas del gobierno de cada facultad.

En el caso de Colombia se menciona que del total de las publicaciones universitarias un 22 o 24 por ciento de ellas corresponde a revistas científicas, y entre un 11 y un 14 por ciento a las revistas culturales; por ejemplo, la Universidad de Antioquia tiene más de 25 revistas publicadas por las facultades, para las que la editorial universitaria solo presta servicios de impresión o distribución.

Para muchas universidades la existencia de esta clase de publicaciones hace a la imagen y al estatus del centro de investigación involucrado en su edición. Es frecuente, sobre todo en el caso de Chile, que estas publicaciones en lugar de ser vendidas directamente o por suscripción se utilicen para el intercambio bibliográfico con otros centros, o para promoción y difusión.

Un matiz interesante de la producción de publicaciones periódicas universitarias que aparece señalado en el informe de Ecuador, es el uso de éstas como medio de promoción de los libros. De las diez instituciones mencionadas en él, ocho utilizan las publicaciones periódicas como medio de promoción, de manera intensa.

Brasil no menciona las publicaciones periódicas, pero proporciona datos de otros soportes como CD-ROM (el once por ciento de las editoriales universitarias produce este tipo de

material, en una cantidad exigua de títulos: entre 1 y 3); e-books (el 10 por ciento produjo entre 1 y 5 títulos); y video y audio (el 20 por ciento de las editoriales publica entre 3 y 8 títulos).

Se generaliza la idea de destinar el resultado de las investigaciones y avances en el campo de las ciencias duras y exactas —como así de lo generado a través de instancias de acreditación académica (tesis, tesinas, papers— a las ediciones on-line. Pareciera que la profusión de avances, investigaciones y descubrimientos en esas áreas de la ciencia requiriera de soportes más veloces y dinámicos, regidos por otros tiempos mucho más fugaces y cambiantes que los de la edición en papel. En el mismo sentido, el informe cubano estima que «alrededor del 20, 50 y 80 por ciento de la información científico técnica utilizada por los estudiantes de pregrado y de postgrado a nivel de master y de doctorado, respectivamente, se obtiene por medios digitales.»[126] Por otro lado, resulta una excelente solución al problema de la demanda exigua de algunos materiales (como tesis doctorales de altísima especialización) y la escasez de recursos financieros para su edición en soporte papel.

A pesar de los intentos realizados por el Proyecto LUR (Libro Universitario Regional) entre otros, no hay una política activa y sistemática para la realización de coediciones. Reiteradamente, los especialistas reclaman por soluciones colegiadas que sirvan tanto para impulsar la producción de la región como para facilitar la generación de recursos financieros, materiales y humanos que, en definitiva, servirán al mismo objetivo: aumentar la producción e incrementar la profesionalización del sector. Según lo relevado a través de la encuesta «Construcción de una capacidad local para la edición de textos universitario»,[127] sobre una muestra de 17 editoriales de universidades colombianas, 4 de Costa Rica, 4 de Chile y 7 de México, solo 13 editoriales han realizado alguna coedición con otra casa editora universitaria, a pesar de la importancia de la coedición como mecanismo eficiente para subsanar buena parte de las debilidades del sector.

En este tema no es muy abundante la información provista por los estudios nacionales. El 10 por ciento de lo producido por las editoriales brasileñas responde a coediciones, pero no se especifica si los entes participantes son miembros de la cadena comercial o si se trata de otras editoriales universitarias.[128] Parece más voluminosa la producción de coediciones de Colombia, el informe nacional le atribuye un 22 por

126 Informe cubano, p. 15.

127 Á. Facundo, op. cit., p. 140.

128 Tampoco aclara cómo se distribuye ese 10 por ciento, cuántas son las editoriales que coeditan. Informe brasileño, p. 26.

ciento de lo producido, aunque no especifica con quienes se realizan estas coediciones ni quienes las protagonizan (si una editorial es la que participa de todas ellas o si el 20 por ciento de lo editado por todas las editoriales es hecho en coedición).

«No existe relación entre las editoriales universitarias centroamericanas —informa el relevamiento de América central—. Se tiene poco conocimiento sobre la existencia de las mismas y de las potencialidades de sus fondos editoriales a nivel de la región.»[129]

Una faceta interesante de la producción bibliográfica para analizar es la nacionalidad de los autores, dicho de otro modo, si se editan autores extranjeros —o sea si se busca una apertura universalista— o si se privilegia la producción intelectual local. Ésta es una decisión de política editorial y de construcción de catálogo que puede estar condicionada por la autonomía de la editorial, por su capacidad de negociación de un contrato de autor en el extranjero y por su capacidad financiera. En el caso de Colombia, el informe asume que la presencia de autores externos a la universidad es una señal poco alentadora. Al decir externos, más que referirse a autores extranjeros es muy probable que el informe colombiano se refiera a autores que no pertenecen a la casa de estudios. El 55 por ciento de las editoriales que contestaron la encuesta nacional dijeron haber publicado a autores externos a la casa de estudios. De todos modos, una amplia mayoría de las editoriales publica trabajos de investigadores pertenecientes a la universidad: desde el año 2000, 28 de 29 editoriales lo hicieron. En particular, en la Universidad Central la cifra de autores externos supera ampliamente a los internos: un 83 por ciento contra un 17 por ciento.

Poco se informa sobre la política de traducciones de la región. En el caso de Brasil, el 95% de las editoriales traduce hasta 10 títulos al año; el 5 por ciento traduce más de 20 títulos de su idioma original al portugués. En tanto que sólo el 10 por ciento edita obras destinadas a la exportación. Cuba traduce y publica obras extranjeras, pero el informe no especifica en qué porcentaje;[130] el estudio sugiere también que se alienta la venta de licencias para traducir y publicar en el exterior obras de origen cubano.

Como se ve, la información respecto de la producción de obras editadas originalmente en otros idiomas o para ser comercializados en otros mercados es exigua.

129 Informe de América central, pp. 48-50.

130 Informe cubano, p.12.

Habría que concluir que la edición universitaria de América latina y el Caribe están lejos todavía de la posibilidad de producir libros extranjeros, al menos en forma intensiva. De todas las razones que se esbozaron (autonomía, capacidad de negociación de contratos, capacidad financiera, preferencia por el producto nacional) probablemente sea la financiera la que tenga más incidencia. Y si se hace casi imposible negociar la edición y un contrato (que puede incluir también la necesidad de traducción) de una obra extranjera, mucho más difícil se hace para la editorial universitaria lograr exhibir y difundir lo propio fuera de sus fronteras y aspirar a una edición extranjera de la obra local.

4. CRITERIOS DE GESTIÓN

En cada país de la región existe al menos una editorial cuyos criterios de gestión tienen más afinidad con la dinámica de las editoriales comerciales: hay especialistas en cada tramo del proceso; la fijación del PVP se atiene a la ponderación de todos los factores que inciden en la operación (además de los costos de producción); la editorial asume el riesgo financiero de la edición y el autor percibe sus regalías conforme a lo pactado en un contrato; periódicamente, hace un planeamiento de las futuras acciones y fija las metas que quiere lograr; por último, establece los criterios para evaluar lo actuado, con sus aciertos y desvíos. Pero, en un número mayor, podría decirse que las editoriales universitarias estudiadas siguen actuando con un estilo pre-empresarial, con algunos logros parciales, con algunas áreas de mayor madurez y especialización, pero también con otras donde prevalece el entusiasmo por sobre la profesionalización.

En este punto se analiza cuál es la dinámica empleada por la editorial para dar vida a su proyecto y organización y si la gestión obedece a ciertos criterios de racionalidad económica independientemente de si sus objetivos son de bien público, sin fines de lucro.

Hay algunas acciones que son indicadores apropiados para evaluar los distintos estilos de gestión. Una de ellas es la definición de procedimientos para cada área y función, incluidos los medios y los modos. Porque la definición de procedimientos le otorga previsibilidad a los procesos, a los tiempos y le brinda un encuadre a los actores que interviene en la tarea. Dice el manual del CERLALC *Gerencia de calidad:* «Las políticas escritas pueden comunicarse con autoridad y en forma normalizada, evitan malos entendidos o malas interpretaciones o simplemente desconocimiento de la política».[131] Puede

131 H. Mariño Navarrete, Gerencia de calidad: un manual para gerentes, Bogotá, CERLALC con la colaboración del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación PIDC-UNESCO, 1989.

haber tantos procedimientos como tareas específicas dentro de cada área. Las áreas editorial y producción pueden requerir que se fijen pautas para la presentación de originales, para la evaluación y aceptación de los mismos, para el establecimiento de normas de estilo y corrección —como es el caso de los manuales de estilo—, para el diseño y el armado de maquetas y para el circuito que debe seguir un original desde su aceptación hasta su salida hacia la imprenta (sea propia o externa). El área administrativa puede necesitar pautas para la aprobación de presupuestos, contrataciones y pagos. Puede requerir la enumeración de los recursos que se demandarán a lo largo de todo un año en cuestiones de personal, de recursos materiales y monetarios. El área administrativa se verá favorecida si se lleva un control eficaz y detallado del movimiento de mercadería en los depósitos, como así de todas las entradas y salidas de mercadería. Quien o quienes se ocupen de los aspectos legales del trabajo editorial tendrán la tarea de elaborar los contratos para que se ajusten a las pautas emanadas de la universidad, y a la normativa nacional e internacional en vigencia. Además, deberán tratar que los convenios sean favorables para la editorial y que sus compromisos se puedan honrar. Lo mismo ocurrirá con el departamento comercial y el de marketing (si es que están desdoblados), todas las transacciones podrían estar documentadas de un modo claro y preciso y siguiendo pasos preestablecidos. Cada uno de los procedimientos dentro de las distintas áreas no hace más que detallar las características de las funciones, con las tareas, con sus pasos, sus momentos, con la especificación de cómo se espera que esa actividad sea resuelta.

No hay ninguna razón fundamentada para exigir la elaboración de guías de procedimientos solo cuando se está frente a una gran empresa. Aún una empresa de planta tan pequeña como la que presentan muchas de las editoriales universitarias de la región, se beneficiaría del empleo de pautas y normas de funcionamiento. Los sistemas de gestión y los instrumentos desarrollados para llevarla a cabo permiten a los directivos, por un lado, la conducción eficaz y la delegación de tareas. Por el otro, representan una manera de capitalizar el expertise que han acumulado quienes trabajan en la organización. Lo contrario implicaría que con cada incorporación o cambio de personal, el empleado debería descubrir sus tareas, organizarlas, dotarlas de una secuencia y un tiempo de ejecución. El empleo de instrumentos, en cambio, permite acumular lo aprendido luego de anteriores experiencias. Bastante complejo resulta la incorporación de cada nuevo empleado hasta tanto se familiariza con la cultura de la empresa para la que trabaja, como para desperdiciar todo el capital en

experiencia logrado por el empleado anterior y por la editorial en conjunto.

A la tarea de planificación le siguen las de ejecución y luego de comprobación y evaluación, para que se puedan rectificar los pasos previos hasta lograr un progreso en la actuación de la empresa. Es común imaginar el momento de la evaluación como el final de un largo proceso, en lugar de pensarlo como una instancia de evaluación continua y simultánea a las demás tareas. La existencia y el empleo de instrumentos de gestión y de evaluación dependen de la firme voluntad de los funcionarios en cargos directivos, es poco probable que los estamentos intermedios tengan una iniciativa que es un rasgo distintivo de una gerencia exitosa, así también lo entiende el manual Gerencia de Calidad: «Uno de los obstáculos mayores, experimentado por muchas empresas, es la ausencia de un compromiso completo de la alta dirección con la calidad. […] es característico de las empresas con control total de calidad en sus organizaciones, contar con el liderazgo de la alta gerencia en asuntos de calidad».[132] El punto de partida de la tarea de control, tal como se define en esta obra, es el establecimiento de objetivos y metas realizables, posibles. Y la meta debiera estar cuantificada o definida con la mayor precisión posible.

Como se anticipó algunas páginas atrás, muchos de estos temas guardan relación estrecha entre sí: el diseño de la organización con la definición de funciones y de procedimientos; la autonomía respecto de la universidad con la relación entre los autores y el establecimientos de metas y objetivos; el financiamiento con el método de fijación de los precios de los libros.

En el caso de la fijación de precios, las editoriales universitarias enfrentan algunas dificultades que no se dan frecuentemente en otro tipo de empresa editorial, como el hecho de estar guiadas por fines no lucrativos y formar parte de una organización mayor, cuyas actividades prioritarias difieren de la edición y publicación. Si se suma a lo anterior la falta de autonomía y la incertidumbre en muchos casos respecto de los recursos con los que se cuenta, todo en conjunto hace más difícil la organización de una editorial universitaria con criterios empresariales.

Llegado el momento de establecer un precio de venta al público, además de considerar las características materiales de la obra y el costo de producción industrial, usualmente se consideran los precios de la competencia, las estrategias de comercialización, las comisiones de los intermediarios, las regalías de los autores. Es interesante repasar algunas de las opciones

132 H. Mariño Navarrete, op. cit. p. 43.

que tiene el responsable de la editorial a la hora de calcular un PVP.[133] Hay métodos empíricos como el método del sobreprecio que surge de sumarle a los costos de fabricación un monto determinado (que guardará relación con el porcentaje de ganancia al que se aspira). Segundo, el método del precio orientado al mercado, que se obtiene luego del análisis de los precios de la competencia; conocidos los precios a los que vende, se fija el PVP un poco por encima o por debajo, de acuerdo al producto (con el riesgo de no cubrir siquiera los costos de producción). Por último, el método del factor multiplicador que para algunos autores rondará el número cuatro,[134] para otros ese factor será cinco,[135] o inclusive seis. Con este sistema se destina cada fracción (un cuarto, un quinto, un sexto) a cada tramo del proceso editorial, asumiendo el riesgo de fijar un precio excesivo para el mercado o de perder potenciales beneficios.

Por otro lado, están los métodos matemáticos para llegar a un precio de venta apropiado. Son aquellos que adoptan ecuaciones que incluyen todos los factores que intervienen en el proceso. Entre estos métodos está el de cálculo en función del costo de edición, del costo de impresión y del margen bruto (los gastos de ventas, los gastos operativos, la utilidad y los derechos de autor). Si se va a realizar el cálculo del precio en función de las utilidades sobre la venta, puede que se quieran contemplar los gastos de distribución y las regalías o que se quiera conocer también cuál podría ser el precio apropiado para obtener una determinada utilidad sobre la inversión.

Ahora, sería relevante analizar cuáles son las respuestas de los distintos informes acerca de cada uno de estos indicadores, ya que en muchos casos es significativa la ausencia de información respecto de qué factores son considerados para el cálculo de los precios de venta, tanto como del empleo de instrumentos de gestión y control o de organigramas que respondan a la realidad de la editorial.

Es menester hacer una aclaración general, los informes no brindan una respuesta única para todo el país estudiado, no obstante, se ha elegido poner la máxima cantidad de información encontrada sobre cada particular, asumiendo que pueda resultar una mirada parcial.

133 Esta propuesta está desarrollada en el libro de L. Berdugo Palma, Cálculo editorial, Bogotá, Cerlalc, 1994. (Serie profesional del libro y la edición, 6).

134 Ïbid. p. 52.

135 Unesco Book House Training Centre, Manual de administración editorial, Bogotá, Cerlalc; Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1992.

TABLA VI. CRITERIOS DE GESTIÓN EDITORIAL (PVP, INSTRUMENTOS DE GESTIÓN Y ORGANIGRAMA)

PAÍS	FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	INSTRUMENTOS DE GESTIÓN Y CONTROL 1	ORGANIGRAMAS QUE EXPLICITEN RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES
América central	Hay un dato importante para toda la región: prácticamente todas las universidades (10 de las 14 investigadas) pagan derechos de autor, de ahí que se pueda pensar que este concepto es tenido en cuenta en el cálculo del PVP. Panamá: No hay información sobre el conjunto de editoriales panameñas. Universidad de Panamá: la participación del director de finanzas en el Consejo editorial, y la existencia de presupuesto propio podría indicar que para la fijación del PVP se busca cubrir los costos de producción. Guatemala: no hay información al respecto. Honduras: no hay información de alcance nacional al respecto. La editorial de la Pedagógica Nacional reinvierte el producto de la venta en la publicación de nuevas obras. Belice: no hay información al respecto. Nicaragua: no hay información al respecto. El Salvador: no hay información al respecto. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia, cuya editorial es la mayor de toda Centroamérica, menciona que el producto derivado de las ventas es reinvertido en el desarrollo tecnológico de la editorial, en promoción y publicidad, y aunque no aclare su sistema para el cálculo del PVP, se puede inferir que no solo cubre los costos industriales sino que además considera los gastos de comercialización y hace una previsión para amortizar su equipamiento. La Editorial Tecnológica reinvierte el producto de la venta en la publicación de nuevas obras. Es posible pensar que si bien no incluye en su cálculo de PVP los gastos emanados de la comercialización ni los gastos fijos, al menos sí están incluidos los costos de producción.	No da información al respecto	Las editoriales centroamericanas parecen en su mayoría estar muy estructuradas y organizadas, son encabezadas por un cuerpo colegiado (el Consejo editorial) a cargo de las resoluciones estratégicas que es secundado por el equipo gerencial y técnico. Respecto de la división de tareas y funciones, la información también es abundante: el 100 por 100 cuenta con diseñadores; el 91% emplea personal que edita y diagrama internamente, el 79% realiza tareas de edición y el 78% imprime internamente.
Argentina	Eudeba estima el PVP luego de una mezcla de consideraciones: calcula una utilidad sobre la inversión, los precios de mercado; pero, cuando se trata de materiales de cátedra muy amenazados por las fotocopias, el precio es casi de subsidio. El Centro de Publicaciones de la UN del Litoral establece el precio a partir de los costos industriales, el descuento del canal de comercialización y la aceptación del mercado. En la misma línea trabajan las universidades de Quilmes, La Plata y Córdoba. La Editorial Universitaria, de la UN de Misiones, considera los costos industriales y busca rentabilidad. El resto considera básicamente el costo de impresión. Es importante considerar que salvo Eudeba, los costos fijos (depósitos, salarios, consumos de servicios) de todas las editoriales son absorbidos totalmente o en parte por las universidades.	Eudeba editó su primer Manual de Procedimientos en el año 2003 al cumplirse los 50 años de su fundación. La editorial de la UN de Cuyo también tiene un Manual de uso operativo.	En su gran mayoría no tienen una estructuración explícita con división de tareas y responsabilidades. Hay excepciones: UBA, UN Litoral, UN de Cuyo, UN Misiones.
Bolivia	No da información al respecto	No da información al respecto	No da información al respecto

PAÍS	FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	INSTRUMENTOS DE GESTIÓN Y CONTROL 1	ORGANIGRAMAS QUE EXPLICITEN RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES
Brasil	No da información al respecto.	No da información al respecto	Si bien no brinda información detallada para cada universidad, otros indicadores (facturación, autonomía) parecieran demostrar que sí están estructuradas; no obstante, el informe indica que la rotación constante del personal dificulta la acumulación de saberes y la formación de un equipo profesional*.
Chile	No hay información explícita de ninguna editorial sobre cómo conforman el PVP, pero sí se aclara que generalmente, las ediciones se financian con la venta. Las editoriales de la Universidad Católica del Norte y de la Universidad Bernardo O'Higgins no venden sus libros. La Editorial Universitaria es una sociedad anónima integrada en un 85% por la Universidad de Chile y su funcionamiento y financiamiento dependen del giro comercial. No se especifica con precisión cómo calcula su PVP pero se deduce que todos los costos y gastos son tenidos en cuenta para su fijación.	La editorial de la Universidad Católica de Maule opera en función de las pautas fijadas en su Manual de procedimientos. La editorial de la Universidad de La Frontera se rige por un reglamento interno. La editorial de la Universidad de Viña del Mar tiene como meta futura "elaborar una normativa que incluya un manual de procedimientos".	No hay información al respecto.
Colombia	El 69% incluye siempre en el precio de venta al público los costos reales de producción y una utilidad; el 21% en la mayoría de los libros; y el 10% restante casi nunca incluye en el PVP los costos y una utilidad.	No hay información al respecto.	Las editoriales colombianas parecen en su mayoría estar estructuradas y organizadas; cuentan con personal de planta y externo para las distintas tareas y funciones.
Cuba	El informe dice «La edición y producción misma de los libros se organiza sobre principios empresariales» y que cada unidad de estudios compra los libros a las editoriales del Estado. Todo esto hace suponer que el PVP incluye los costos de producción y los de estructura.	No hay información al respecto.	No hay información al respecto.
Ecuador	La editorial de la Universidad Abya Yala fija sus precios en función del costo de producción. Lo mismo que el Centro de Publicaciones de la Pontificia Universidad Católica, el Departamento Editorial de la Universidad San Francisco, la editorial de la Universidad de Cuenca, el Centro de Publicaciones de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, y el departamento de publicaciones de la Escuela Politécnica Nacional. La editorial de la Universidad Central fija el PVP en función de los costos de producción, no obstante, el autor se queda con toda la edición y la editorial cobra solo por su labor de edición y producción. FLACSO calcula el PVP según los costos de producción y los precios de títulos que cubren las mismas demandas dentro del mercado.	No hay información al respecto.	No hay una mención válida para todo el país acerca de la estructuración de las editoriales ni de la existencia de organigramas. La editorial de la Universidad Abya Yala no habla concretamente de su organigrama, pero explica que está estructurada en dos departamentos, y que posee profesionales especializados para cada tramo del proceso editorial.

* Informe brasileño, p. 33.

PAÍS	FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	INSTRUMENTOS DE GESTIÓN Y CONTROL 1	ORGANIGRAMAS QUE EXPLICITEN RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES
México	UNAM: utiliza el criterio del factor multiplicador, que suele ser de 3 o de 3,5 por el costo industrial. Sonora: incluye costo de producción y un 10% para gastos de promoción. Las editoriales de las universidades de Colima y de Ciencias y Artes de Chiapas establecen un porcentaje adicional por encima del costo industrial. La editorial del Centro Investigación en alimentación y Desarrollo solo toma en cuenta los costos de producción. La editorial de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez no tiene un criterio fijo para establecer el PVP.	No hay información al respecto.	No hay una mención válida para todo el país acerca de la estructuración interna de las editoriales ni de la existencia de organigramas, sin embargo, hay numerosas referencias respecto de los profesionales empleados en los distintos tramos del proceso editorial y de la presencia de consejos editoriales.
Uruguay	Todas las editoriales que operan en este mercado tienen como política de precios la fijación del PVP más bajo posible, no obstante, como no logran costos industriales competitivos sus PVP son más altos que los de los textos importados.	No hay información al respecto.	Editorial Nueva Jurídica tiene estructurada su actividad, pero el personal es muy reducido. La Fundación de Ediciones de Facultad de Medicina tiene organigrama, encargados de Áreas y empleados subalternos que acceden a sus cargos por concurso de oposición y antecedentes. Fundación de Cultura Universitaria cuenta con una estructura de tres niveles: gerente administrador, jefes de sección y otros empleados.
Venezuela	La editorial de la Universidad Central mantiene una política de precios bajos para poder competir en el mercado.	No hay información al respecto.	La editorial de la Universidad Central tiene un organigrama completo y complejo: posee dos departamentos, uno de distribución y otro de composición y diseño gráfico. Tiene previsto la creación de tres nuevos departamentos: Mercadotecnia, Producción editorial y Administración.

Fuente: Datos obtenidos de los estudios nacionales sobre la situación de las editoriales universitarias. Elaboración del autor.

5. RELACIÓN CON LOS AUTORES

Podría decirse que la relación entre los autores y los editores es por naturaleza compleja; existe una profusa cantidad de reflexiones, citas y comentarios —tanto de editores renombrados como de autores consagrados— que abonan esta premisa.[136]

Si se evalúa concretamente la relación de los editores universitarios con los autores resaltan algunas peculiaridades.

En primer lugar, el autor de la mayoría de los textos universitarios es un docente de la misma casa de estudios que publicará el libro. Esto puede implicar que, junto con el autor, otras fuerzas y otros operadores políticos entren a gravitar en la esfera editorial ya sea a través de cierta presión sobre las decisiones inherentes al proceso de producción en sí, como a través de los criterios de aceptación de los originales.

En segundo lugar, los derechos resultantes de este trabajo intelectual no siempre son protegidos. Pocos autores reciben la retribución inherente a su la-bor y esto ocurre por una diversidad de motivos. Puede ser el caso de algunas universidades que consideran que el tra-bajo de investigación y desarrollo del ori-ginal que luego será libro es el fruto de un quehacer que ya ha pagado la institución y que pagar regalías equivaldría a pagar dos veces por una misma tarea, en este sentido lo expresa el informe chileno cuando se refiere a la editorial de la Universidad Católica Cardenal Raúl Silva Henríquez: «lo editado corresponde a la labor académica de los autores, de manera que el trabajo de elaboración es retribuido vía remuneraciones por las horas contempladas para tal efecto»;[137] o en el apartado donde caracteriza a las actividades de la Universidad La Serena: «no se cancelan derechos de autor ya que la edición de determinado texto es considerada dentro de las actividades académicas de los involucrados».[138] También en este punto es posible encontrar un caso excepcional, de pago de regalías en un porcentaje que excede la práctica habitual en todo el mundo: «El 50 por ciento de las ventas se destinan al pago del autor. El financiamiento corre por parte de la universidad que financia los costos de producción»,[139] dice el informe ecuatoriano

136 Manuel Aguilar, André Schiffrin, Stanley Unwin, Ítalo Calvino, Carlo Feltrinelli, Jorge Herralde, Siegfried, Unseld, Giulio Einaudi, Jason Epstein, son solo algunos de los editores de distintas latitudes y de distintas épocas que a través de sus diarios y reflexiones intentaron plasmar las tensiones que envuelven el trabajo con el autor.

137 Informe chileno, pp. 64-65.

138 Ídem, p. 44.

139 Informe ecuatoriano, p. 25.

sobre el departamento de publicaciones de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo. En otros casos, como el cubano, todo el funcionamiento de la sociedad está enmarcado en otro paradigma económico y el trabajo autoral está considerado como un justo aporte al crecimiento de la nación.[140]

En la gran mayoría de los casos el trabajo de los autores carece de la retribución que determinan la ley o las prácticas habituales en el circuito comercial, porque la sola difusión de la obra se percibe como suficiente pago por el trabajo intelectual de investigar y escribir que se ha realizado: «Entre la Universidad y el autor no existe un contrato ni tampoco se cancelan sus derechos. El beneficio para el docente o investigador está dado por la donación de ejemplares y por la enorme oportunidad de difundir su obra».[141]

Un aspecto muy característico de la edición en el seno de las universidades es que muchas veces la financiación de la edición corre por cuenta del autor, ya sea en forma directa si éste realiza el desembolso o en forma indirecta si es quien consigue el patrocinante de la investigación y la posterior publicación de los resultados, como en este caso que se cita de Ecuador, que no es una excepción en toda la región: «Actualmente y desde hace tres años el autor paga todos los costos y se lleva toda la producción, la editorial cobra solamente por el servicio de edición o producción de los libros»,[142] o como relata el informe uruguayo: «Lamentablemente hoy día el autor propone a la editorial una publicación y hasta resulta necesario solicitarle que la financie, generalmente se ha tornado en práctica que el propio autor compre por adelantado cierta cantidad de libros con lo que el editor salva la inversión de la misma».[143]

No resulta excepcional que algunos autores formen parte de la estructura misma de la editorial, generalmente al frente de un cargo directivo. El informe de Argentina da cuenta del caso de una editorial en cuyo catálogo figuran numerosos títulos cuya autoría corresponde a un funcionario jerárquico de la misma editorial.[144]

Las cuatro particularidades de la relación editorial universitaria-autor mencionadas,

140 Informe cubano, pp. 6 y 12.
141 Informe chileno, p. 60.
142 Informe ecuatoriano, p. 20
143 Informe uruguayo, p.13.
144 Dice el informe argentino refiriéndose a la editorial de la Universidad Nacional del Tucumán: «Es notable la presencia reiterada en su catálogo de autores vinculados a los cargos de gestión de la editorial, lo que hablaría de una dinámica "endogámica" y de poca apertura», p.15.

que son las que se presentan con mayor frecuencia, suelen dar como resultado un grado de injerencia de los autores en las políticas editoriales que es inusitado para lo que suele acontecer en el ámbito de las editoriales comerciales. En algunos casos, la influencia del autor alcanza a ser tan elevada que se llega a permitir que esté a cargo del proceso de coordinación editorial, tal la situación en la Universidad Alberto Hurtado, de Chile, allí: «El investigador o académico acude a la Editorial con su texto y se ocupa de coordinar la edición, impresión y distribución del mismo».[145] El anterior no es un caso aislado, dentro de la editorial de la Universidad de Magallanes, también de Chile, «Como no existe un contrato con el autor, la responsabilidad de finalizar con éxito cada uno de los proyectos de edición recae en el mismo (el que finalmente recibe sus derechos en ejemplares del título en cuestión y en dinero)».[146]

Podría decirse que es excepcional el caso de la editorial que busca y genera el contacto con un autor, perteneciente a la misma institución o no, para solicitarle el desarrollo de un producto acorde a las necesidades del público lector o del catálogo que se quiere conformar. Esto ocurre en Uruguay en donde el mercado está abastecido en su mayoría por editoriales comerciales, tal es el caso de la Editorial Nueva Jurídica «La Editorial solicita algunas veces a autores o investigadores los trabajos que edita, y en la mayoría de los casos surgen por propuestas que hacen éstos»,[147] o el de la Fundación de Ediciones de la Facultad de Medicina, también de Uruguay, que «solicita materiales a las cátedras o departamentos, o se les sugiere un tema del que no existe material de estudio o difusión suficiente, o de los que directamente no existe una actualización desde los últimos cinco años».[148]

145 Informe chileno, p. 61.
146 Ídem, p. 45.
147 Informe uruguayo, p. 13.
148 Informe uruguayo, p. 16.

TABLA VII: MODO DE RELACIÓN ENTRE LA EDITORIAL UNIVERSITARIA Y LOS AUTORES

PAÍS	EXISTENCIA DE UN CONTRATO FORMAL ENTRE EL AUTOR Y LA UNIVERSIDAD	PERCEPCIÓN DE REGALÍAS POR EL AUTOR	OTRO TIPO DE RETRIBUCIÓN PARA EL AUTOR
América central	No hay información al respecto.	Todas las universidades que participan del informe reconocen derechos de autor (no se especifican montos).	
Argentina	De las 11 editoriales que participaron en el estudio, salvo dos, las demás especifican que se realizan contratos con el autor.	Solo Eudeba paga en dinero los derechos de autor.	Las pocas editoriales que detallan qué tipo de retribución se le reconoce al autor, pagan esos derechos con un porcentaje de los libros.
Bolivia	No hay información al respecto.	No hay información al respecto.	No hay información al respecto.
Brasil	No hay información al respecto.	El 75% de las editoras paga derechos, en dinero o en ejemplares. El 10% no paga. (No es posible determinar qué actitud asume el 15% restante)* .	
Chile	Si bien la gran mayoría de las editoriales que figuran en el estudio no realiza contratos con el autor (Arturo Prat; Austral; Católica de Temuco; Atacama; Concepción; La Serena; Los Lagos; Magallanes; Playa Ancha; Talca; Universidad de Valparaíso; Técnica Federico Santa María; Academia de Humanismo Cristiano; Alberto Hurtado; Bernardo O'Higgins; Bolivariana; Central de Chile; Las Américas; Los Andes; Viña del Mar; Del Desarrollo; Gabriela Mistral; Internacional SEK; José Santos Ossa; Mayor; San Sebastián), las editoriales cuyo volumen de producción es el más significativo sí establecen contratos regidos por la ley; estas son: Católica de Chile; Católica de Valparaíso; Católica del Maule; Universidad de Chile; Universidad de Santiago; Bío Bío; Metropolitana; Católica C. R. S. Henríquez; Diego Portales; Andrés Bello.	En su mayoría pagan regalías a los autores. Suele ser un 10% del PVP (sobre lo vendido). Hay otras situaciones fuera de lo estándar: Tecnológica Metropolitana solo a partir de la 2ª edición, cancelan derechos sobre el 10% de las ventas estimadas; Técnica Federico Santa María, el autor recibe dinero solo si la edición genera ganancias; Magallanes, un porcentaje no especificado de las ventas (que realiza el mismo autor). Entre las que no pagan están: Austral, Católica de Temuco, Atacama, Los Andes.	Un número significativo de universidades cancela los derechos de autor con la entrega de un porcentaje de la edición (Católica, Los Lagos, Magallanes, Playa Ancha, Universidad de Santiago, Talca, Universidad de Valparaíso, Bío Bío, Tecnológica Metropolitana, Academia de Humanismo Cristiano, Alberto Hurtado, Bolivariana, Central de Chile, Diego Portales, Internacional SEK, José Santos Ossa, Mayor, San Sebastián). La cantidad de ejemplares entregada puede llegar a ser exigua, entre 10 y 20 ejemplares (Católica C. R. S. Henríquez, Universidad de Chile, Concepción). Hay algunos casos excepcionales: De la Frontera: los libros se reparten entre el autor, la biblioteca y la venta; La Serena, se considera que el autor no merece otras retribuciones aparte de lo percibido por sus actividades académicas; Las Américas: retribuye con suscripciones.
Colombia	No hay información al respecto.	No hay información al respecto.	No hay información al respecto.

* Informe brasileño, p. 24: «15% pagam ou não conforme a edição».

PAÍS	EXISTENCIA DE UN CONTRATO FORMAL ENTRE EL AUTOR Y LA UNIVERSIDAD	PERCEPCIÓN DE REGALÍAS POR EL AUTOR	OTRO TIPO DE RETRIBUCIÓN PARA EL AUTOR
Cuba	Hay acuerdos variados, según el autor esté vinculado o no a la universidad.	No se pagan: «Existe la voluntad generalizada de transferir los derechos de autor a la Universidad, y se omite el tiempo de vigencia de este otorgamiento a la institución». Cuando se trata de la publicación de obras extranjeras que requieran o no traducción. «Cuba, en su condición de país en vías de desarrollo hace uso de aquellas obras que resultan imprescindibles para la Educación Superior».	
República Dominicana	En general, se firman contratos de autor. La ley estipula que de no existir, se presume que al titular de los derechos le corresponde un 10% sobre el PVP.	Si el contrato no estipula lo contrario, corresponde el 10% sobre PVP de lo vendido. A partir de la 2ª edición, casi todo lo producido es para el autor (no se especifica porcentaje), y solo un porcentaje menor queda para la institución.	Muchas universidades entregan cerca de 200 ejemplares para que el autor los venda y pueda obtener de esa venta sus regalías.
Ecuador	El informe ecuatoriano subraya que no se protegen los derechos de autor, ni se promueve el pago de una remuneración justa por su trabajo ni la difusión de las obras. Abya Yala: sí establece un contrato. Pontificia Universidad Católica: sí, establece contrato, allí no se autorizan reproducciones parciales. San Francisco de Quito: no, «la universidad es dueña de los derechos de autor por un proceso de arreglo interno». Universidad de Especialidades: sí, allí se autorizan reproducciones parciales. Universidad de Cuenca: no se establece contrato. Andina Simón Bolívar: tripartitos entre la universidad, la coeditora (comercial) y el autor. Flacso: no. Universidad Católica de Guayaquil, sí. Estipula también el soporte, la duración y el porcentaje para regalías.	Abya Yala: 10% de las ventas. Pontificia Universidad Católica: no. Universidad de Especialidades: el 50% de las ventas. FLACSO: no existe ningún tipo de remuneración. Escuela Politécnica Nacional: 35% de las ventas.	Abya Yala: remuneración promedio a los autores de 3.000 dólares anuales, otros 120 dólares trimestrales. Pontificia Universidad Católica: 10% en libros. Universidad de Cuenca: 10% de los libros. Andina Simón Bolívar: 10% de los libros. Universidad Católica de Guayaquil, entre el 10 y el 25%, el pago puede ser en libros o en efectivo.
México	No hay información al respecto.	No hay información al respecto.	No hay información al respecto.
Uruguay	No hay información al respecto.	Dice el informe que un modo de «generar cierta fidelidad de los autores más prestigiosos es concediendo a los más destacados derechos de autor mejorados».	Editorial Nueva Jurídica, el autor financia la edición a través de la compra por adelantado de cierta cantidad de libros como modo de salvar la inversión hecha en la edición. No hay más información de las demás editoriales.
Venezuela	No hay información al respecto	Universidad Simón Bolívar: 20% de las ventas	No hay información al respecto

Fuente: Datos obtenidos de los estudios nacionales sobre la situación de las editoriales universitarias. Elaboración del autor.

6. FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

A partir de la idea de que para analizar la distribución hay que hablar del conjunto de intermediarios involucrados en el proceso de hacer que los productos editoriales estén disponibles para su uso y consumo, podría decirse que la edición universitaria de la región no suele concebir un plan estratégico acerca de cómo hacer para que sus libros se encuentren con sus lectores, aun en aquellas editoriales que se proponen satisfacer la demanda del público general, más allá del universitario.

La planificación debería contemplar ambas direcciones: primero, debería asegurar que los libros lleguen a distintos puntos de venta y, luego, que esos libros salgan de los puntos de venta, esto es, que sean vendidos merced a sus valores y a las tareas previas de promoción y publicidad. Esto significaría que aquellas editoriales que editan material de cátedra —apuntes, manuales, libros de textos— pensados para los propios alumnos debieran estar en condiciones de lograr que el público destinatario tome contacto con estos materiales porque el docente, que es quien genera primeramente la demanda, les solicita el material y al mismo tiempo les indica a los alumnos el punto de venta para su adquisición. En tanto que aquellas editoriales que editan pensando en alcanzar al público general, en llegar a esos lectores que no transitan ni transitaron espacios universitarios, y en trabajar para difundir los conocimientos entre la sociedad no lograrán sus objetivos si sus títulos solo se comercializan en las librerías que funcionan dentro de la universidad y no alcanzan a ofrecerse de manera consistente en la plaza comercial.

Es posible decir que una característica del negocio editorial es que el editor produce una gran cantidad (varios miles) de una variedad limitada de libros en tanto que los lectores buscan una cantidad de unidades muy limitada (en general, solo un ejemplar) de una amplia variedad de libros que no suelen estar editados todos por el mismo editor. Usualmente, se responsabiliza a los distribuidores y a los grandes descuentos comerciales que solicitan, de impedir que las editoriales universitarias logren una cobertura aceptable del mercado. De modo habitual, también, se culpa al canal comercial de ser quien absorbe y recibe la parte mayoritaria del ingreso por cada libro vendido. En el caso de la edición universitaria, pareciera que entra en conflicto la decisión de vender a un precio lo más bajo posible (para acompañar los objetivos culturales de la universidad) y la necesidad de lograr una distribución más eficiente y competitiva.

Esto ocurre por varios motivos, en primer lugar porque el movimiento físico de bienes, la logística del transporte y la distribución en esta región son aun costosos y poco eficientes, sobre todo cuando se debe acceder a sitios alejados de las grandes ciudades. En segundo lugar, porque para llegar a más lectores a través de la acción de un intermediario se necesita resignar entre un 40 por ciento y un 65 por ciento del ingreso por facturación, cuando la única posibilidad de renunciar a ese porcentaje del ingreso sería elevando más el PVP, hecho que representaría una manera de entrar inmediatamente en conflicto con la meta de precios bajos que sigue la editorial universitaria típica (al margen de volver a los libros mucho más vulnerables al fotocopiado y la piratería). Lo anterior sería posible solo si para la definición del PVP la editorial considera el descuento del canal comercial junto con los costos de producción, situación que, como se desarrolló en el punto anterior, no es la más frecuente.

Como resultado de las dificultades, es propio de la edición universitaria de América latina y el Caribe que la distribución se concentre en las bocas de venta pertenecientes a la institución. En prácticamente todos los casos se observan puntos de venta propios que suelen funcionar dentro de las mismas universidades. Podría decirse que la comercialización es "centrípeta" ya que los títulos editados por una editorial están presentes en todas las librerías y puntos de atención de la universidad, pero con escasa frecuencia trascienden los muros universitarios para llegar a las librerías del circuito comercial.

Entre los problemas que aquejan a la distribución, Adelaida Nieto, quien fuera directora de Cerlalc, destaca:

> Son muchos los estudios que coinciden en mostrar como uno de los más cruciales problemas del sector en la región el de la distribución de los libros para que lleguen oportuna y eficientemente al lector. Esos problemas se reflejan en todos los ámbitos, desde el comercio internacional, pasando por el comercio dentro de las grandes ciudades, hasta el comercio en las regiones o provincias de nuestros países.
>
> Frente al tema de la distribución hay que plantearse temas tan importantes como:
>
> - La capacidad de cubrimiento de los mercados; la excesiva concentración en las grandes zonas urbanas y el relativo abandono de las provincias y de algunas zonas de las grandes ciudades.
> - La introducción de sistemas modernos de gestión administrativa y comercial y de mercadeo.

- La irrupción del comercio electrónico, de los libros electrónicos y de nuevas formas de distribución del contenido editorial.

- La irrupción de nuevas tecnologías de impresión por demanda.

- La velocidad de circulación de los libros en el mercado. Un mercado imperfecto de distribución frena las posibilidades de crecimiento del conjunto de la industria.

- La competencia entre los diferentes canales de comercialización de libros.[149]

Seguramente no es sorprendente que la distribución o la aspiración a una distribución más extensiva y profunda —más exitosa— sea un anhelo de gran parte de las editoriales relevadas en todos los informes. Es interesante como ejercicio de especulación imaginar que ocurriría si las condiciones estructurales no fueran a recibir grandes modificaciones; dicho de otro modo, qué posibilidades tienen estos actores para mejorar e incrementar el intercambio en un escenario que no favorece las operaciones de intercambio de mercaderías (ni siquiera aquellas de un alto costo unitario o un amplio margen de rendimiento).

El verdadero "cuello de botella" de la edición universitaria de la región está en la dinámica de circulación en el punto de venta, ya que el ritmo de venta long seller de estos libros los hace menos indispensables y atractivos para el librero que aquellos títulos que producen, por sus volúmenes de ventas, una facturación mayor. Asimismo, es este mismo volumen menor lo que vuelve difícil el costeo de las gestiones de ventas y de la amortización de los gastos de envío, e introduce una serie de limitaciones que lleva al abandono de algunas zonas geográficas y a la intención de una cobertura masiva. Al respecto, expresa un informe sobre la situación del libro académico de Colombia: «El libro académico —especialmente el de Ciencias Sociales— en cambio, ha sufrido una cierta marginalización. Solo se exhibe en grandes librerías muy ligadas a grandes universidades y que se cuentan con la punta de los dedos. Todas las semanas recibimos en el Instituto cientos de llamadas de personas que regionalmente no tienen ni idea de cómo procurarse nuestros libros. Y hablamos de ciudades como Manizales, Valledupar o Cúcuta».[150]

Si bien como compensación, en general, los editores universitarios suelen disponer de puntos de venta o librerías propios, éstos en

149 A. Nieto, Los poderes públicos y el futuro de la industria editorial en el siglo xxi, ponencia presentada en el Congreso de Editores y Libreros de Ribeirao Preto, Brasil, 8 de agosto de 2003.

150 N. Morales Thomas, Notas sobre las dificultades de las editoriales académicas en Colombia. Ver: www.Cerlalc.org/reflexiones/reflexiones.htm>, (fecha de consulta 30 de noviembre de 2004).

general son espacios poco atractivos con una oferta escasamente interesante y muy poco frecuentados (o nada) por los destinatarios.

Un problema central que afecta a la comercialización de los libros universitarios es el propio perfil de los libros que se editan. La misma dificultad permanente de financiamiento genera la necesidad de recurrir a las ediciones pagadas por los autores o a las ediciones subsidiadas. Como consecuencia, se va conformando un catálogo con títulos muy poco atractivos para el circuito comercial, incoherente, lleno de sellos institucionales, con diseños muy influidos por los distintos participantes de la inversión, entre otras falencias. Elementos que están todos en contra de la lógica del consumo general.

Sería posible incrementar la circulación y la venta de los libros universitarios a través de una optimización de los recursos disponibles y de la realización de acciones coherentes en el tiempo como, por ejemplo, la explotación de los locales propios pero transformados en librerías surtidas de otros sellos editoriales; y, también, mediante la alianza estratégica con un distribuidor para la venta de nuestro fondo fuera de la universidad. Es común que las editoriales universitarias dispongan de espacios cedidos gratuitamente por las unidades académicas. En estos locales, ofrecen exclusivamente el material propio por lo que la mayoría de los libros solicitados en las bibliografías deben ser buscados en librerías externas. Esta situación reduce notablemente la ventaja competitiva que representa el funcionamiento de la librería dentro de la universidad. Al mismo tiempo, genera ciertas desventajas, como la de dejar a la editorial a cargo de la atención de los locales con personal propio, o de responder por la concesión de los mismos a terceros, con las dificultades jurídicas y laborales que esto conlleva.

La realización de acuerdos de distribución con otros editores para la venta de sus libros en locales de la propia universidad permite una explotación integral de la librería situación que ofrece algunas oportunidades que merecen ser tenidas en cuenta. En primer lugar, evita que el lector interesado migre a otras librerías; en segundo, produce un volumen de facturación que ayuda a financiar la logística de la librería, pues se trabaja con un importante descuento y le permite conocer al editor cuál es la bibliografía más demandada y lo orienta en futuras ediciones propias; por último, fortalece alianzas con otros editores para coediciones u otros proyectos.

¿Por qué hacer una alianza estratégica con un distribuidor para la venta del fondo, fuera de la universidad? En cada uno de los países

de la región en estudio existe un distribuidor especializado en libros universitarios. Ellos están en condiciones de trabajar en este mercado porque la oferta de sellos que llevan sus vendedores les permite costear los gastos, especialmente los originados por la comercialización en lugares alejados de los principales centros urbanos. La concreción de acuerdos para la distribución de los libros es un paso estratégico por varias razones, entre ellas, porque posibilita compensar el descuento otorgado al distribuidor con los gastos de comisión y de movilidad en los que habría que incurrir en caso de que la misma editorial resolviera hacer la distribución,[151] sin contar con que —según lo visto en los informes—, pocas editoriales disponen de personal para las tareas de promoción, corretaje y venta. De manera adicional, mejora sensiblemente las posibilidades de cobro. La cobranza, o mejor dicho la falta de cobro es una situación que representa una dificultad importante a la que se enfrenta cualquier editor universitario, pues lo coloca frente a los criterios de prioridad que establecen los libreros que prefieren cumplir con los editores de libros comerciales antes que con los universitarios. Por último, favorece notoriamente la realización de acciones de marketing en los puntos de venta de esas distribuidoras.

En este modelo de libros distribuidos por terceros, es fundamental que la demanda sea construida por el editor. Es importante recordar que los libros de la universidad —antes de llegar a competir en una librería con otros libros— competirán dentro de la cartera de sellos que ofrece el distribuidor. El trabajo de información en los puntos de venta debe estar a cargo del editor, especialmente para que el distribuidor jerarquice el fondo de nuestros libros al ver que son requeridos por los lectores.

La falta de una satisfactoria distribución de la producción es uno de los problemas mencionados en forma recurrente en los informes nacionales, junto a la necesidad de emprender acciones conjuntas y alianzas regionales que ayuden a superar este statu quo. Tal vez la dificultad resida en que esta voluntad de alianza y de trabajo mancomunado no alcanza para superar la complejidad que representa la tarea de distribución en sí misma y que, a la fecha, solo les permite entrar en competencia a aquellos actores que —respaldados por grandes estructuras e inversiones— pueden dar respuesta en lo inherente al flujo de documentación, la distribución física y el almacenamiento, la aceptación de riesgos financieros tanto para la venta como para el despacho, y que pueden absorber los sueldos

151 Concepto tomado del libro de J. Kremer, 1001 ways to market your books: for authors and publishers, 5ª ed, Fairfield (IA), Open Horizons, 1998, pp. 399-442.

de las fuerzas de venta, sus comisiones y gastos.

Al enorme drenaje generado por los costos de transporte, los trámites aduaneros, los envíos y las entregas, los gastos y las comisiones bancarias y crediticias, el mantenimiento de los stocks y los depósitos debe sumarse otra exigencia sobre el sistema de distribución: la necesidad de conservar el nivel de eficacia en el marco de una enorme extensión geográfica y tiene que poder facilitar como producto secundario información contable generada y administrada a partir de todo este movimiento.

Los costos de distribución son de vital relevancia para todas las industrias, y en todos los países. La Organización Mundial de Comercio sostiene que la mala infraestructura de transporte o de los servicios de transporte ineficientes se refleja en costos de transporte directos más altos y tiempos de entrega más largos. La mejora de la infraestructura del país puede influir mucho en el costo de comercialización. Los costos de transporte directos dificultan el comercio de manera similar a los aranceles. Los datos empíricos sugieren que los costos de flete son un determinante crucial de la capacidad de un país para participar en la economía mundial y en última instancia de la competitividad de sus exportaciones. Se ha calculado que un aumento del 10 por ciento en el costo de transporte puede reducir los volúmenes de comercio en más del 20 por ciento (Limão y Venables, 2001), y que corresponde a la reducción de los costos de transporte un 8 por ciento del crecimiento medio del comercio mundial en el período posterior a la segunda guerra mundial (Baier y Bergstrand, 2001).[152] Además, los costos de transporte varían según las regiones y los productos. «[La información] muestra que los costos de transporte de los países en desarrollo son en promedio un 70 por ciento superiores a los de los países desarrollados. Los costos de flete son mayores en África, donde equivalen al doble del promedio mundial».[153]

152 Organización Mundial del Comercio, Informe sobre el comercio mundial 2004: B la infraestructura en el comercio y el desarrollo económico, p. 133. Ver: <http://www.wto.org/spanish/res_s/reser_s/world_trade_report_s.htm>, (fecha de consulta: 13 de mayo de 2005).

153 Ídem, p. 125.

TABLA VIII. COSTOS DE FLETE POR REGIÓN, 2001

(PORCENTAJE DEL VALOR DE LAS IMPORTACIONES)	
EL MUNDO	6,1
Países desarrollados	5,1
Países en desarrollo	8,7
África	12,7
América latina	8,6
Asia	8,4
Pacífico	11,7

Fuente: UNCTAD, Review of Maritime Transport (2003a).

En la tabla siguiente, *Distribución y comercialización*, y a partir de la información suministrada por los estudios nacionales y sub-regionales se organizan los datos disponibles que permiten aproximarse a las condiciones en qué se realiza la colocación de la producción editorial, teniendo en cuenta los canales empleados, los niveles y montos de descuento otorgados, la participación en el mercado local, la participación en el mercado externo, los medios de compra y pago a disposición del lector, y la realización de actividades de promoción y marketing en los puntos de venta.

TABLA IX – DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

PAÍS	PUNTOS DE VENTA PROPIOS	NIVELES DE DISTRIBUCIÓN Y CANALES DE VENTA PREDOMINANTES*	MEDIOS DE COMPRA A DISPOSICIÓN DE LOS CLIENTES	OBSERVACIONES
América central	Un 54% de las editoriales encuestadas tiene venta directa en instalaciones propias.	Más de la mitad (54%) realiza la venta directamente. Un alto porcentaje, un 87%, distribuye sus publicaciones fuera de las instalaciones universitarias, aunque el informe no aclara si la distribución es propia o se contrata a un distribuidor. Un 40% realiza gestiones (en un grado no precisado por el estudio) para la exportación de libros. La mitad de las editoriales encuestadas realiza su venta en firme, mientras que la mitad restante lo hace en consignación, lo que equivale a proveer de una cierta financiación a la cadena comercial.	El 31% de la muestra realiza venta directa al público mediante pago en efectivo. Un 8% utiliza efectivo y tarjeta de crédito y el resto, una combinación entre efectivo, cheques, tarjetas de crédito y ventas a crédito.	La mayoría de las editoriales consultadas manifestaron mucho interés en mejorar la distribución del libro universitario en la región y culpan a la falta de financiamiento por la situación, ya que las compras se deben realizar en estricto contado. Si bien una de cada tres editoriales cuenta con su propio catálogo, un 23% de las editoriales no difunde su fondo editorial por ningún medio. En las conclusiones, las editoriales consultadas proponen la creación de un catálogo del libro universitario centroamericano en la red y la realización de ferias del libro regionales. Podría decirse que el intercambio que tienen estas editoriales con lo publicado en otros países es muy escaso, ya que el 80% reporta no distribuir libros de editoriales extranjeras, a pesar de que un 80% de las editoriales encuestadas dice tener un interés entre mediano y alto en el mercado centroamericano.

* Se utiliza para este análisis la propuesta de Philip Kotler desarrollada en su libro Dirección de la mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control, 7ª ed., México, Prentice-Hall Hispanoamericana, c1993, p. 574. Allí organiza la distribución en cuatro niveles: nivel cero, los productos llegan directamente del fabricante al consumidor (en este caso, del editor al lector); canal de un nivel, el consumidor compra a un comercio minorista los productos elaborados por el fabricante; canal de dos niveles, existe un mayorista que provee al comercio minorista de los productos elaborados por el fabricante; por último, el canal de tres niveles es aquel que cuenta con un corredor que visita los comercios minoristas y compra al mayorista en función de los pedidos que tiene. En el ámbito editorial comercial, tal vez el único poco frecuente sea el último, el canal de tres niveles.

PAÍS	PUNTOS DE VENTA PROPIOS	NIVELES DE DISTRIBUCIÓN Y CANALES DE VENTA PREDOMINANTES	MEDIOS DE COMPRA A DISPOSICIÓN DE LOS CLIENTES	OBSERVACIONES
Argentina	Todas la editoriales cuentan con al menos un local de venta directa para satisfacer la demanda del alumnado.	Venta directa: el canal de nivel cero es el preponderante. Las editoriales de mayor envergadura como las pertenecientes a la UN Litoral, UN Quilmes, UN Misiones y unas pocas más cuentan con canales de hasta dos niveles. Eudeba es un caso excepcional porque inclusive actúa como mayorista abasteciendo a comercios minoristas con su fondo y con fondos de otras editoriales.	Las que tienen un giro comercial más activo ofrecen como medios de pago la compra con tarjeta de crédito desde los locales y desde la web, además de efectivo.	Todas las editoriales consultadas manifiestan un algo grado de dificultad con la distribución. La ReUN aun no ha dado respuesta a la necesidad de poder comprar títulos provenientes de las distintas universidades, en una misma operación y a través de un catálogo conjunto.
Bolivia	14 universidades respondieron al informe nacional, de ellas, 9 realizan la venta en sus propios locales.	Venta directa: el canal de nivel cero es el preponderante. Es igualmente importante la venta directa que realizan los docentes (que se han pagado la edición de sus libros) a los alumnos. Solo cuatro ofrecen su material en librerías externas.	No se especifica	El informe destaca que, en general, estos libros no se encuentran en las librerías comerciales.

PAÍS	PUNTOS DE VENTA PROPIOS	NIVELES DE DISTRIBUCIÓN Y CANALES DE VENTA PREDOMINANTES	MEDIOS DE COMPRA A DISPOSICIÓN DE LOS CLIENTES	OBSERVACIONES
Brasil	El 58% posee librería propia. De ellas, el 90% tiene entre 1 y 3 locales. Solo el 2% tiene más de 4 locales. El 20% de las editoriales llega a vender entre un 80% y un 100% de la venta total por este medio.	78% de las ventas se produce a través de los propios puntos de venta. El 75% de las editoriales opera con librerías de la red comercial; para el 7% de las editoriales, este canal representa entre el 80% y el 100% de la venta. El 15% de las editoras es, además, la distribuidora de sus libros. Un 73% de las editoras ofrece sus libros en ferias y otros eventos, aunque no pareciera ser un canal que permita una gran venta: para el 45% de las empresas representa no más del 10% de la facturación. Ventas online/web: el 53% de las editoras vende por este canal que tampoco parece ser aun muy redituable: para el 90% de las que operan en la web las ventas no superan el 20%. Por último, un 10% de las empresas exporta aunque este canal equivale a no más del 10% de la venta.	No se especifica	El canal preferido para las ventas es la venta directa a través de las librerías de las editoriales. El 45% de la muestra respondió que tiene problemas para la distribución de sus libros. Está en funcionamiento el Programa Interuniversitario de Distribución del Libro (PIDL), instituido por Abeu , que parece ser el responsable del porcentaje significativo que tiene la venta a través de las librerías universitarias dentro del volumen total de ventas.

PAÍS	PUNTOS DE VENTA PROPIOS	NIVELES DE DISTRIBUCIÓN Y CANALES DE VENTA PREDOMINANTES	MEDIOS DE COMPRA A DISPOSICIÓN DE LOS CLIENTES	OBSERVACIONES
Chile	En general las editoriales que venden sus libros cuentan con locales propios.	Quienes reportan información suficiente sobre sus planes de comercialización suelen vender sus libros en locales propios y entregarlos para su distribución a un agente externo. Entre las universidades estatales se destacan cuatro: entre ellas, la Universidad Católica y la Universidad de Chile emplean múltiples canales para la comercialización: librerías propias y de terceros, distribución, grandes superficies, ferias y congresos, distribución local y en el extranjero. En cuanto a las que emplean mayor variedad de canales para la venta se destacan la Universidad Diego Portales y la Universidad Católica C. R. S. Henríquez.	No se especifica.	Aproximadamente la mitad de las editoriales no brinda información sobre las políticas de comercialización. Entre las privadas, aumenta el número de las editoriales que no dan precisiones respecto de los mecanismos de venta; inclusive tres de ellas especifican que no venden sus publicaciones.
Colombia	El 86% de las editoriales vende desde locales propios.	Un 86% de la muestra realiza venta directa; igualmente, es elevado el porcentaje de editoriales que vende en ferias del libro. El 35% utiliza su website para la venta. El 65% comercializa a través de un distribuidor.	No se especifica.	
Cuba	El Estado entrega la bibliografía a los estudiantes.	No existe distribución comercial de los libros, en el sentido usual del término. La puesta a disposición de los libros a los usuarios está centralizada por los organismos estatales.	Ver Puntos de venta propios.	Generalmente cada editorial produce lo que requiere su universidad, de no ser así, la misma administración adquiere el material faltante a otra de las editoriales universitarias estatales.

PAÍS	PUNTOS DE VENTA PROPIOS	NIVELES DE DISTRIBUCIÓN Y CANALES DE VENTA PREDOMINANTES	MEDIOS DE COMPRA A DISPOSICIÓN DE LOS CLIENTES	OBSERVACIONES
Ecuador	Todas las editoriales realizan la venta directa a través de la librería universitaria.	Hay dos grupos bien diferenciados: el primero, encabezado por Abya Yala, distribuye sus libros en la red nacional e internacional, en la web, y en ferias y seminarios. La Universidad Simón Bolívar opera en todos los niveles del canal (librerías propias, distribución nacional, ferias, seminarios, web) pero a través de la editorial que funciona como coeditora del libro. Se menciona escasamente la operación con el sistema de consigna. En el segundo grupo y más numeroso, se encuentran las editoriales que venden exclusivamente desde la librería de la universidad y excepcionalmente desde alguna librería especializada. En este segmento se encuentra la Universidad Central de Ecuador, Pontificia y San Francisco.	No se especifica.	Ausencia de redes de distribución adecuadas. Se menciona como un obstáculo serio para el crecimiento de la actividad.
México	Todas cuentan con librerías propias para la venta directa.	Además de la venta directa, la Universidad Autónoma Ciudad Juárez tiene convenios de distribución con agentes externos. Colima y Unam realizan su propia distribución y utilizan, además, el canal de ferias nacionales e internacionales. En cuanto a la modalidad de venta, mayoritariamente venden en efectivo cuando la venta es directa y consignan cuando operan con el canal mayorista. El gobierno mexicano es un importante cliente de las editoriales, que compra en forma directa a través de licitaciones.	Efectivo, cheques, venta a crédito, vales universitarios, tarjetas de crédito, Internet.	Todas cuentan con catálogos actualizados para la difusión.

PAÍS	PUNTOS DE VENTA PROPIOS	NIVELES DE DISTRIBUCIÓN Y CANALES DE VENTA PREDOMINANTES	MEDIOS DE COMPRA A DISPOSICIÓN DE LOS CLIENTES	OBSERVACIONES
República Dominicana	Una amplia mayoría (no se especifica el porcentaje) vende sus publicaciones en la librería de la misma universidad.	Además de la venta desde sus librerías propias, 5 de las 40 instituciones de educación superior comercializan sus publicaciones a través de un distribuidor que opera internamente y en el exterior. Muchas de las publicaciones se utilizan para el canje con otras instituciones. Un volumen importante (no se especifica) de la producción no sale a la venta, se utiliza para el canje interuniversitario.	No se especifica.	Rara vez la distribución alcanza más allá de las 2 o 3 librerías principales de la ciudad de Santo Domingo; generalmente es nula en el interior del país. Según el informe nacional, el mercado reducido sería la causa central de los problemas de la distribución.
Uruguay	No hay vinculación directa entre las editoriales y las universidades, no obstante, merced al lazo formal o informal que las une, todas comercializan a través de locales ubicados en las facultades. *	La red de librerías en las que se vende el material universitario comprende a no más de treinta negocios (sin contar los locales de venta de usados). La venta desde los locales universitarios no se restringe a la editorial con la que existe algún lazo, también se venden allí títulos de otros sellos, aun del exterior. Generalmente, cada editorial vende solo desde su local, para evitar los descuentos de la cadena comercial. Suelen completar la acción comercial con vendedores que ofrecen el material a otras librerías, a los profesionales universitarios y a sus asociaciones. Solo una editorial ha desarrollado un sitio para la venta on line.	No se especifica.	Son escasas o ausentes las acciones promocionales, ni siquiera se realiza el envío de ejemplares para inspección o como obsequio a los docentes de las materias. Prácticamente el único recurso que se emplea es la presentación de los títulos nuevos.
Venezuela	No se especifica.	No se especifica.	No se especifica.	La editorial de la Universidad Central de Venezuela se ha propuesto la creación, dentro de su estructura, del departamento de Mercadotecnia, para atender a todo lo relativo a las estrategias de distribución, mercado, promoción y servicios. Una de las misiones de la Asociación de Editoriales Universitarias de Venezuela (Aseuv) es integrar los circuitos de distribución y comercialización inter-universitarios para garantizar la promoción, la circulación y la venta de los productos editoriales.

Fuente: Datos obtenidos de los estudios nacionales sobre la situación de las editoriales universitarias. Elaboración del autor.

* Informe uruguayo, p. 5.

ESTRATEGIAS DE AMPLIACIÓN DE MERCADOS Y ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y MARKETING

Es muy poco frecuente que el planeamiento estratégico y el marketing ocupen un lugar destacado durante la etapa de concepción del catálogo que será editado por la universidad. Probablemente se trate de una mezcla de prejuicios y de un probado criterio de realidad, ya que se está frente a un tipo de material difícil de instalar entre los lectores. También es posible que esta actitud se relacione con la idea de mercado natural propia de los ámbitos con mercados cautivos. Dado que las estrategias de marketing están vinculadas a la necesidad de generar un mercado, es lógico que a partir de ese razonamiento se piense que si el mercado ya existe —si ya se tienen los lectores—, no haya necesidad de promocionar y difundir. Sin embargo, los niveles de venta, las exiguas tiradas de los libros editados por las universidades en toda esta región alertan que sí es necesaria la difusión y la creación de interés en el libro universitario.

Como es sabido, la tarea de marketing de libros es usualmente difícil, porque se está frente a un producto de un precio relativamente bajo que suele estar sometido a un descuento muy alto de la cadena comercial (sin contar las devoluciones, los deterioros), pero sobre todo, porque suele ser adquirido por compradores que muy rara vez repiten su compra.[154]

La promoción, uno de los mecanismos casi obligatorios para difundir libros universitarios es muy poco utilizada. Es un área que directamente no existe en los organigramas de las editoriales, según relevan las investigaciones desarrolladas. Esta situación posiblemente se origine en una convicción que podría revisarse, y es la que considera que los libros universitarios no tienen buenas posibilidades de mejorar su venta y aceptación en el mercado merced a las acciones de marketing y prensa. Estos esfuerzos que se asocian en el imaginario con la búsqueda de lucro se reservan únicamente para los libros comerciales. Por lo dicho, también es común que los libros publicados por las universidades salgan a la luz sin los elementos paratextuales necesarios para lograr una mayor distinción de los títulos dentro del cúmulo de novedades que se agolpan en los anaqueles; del mismo modo que suelen carecer de materiales específicos para la promoción en los puntos de venta, como folletos, señaladores o exhibidores. Frecuentemente, son lanzados sin los recaudos necesarios para lograr un anticipo, una crítica o una reseña en los medios gráficos que signifique un respaldo o tan solo la única oportunidad de captar la atención del

154 «Rara vez le vende más de un ejemplar de un libro o, incluso, varios libros diferentes a un mismo comprador.» D. Cole, Marketing editorial: la guía, México, FCE, Conaculta, 2003, p. 4.

público general. Y, sobre todo, son editados sin una estrategia de instalación global que los ayude a penetrar en un mercado colmado de novedades y de competidores.

El informe que detalla las dificultades que enfrentan las ediciones universitarias en Colombia ya mencionado anteriormente explica:

> La prensa raras veces dedica espacio a la literatura especializada académica. Las razones son múltiples. Unas están ligadas a la crisis misma de los periódicos en Colombia. La pauta publicitaria durante la última década presenció una notable reducción, lo que hizo que estos medios redefinieran sus espacios. En el mercado bibliográfico sólo las grandes editoriales pautan. Esto hace que los espacios de noticias, reseñas y entrevistas se asignen, muchas veces, a libros que cuentan con un respaldo publicitario. Las grandes editoriales pueden hacer campañas de prensa. Tienen los recursos para invitar a un desayuno de trabajo con autores y periodistas. Pueden financiar brochures y gastos de correo con información básica del autor, comentarios de los críticos, etc. Por último, son capaces de organizar grandes lanzamientos y, gracias a sus oficinas de prensa, hacen que dichos lanzamientos sean registrados en la prensa o en los medios radiales. Nosotros debemos resignarnos a mandar los libros con la esperanza de que algunos de estos periodistas culturales se interesen por nuestros temas. De ser así, puede que el periódico nos dedique un segmento escaso de su espacio. Nunca, por supuesto, el suficiente. La prensa no es el único canal publicitario para las editoriales.
>
> Para nosotros, desafortunadamente, sí. Muchas entidades, como la nuestra, tienen fuertes restricciones en el gasto público. Es casi imposible que logremos armar paquetes con documentación publicitaria destinada a profesores universitarios. No hacemos afiches, ni volantes, ni entrenamos vendedores profesionales. Y la televisión, por supuesto, en tanto se construye a partir del espectáculo, esto es, en una relación social mediada por las imágenes (como es definida por Guy Debord), desecha los dominios que le son ajenos, en tanto opacan la pirotecnia de sus retóricas, o en el mejor de los casos, porque estos no son rentables.[155]

Es posible pensar, además, que el lector de los títulos universitarios, generalmente, no llega hasta el libro atraído por su exhibición en el circuito de librerías, sino gracias al trabajo de promoción que se realiza en las cátedras, en los institutos de investigaciones y entre los docentes.

155 N. Morales Thomas, op. cit.

Una estrategia que permite trabajar a favor de lograr el incremento de la demanda sin desconocer las posibilidades presupuestarias de las editoriales es la realización de un plan anual o bianual de marketing. Esta herramienta es necesaria debido a una característica que tiene el mercado actual que es su segmentación. A la especialización de carácter puramente científico se suma, en el estricto caso de la editorial universitaria, la diversidad de propósitos a los que están destinados los libros. Unos son textos destinados a seguir el plan de las asignaturas, otros son libros de divulgación destinados a vincular la producción académica con la sociedad, algunos son el resultado de convenios institucionales, entre otras posibilidades.

Por ello, es necesario que cada libro, al momento de ser contratado, cuente con un plan de marketing, sea cual fuere la naturaleza del título y la magnitud objetiva de su mercado. El concepto marketing está devaluado en el ámbito académico, probablemente por las connotaciones comerciales que tiene, pero sería oportuno revisar esta postura.

Cada libro debiera tener a la hora de ser editado una planificación mínima de acciones, que se pueden clasificar en:

- Promoción
- Prensa
- Publicidad
- Exposiciones y ferias
- Presentaciones

LA PROMOCIÓN UNIVERSITARIA

A la hora de planificar la promoción universitaria es trascendental tener en claro que las acciones debieran dirigirse en primera instancia a los profesores y no a los alumnos. Es a partir de las recomendaciones que hacen los profesores que se habrá de tener más o menos éxito con las ventas posteriores entre los alumnos.

Como las campañas de promoción directa exigen un gran esfuerzo y pueden aplicarse solo a determinado grupo de libros, es importante que se consideren simultáneamente otros aspectos fundamentales que hacen a la concepción del libro: el precio final adecuado, la disponibilidad de ejemplares para la promoción y una buena distribución en las librerías especializadas. Esta tarea, por demás minuciosa, permite aspirar a que una cátedra entera adopte en su bibliografía un libro de la editorial. En ese caso, tal vez el mejor, el libro será requerido por decenas o cientos de alumnos. Paralelamente, durante el trabajo de promoción directa, se podrá construir una base de datos con toda la información que

proveen los docentes, y que constituirá un valioso tesoro para acciones futuras.

La mayoría de los buenos textos básicos de nivel internacional (ya se trate de cuadernillos de cátedra, manuales u otros) cuenta hoy con elementos adicionales que facilitan y propician el uso del libro por parte del profesor. El enriquecimiento con materiales accesorios tales como solucionarios de problemas, respuestas a las preguntas, ejercitación, archivos con gráficos o videos que pueden proyectarse en clase u otro tipo de complementos que colaboran con la tarea docente, aporta un gran valor agregado que gravita favorablemente para la adopción y prescripción de un libro. Es posible que el desarrollo de muchos de estos accesorios no sea económicamente viable para editores universitarios si se piensa en elementos editados en soporte papel, pero una guía de lectura para el profesor realizada por un especialista y alojada en el sitio web de la universidad es algo que está al alcance de casi cualquier editorial. Por ejemplo, si se consulta el sitio de la editorial McGraw-Hill Interamericana, se encontrará un completo portal educativo con material didáctico de formación a distancia para acompañar el libro Principios de economía de Francisco Mochón y que facilita el trabajo de docentes y alumnos. También se pueden encontrar capítulos del libro, transparencias, exámenes, prácticas, gráficos y ejercicios interactivos.

Otro tanto se puede hallar en el sitio de Fondo de Cultura Económica de la Argentina. Allí, para aquellos libros que pueden ser de interés para una cátedra universitaria o secundaria, se ofrecen guías didácticas elaboradas por especialistas, pensadas para favorecer un aprovechamiento profundo de los libros.

La prensa (los medios gráficos)

Las acciones que se pueden realizar en los medios masivos son importantes y, en general, no se tienen en cuenta en las editoriales universitarias. Por supuesto, la calidad de los autores facilita mucho la realización de acciones de prensa.

Para conseguir atención en estos espacios hay dos consideraciones fundamentales. La primera, simplificar la tarea de los periodistas, para lo cual es conveniente facilitar un dossier que explique los contenidos del libro y mencione los principales datos del autor. De este modo, se evita que los periodistas tengan que consultar a fondo el libro para poder hablar de él. La segunda, presentar el material como algo novedoso, como una noticia que puede interesar a todo público y no únicamente a los especialistas.

Es posible encontrar medios periodísticos e instituciones dispuestos a difundir las noticias de la editorial y a colaborar con sus actividades aunque no sea posible pagar estos espacios. Tal vez cueste conseguir un espacio en la prensa si se persiguen los grandes medios de cobertura nacional, pero, dado lo específico de los libros universitarios es probable que los periódicos especializados (o sus secciones y suplementos), y las revistas también específicas, sí estén interesados en comentar o reseñar estos libros.

Una ventaja de formar parte de la universidad es que los gastos de comunicación incluidos el correo electrónico y postal, la encomienda, el teléfono —que usualmente consumen una porción importante del presupuesto de una editorial comercial—, son absorbidos por la universidad.

La actividad de prensa no debe circunscribirse a los medios gráficos, ya que hay muchos programas de radio muy receptivos a este tipo de libros y, especialmente, al autor de libros universitarios.

La publicidad

Las editoriales universitarias no cuentan con recursos para la realización de publicidad, pero la misma puede lograrse en algunos casos a través de canjes. Como señala David Cole, «la publicidad en gran escala o incluso la publicidad en pequeña escala que realizan las editoriales de mayor envergadura para sus principales títulos no es conveniente en términos de costos para las otras editoriales».[156] Aunque el costo fuera nulo, es poco probable que sea conveniente en términos de congruencia de la imagen editorial y que ciertos títulos muy especializados aparezcan en anuncios en los medios masivos.

Si se construye un catálogo con libros y autores prestigiosos siempre será factible recibir el apoyo de las revistas científicas especializadas para el anuncio de las novedades editoriales, si no en forma gratuita, al menos como parte de un intercambio.

Las exposiciones y ferias

El recurso de planificar exposiciones en las facultades o en congresos y seminarios de especialistas no solo permite simplificar el trabajo de promoción sino que también refuerza la relación con los autores, que en general demandan de la editorial la realización de acciones especiales para divulgar su producción. Adicionalmente, la venta en estos espacios genera un ingreso económico extra, libre de los descuentos del

156 D. Cole, op. cit., p. 25.

canal comercial; además, es una propuesta que genera simultáneamente con la venta (inclusive independientemente de ella) una imagen de marca más sólida y una creciente fidelidad a la editorial. Como contraparte del gasto que representa la participación en estos eventos, todos los libros de la editorial pueden recibir una atención destacada, mayor a la que obtendrían comúnmente al hallarse mezclados con cientos de miles de otros libros en los anaqueles de una librería.

La feria, como ámbito y situación privilegiados para la promoción, genera mucho interés en las editoriales universitarias de la región. Prácticamente todos los países informan que sus editoriales realizan o buscan realizar la mayor cantidad de participaciones posibles en estas muestras. Un 86 por ciento de las editoriales colombianas vende a través de ellas. El 73 por ciento de las de Brasil utiliza este canal, en estas ferias, más del 50 por ciento de las editoriales vende entre un 10 por ciento y un 40 por ciento de su producción por este medio. Para algo menos de la mitad de ellas (un 45 por ciento) la venta a través de ferias reporta no más del 10 por ciento de su facturación total. En el caso del informe centroamericano, si bien no se especifica si cada editorial participa o no en ferias y congresos, en cambio, expresa claramente el deseo general de concretar la creación de un catálogo del libro para la región y la participación de todos los países y sus editoriales en las distintas ferias regionales.

Presentaciones

La tendencia general indica que los libros universitarios se presentan en los ámbitos académicos. Sin embargo, sería deseable ir avanzando hacia el llamado "marketing en el punto de ventas". Es decir, la programación de actividades en los espacios que las librerías del circuito comercial ha ido incorporando en sus locales durante los últimos años. Estas acciones refuerzan y mejoran la relación con los libreros, al mismo tiempo que los comprometen con las actividades que la editorial lleva adelante.

Estas propuestas suelen convocar a un numeroso público, no obstante, para lograr el éxito de la cita, estas presentaciones debieran contemplar, por ejemplo, la inclusión de un periodista de un suplemento cultural o de un locutor reconocido, cualquiera de los dos puede otorgar a los libros presentados una mayor importancia. Una buena preparación de estas presentaciones debe incluir el envío de gacetillas de prensa para la difusión, el envío de mensajes e invitaciones a varias listas de correo electrónico, y la preparación de algunos afiches para comunicar y promocionar la actividad en las facultades, entre otras muchas acciones.

7. LA REPROGRAFÍA Y PIRATERÍA

La actividad editorial en el seno de las universidades —como todas las otras dedicadas a la generación de bienes culturales— sufre y es víctima de la piratería y la reprografía.

Tal vez más que en ningún otro ámbito, en la universidad los derechos a la información y a la educación entran en conflicto con los derechos morales del autor y los derechos patrimoniales sobre las obras de creación intelectual, tanto del autor como de la editorial.[157] Y a este conflicto de intereses habría que sumarle que el perjuicio producto de la piratería (en sentido genérico, incluyendo todas las variantes que afectan a los distintos soportes) repercute sobre la diversidad cultural de la comunidad, distorsiona el funcionamiento normal del mercado y genera una grave evasión tributaria, lo que significa que ocasiona un sincero daño sobre el patrimonio del estado.

Son numerosos los grupos que bogan por una circulación si no irrestricta de los materiales de estudio al menos a un precio mucho más asequible para la población que estudia o que desea formarse. La preparación universitaria en esta región es producto de la educación estatal, gratuita; la mayor parte de la matrícula estudiantil transita los pasillos de las universidades públicas. Y en este contexto prospera con mayor facilidad un discurso que justifica la reprografía como un medio para volver accesible la información para todos y como un remedio a las prácticas comerciales abusivas de los editores, que encarnan en la creencia de muchos al empresario que se enriquece desmedidamente a costa de los consumidores.

Colabora con este panorama el hecho de que el estudiante que compra fotocopias[158] persigue como fin su educación y no lo guía ánimo de lucro. El comercio que le facilita y vende las fotocopias, que sí persigue el lucro y lo obtiene en detrimento de los derechos y riesgos asumidos por otros, aparece en el imaginario social como quien está brindando un servicio a los estudiantes y no como quien delinque de forma sistemática.

Los factores que intervienen en esta práctica consuetudinaria y establecida son numerosos. Por supuesto, el económico es fundamental. En la Argentina, algunos de los textos que forman parte de la bibliografía obligatoria de los cursos de grado de la carrera de Medicina, en la Universidad de Buenos

157 J. L. Caballero Leal, Derecho de autor para autores, México, FCE, Cerlalc, 2004, (Libros sobre Libros), pp. 13-18.

158 También llamadas xerox, fotoduplicaciones, copias fotostáticas.

Aires (Uba), cuestan entre $300 y $400,[159] el equivalente a la mitad de un ingreso promedio de un trabajador.

En algunas otras carreras, como las dependientes de la Facultad de Filosofía y Letras, también de la Uba, una bibliografía obligatoria para una materia cuatrimestral demanda entre 25 y 40 libros. Libros que no serán leídos en su totalidad, de los que se requieren solo uno, dos o tres capítulos. El alumno, aún aquel en condiciones económicas de adquirir ese volumen de publicaciones, tiene que estar imbuido de una profunda voluntad para no ceder a la posibilidad de comprar por pocos pesos las fotocopias de las páginas concretas que debe leer. Queda para otra circunstancia y para otro tipo de estudio, el análisis de las implicancias pedagógicas de esta práctica que privilegia el acceso fragmentario a la obra de los autores.[160]

Entre todos, es probable que el factor cultural sea el de mayor incidencia para explicar por qué la fotocopia ha desplazado al libro de las aulas universitarias, ya que nuclea en él muchas creencias y prácticas fuertemente arraigadas. Por un lado, se desconoce el proceso editorial. Habitualmente, los lectores (y los no lectores) ignoran la larga cadena de intermediarios, técnicos y profesionales que trabajan para la realización de un libro, un disco compacto, un video. Es poco probable que, además, tengan conciencia de que a partir de una inversión legal como la que realiza un editor para reproducir el trabajo creativo de un autor, se dispare una cadena de creación de riqueza para toda la sociedad. Con la edición se crea trabajo, se pagan salarios e impuestos; y cada estamento de la cadena produce y deriva una parte de lo generado al estado a través de la recaudación fiscal, riqueza que en alguna medida repercutirá sobre los miembros de la sociedad.[161] Frecuentemente, la opinión de los consumidores de libros y sucedáneos acerca de la falta de transparencia y de eficiencia en la administración estatal de los recursos del país es lo que hace más confuso este conflicto de derechos y deberes. «La tarea pendiente más importante —dice José Ángel Quintanilla, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Mexicana, Caniem—, es la correspondiente a la creación de una conciencia pública que haga entender que la adquisición de productos de origen

159 Equivalentes a 100 y 131 dólares respectivamente, según cotización del 28/10/05.

160 P. Carlino, Escribir, leer y aprender en la universidad. Bs.As., Fondo de Cultura Económica, 2005. En este libro, la autora asegura que el acceso a los textos académicos a través de fotocopias —casi exclusivamente—, sin que los materiales sean leídos en el contexto de un corpus, sin elementos paratextuales de apoyo, sin siquiera a veces el nombre del autor, contribuye grandemente a que el lector no pueda luego ubicarse dentro de lo que lee, y, obviamente, a que no pueda tener una comprensión eficaz de ello.

161 La International Federation of Reproduction Rights Organisations (IFRRO) estima que las industrias del derecho de autor contribuyen de manera importante al PBI de los países desarrollados, por lo general, entre un 4 y un 6 por ciento, además de contribuir a la creación de nuevos empleos. «Declaración de IFRRO sobre la piratería», en Pensar el Libro [boletín electrónico en línea]. Julio 2005, Edición 02, Bogotá, CERLALC. Ver: http://www.Cerlalc.org/Revista_Pirateria/editorial.htm, (fecha de consulta: 10 de octubre de 2005).

ilegal genera más daños que los aparentes beneficios que supuestamente brindan.»[162]

Además de que las prácticas ilegales en torno al libro desalientan a los escritores y a los autores, colaboran para que los editores tengan enormes dificultades para recuperar la inversión realizada, y para que sus planes editoriales y de reimpresión sean muy conservadores ya que, ¿no resulta razonable que un editor dude antes de reimprimir una obra que está siendo fotocopiada sistemáticamente? Reimprimirla supone una inversión importante, y poner en circulación una masa de dinero que demorará mucho en ser recuperada mientras la obra se sigue fotocopiando casi institucionalmente. Y esto es así desde el momento en que muchos de los comercios dedicados enteramente a la reproducción ilegal de libros de forma parcial o total funcionan dentro de las mismas casas de estudio. Realizan su actividad ilegal de forma visible y ostensible. Compiten en un mismo espacio con comerciantes que actúan en el marco de la ley, inclusive, compiten en un mismo predio con libreros que ofrecen legalmente los libros que ellos fotocopian. Un ejemplo mencionado en el informe argentino puede ilustrar de qué modo está instalado el hábito de fotocopiar: «La editorial Abeledo Perrot, especializada en temas de Derecho, comprobó que su título *Introducción al Derecho* de 1.178 páginas que costaba $ 94 pesos en 1997 no se vendía porque se fotocopiaba íntegramente. Decidieron hacer una edición más económica, de $ 55 pesos, que con descuento llegaba a los estudiantes a $ 49,50. Pero los alumnos lo seguían fotocopiando aunque el "clon" costara $ 58,90.»[163]

Como detalla Arboleda Palacio,[164] el mundo ilegal del libro está compuesto, en primer lugar, por la piratería, entendiendo por ella la reproducción de un libro sin la autorización de sus legítimos dueños, autores y editores, y sin reconocerles el derecho a la compensación monetaria. Dentro de esta categoría, se encuentra la "piratería offset" y la "piratería virtual" mediante la cual alguien "cuelga" la obra en Internet y permite que los usuarios descarguen esta información sin autorización. El daño económico provocado por la piratería offset, solo en Colombia, asciende a 8 millones de dólares anuales.

162 R. Uribe Schroeder, «Algunos puntos sobre la piratería editorial en México», en Pensar el Libro [boletín electrónico en línea]. Julio 2005, Edición 02, Bogotá, CERLALC. Ver: http://www.Cerlalc.org/Revista_Pirateria/editorial.htm, (fecha de consulta: 10 de octubre de 2005).

163 Informe argentino, p. 33.

164 G. Arboleda Palacio, «La piratería en Colombia: una mirada exploratoria al mercado ilegal del libro», en Pensar el Libro [boletín electrónico en línea]. Julio 2005, Edición 02, Bogotá, CERLALC. Ver: http://www.Cerlalc.org/Revista_Pirateria/editorial.htm, (fecha de consulta: 10 de octubre de 2005).

TABLA X ESTIMACIONES EN CANTIDAD DE LIBROS PIRATAS PARA EL AÑO 2000

PAÍS	PROMEDIO DE LAS ESTIMACIONES
Argentina	3.500.000
Bolivia	100.000
Chile	1.365.000
Colombia	1.283.000
Costa Rica	10.000
Ecuador	250.000
El Salvador	50.000
Guatemala	300.000
Honduras	55.000
México	10.000.000
Nicaragua	20.000
Perú	2.000.000
Uruguay	5.000
Venezuela	250.000
Total	**19.188.000**

Fuente: Estudio sobre la Piratería Editorial en América Latina, GIE, Carmen Barvo, 2001.[165]

Respecto de la situación global de América latina y el Caribe, Richard Uribe Schroeder del Cerlalc, recoge las consideraciones que las distintas cámaras del sector editorial de la región hacen acerca de las pérdidas por piratería editorial:

> Cinco cámaras, las de Bolivia, Ecuador, El Salvador, Perú y Venezuela consideran la piratería como un problema muy grave. Las cámaras de Argentina, Chile, Colombia, Guatemala y Honduras consideraron que el problema es grave. A las cámaras de Costa Rica, México, Nicaragua y Panamá les parece que el problema reviste alguna gravedad. Solamente Brasil y Uruguay expresaron que el problema no era nada grave o que simplemente no había piratería editorial en sus países.

Partiendo del hecho de que no se tienen estimaciones de Panamá y República Dominicana, ni los países que nunca respondieron (Cuba, Paraguay), la cantidad de ejemplares piratas de la región puede ser más alto. También es significativo que en muchos casos, las cámaras estimaron porcentajes de piratería que resultan sorprendentes. Por ejemplo, las cámaras de Bolivia, Perú y Venezuela estiman que la piratería equivale al 40 por ciento del total de libros legalmente publicados en el país; la cámara de Ecuador considera que ese porcentaje fluctúa entre el 35 y el 25 por ciento; la de Chile entre el 20 y el 25 por ciento; para las de Guatemala y Honduras ese porcentaje es del 10 por ciento; México el 9 por ciento; Argentina el 7 por ciento; Colombia el 5 por ciento; y Nicaragua el 2.5 por ciento. Uruguay considera que, siendo mínimo el problema, ese porcentaje está cercano al dos por mil, y Brasil considera que la piratería editorial no existe en absoluto.[166]

165 Citado por R. Uribe Schoreder en Estrategias para la lucha contra la piratería editorial, Convenio Antipiratería para Colombia, [publicación electrónica]. Ver: <http://convenioantipirateria.org.co//secciones/publicaciones/publicaciones.htm>, (fecha de consulta del 26 de octubre de 2005).

166 Ibídem.

En segundo lugar aparece la reprografía ilegal, que consiste en la copia parcial o total de un libro mediante una fotocopiadora. Es el mayor flagelo para la producción editorial universitaria, ya que para dedicarse a la reprografía ilegal solo se requiere de un equipo para obtener fotocopias y la materia prima que será fotocopiada la provee la biblioteca, el docente o algún particular. En cambio, el "pirata" difícilmente se interesa en los libros científico-técnico-profesionales, suele concentrarse especialmente en los libros que tienen una gran demanda, como las novelas y best sellers.

Para mensurar el daño económico, el citado especialista colombiano estimó el volumen diario de facturación y trabajo de las fotocopiadoras y lo confrontó con la venta de las 15 editoriales y distribuidoras más importantes. Como resultado, obtuvo que el valor del fotocopiado ilegal ascendía a 6,9 millones de dólares anuales frente a los 17,5 millones de dólares por libros vendidos. Como resultado, un 39 por ciento de la venta corresponde al mundo ilegal del libro.

Las cifras para el conjunto de países que integran América latina y el Caribe son mucho más alarmantes, se estima que se fotocopian ilegalmente, cada año, 50.000 millones de páginas protegidas por derechos de autor, que equivalen a 250 millones de libros y a unas pérdidas en derechos de 500 millones de euros. Estos datos, aunque estimados, provienen del Grupo de Entidades de Derechos Reprográficos de Ibero América (Gedri), y fueron difundidos en ocasión de la inauguración de Liber 2004, en Barcelona.[167]

El tercer protagonista del mundo ilegal del libro es el hurto. Alejadas del aura romántica que pudieran tener quienes han tomado algún libro amado en una librería, se organizan bandas dedicadas al robo de libros en las ferias, las bibliotecas, las librerías, la aduana, los depósitos, y los revenden y colocan en las casas especializadas. Como en estos negocios de segunda mano conviven los libros usados vendidos de buena fe por su antiguo dueño, los saldos, los ejemplares piratas casi irreconocibles y las muestras docentes (que son idénticas a las que se venden) es muy difícil el control en estos establecimientos. La Cámara Colombiana del Libro estima que —dado que la previsión por faltantes dentro del inventario es del 1 por ciento—, el valor de lo hurtado podría estar en los 3,5 millones de dólares.

Último exponente de esta categorización del mundo ilegal del libro: la venta de muestras sin valor comercial. Se trata en general de

167 «Cada año se piratea en Latinoamérica el equivalente a 250 millones de libros», El País [en línea], Madrid, 29/09/04. Ver: <http://www.belt.es/noticias/2004/octubre/11/pirateo_latinoam.htm>, (fecha de consulta del 27 de octubre de 2005).

libros de texto que han sido entregados por la editorial a los docentes, como material de difusión y que luego llegan a las librerías de usados a un precio mucho menor que el PVP fijado por el editor.

La suma estimada para Colombia de todos estos ilícitos asciende a 29,9 millones de dólares, pero el autor del cálculo aclara que se trata de una cifra muy conservadora. Como se anticipaba, de las cuatro modalidades enumeradas, la reprografía es la que ataca seriamente a la editorial universitaria. Según estimaciones recientes publicadas en el boletín electrónico *Pensar el Libro*, editado por Cerlalc, «La piratería es la causa de la pérdida de 120 mil puestos de trabajo, cada año, en los EE.UU. y de 100 mil en la Unión Europea. Es probable que en los países en desarrollo las cifras sean incluso más elevadas, así como el coste en términos de desarrollo igualmente negativo.»[168]

Según la Cámara Chilena del Libro la edición ilegal de impresos conlleva pérdidas anuales al sector cercanas a los 25 millones de dólares, cifra que representa un 25 por ciento de las ventas totales de la industria. Su presidente, Eduardo Castillo,[169] afirma: «La piratería en Chile aumenta y se perfecciona. Está arrinconando a editores y libreros. Esto habla de una cadena criminal organizada, se trata de mafias, porque es un negocio altamente lucrativo».[170] El informe ejemplifica con lo que sucede en las grandes ciudades como Santiago, Valparaíso, Viña del Mar y Concepción donde los vendedores callejeros exhiben alrededor de 700 títulos de libros, que van desde el primer tomo de las memorias de Gabriel García Márquez, hasta libros de Isabel Allende, Pablo Neruda y toda la serie de *El Señor de los anillos*, entre muchos otros.

Sería posible señalar a favor de las prácticas ilegales en torno a los libros, que la piratería es generadora de empleo y que permite el acceso a la información y a la cultura entre ciudadanos sedientos de ambas, ya que posibilita el acceso a bajos costos de productos de otra manera inalcanzables. Pero como muy bien puntualiza Martín Moscoso Villacorta «La piratería elimina el empleo formal y los sustituye por empleo informal, inferior en número y calidad. Al no brindar incentivos para la inversión, la piratería no permite que proveedores de la región atiendan nuestro mercado con el consiguiente efecto positivo de la competencia en los precios y en la variedad.»[171]

168 «Propiedad intelectual, piratería e industrias culturales», en Pensar el Libro [boletín electrónico en línea]. Julio 2005, Edición 02, Bogotá, Cerlalc. Ver: http://www.Cerlalc.org/Revista_Pirateria/editorial.htm, (fecha de consulta: 10 de octubre de 2005).

169 En ejercicio para octubre de 2003.

170 Informe de Chile, pp. 92-93.

171 «Cruzada Antipiratería: estrategia concertada de lucha contra la piratería», en Pensar el Libro [boletín electrónico en línea]. Julio 2005, Edición 02, Bogotá, Cerlalc. Ver: http://www.Cerlalc.org/Revista_Pirateria/editorial.htm, (fecha de consulta: 10 de octubre de 2005).

No son muchas las iniciativas tendientes a reducir e impedir las prácticas ilegales en torno al libro. En muchos de los países de la región las disposiciones legales aún en el caso de que sean apropiadas para dar respuesta a una situación tan compleja, no son de fácil implementación. Porque las razones para el copiado ilegal son muchas, porque los infractores están muy diseminados, porque no se cuenta con agentes (ni judiciales, ni policiales) entrenados para detectar este tipo de delito y porque en muchos casos los infractores particulares, los individuos, están cometiendo una falta cuyo valor económico, aislado, unitario, es tal que vuelve muy difícil la aplicación de una pena que sea adecuada. Además, la región carga con muchas carencias en materia de educación, de recursos, de bibliotecas, entre otras, y de posibilidades reales de acceso a la educación; en este entorno, se vuelve antipática la búsqueda de una vida cultural libre de productos ilegales.

Los distintos proyectos en circulación hablan sobre cómo penalizar, como hacer más efectivo el contralor, pero rara vez cómo prevenir y educar. Lamentablemente, todavía no son cotidianas ni masivas las campañas de concienciación sobre las implicancias de estas prácticas tan extendidas entre la población. No se perfila aún una corriente de acción multinacional: la reprografía no ha entrado en las agendas públicas de la región. Por el momento, las acciones siguen siendo aisladas, asistemáticas. En ese sentido, Unesco promueve iniciativas en tres áreas de actuación: «la colaboración en la elaboración de marcos jurídicos para la protección de la propiedad intelectual; la asistencia a los gobiernos en el refuerzo de las leyes destinadas a combatir la piratería; y la cooperación en la elaboración de campañas públicas de información sobre el daño que la piratería causa, en el ámbito local, a las culturas y a la creatividad.»[172]

Se vuelve difícil una toma de conciencia por parte de la sociedad si no se la educa para valorar el esfuerzo intelectual y creador y para justipreciar los circuitos de producción generadores de valor y riqueza para toda la comunidad. Las prácticas ilegales en torno a los libros afectan, en conjunto, a toda la sociedad, pero los principales perjudicados son, sin duda, los autores, que no reciben el fruto económico de su trabajo intelectual, en palabras de Umberto Eco, «El derecho de autor, por prosaico que parezca, constituye una garantía de libertad para los que escriben»;[173] los editores, que toman el riesgo económico y financiero de editar, que producen y ven día a día como las tiradas se

172 Ibídem.

173 «En defensa de los derechos de autor», en La Nación [en línea], Buenos Aires, 03/01/99. Ver: <http://buscador.lanacion.com.ar /Nota.asp?nota_id=210113&high=defensa%20autor>.

reducen ante el achicamiento del mercado; y, por último, los lectores, ya que generaciones enteras de profesionales se forman y reciben con fotocopias, alejados del contacto directo con los libros, sencillamente porque «el progresivo aumento de las fotocopias significa un sistemático encarecimiento de los libros originales».[174]

Paradójicamente, alumnos y docentes parecieran no tener conciencia de que esta práctica tan difundida configura un delito, y perciben únicamente un efecto de socialización de la cultura.[175]

Si es espinoso instalar en la sociedad la idea de valor del libro y del trabajo autoral, mucho más lejana parece la posibilidad de que el trabajo del editor encuentre su reconocimiento, su camino hacia el derecho del editor.[176]

Entre los emprendimientos en este sentido figura Cedro, el Centro Español de Derechos Reprográficos, entidad que gestiona colectivamente los derechos de autores y editores y que se alza como una propuesta creativa que —aceptando las prácticas instaladas socialmente, como la de la fotocopia— idea un mecanismo que posibilita un resarcimiento para los creadores. La propuesta de Cedro se ha replicado en prácticamente todos los países de la región, aunque no en todos con el mismo éxito.

Colombia cuenta desde 1995 con una alianza estratégica entre el sector público y privado, denominada Convenio Antipiratería para Colombia que centra sus actividades en la capacitación de funcionarios para una efectiva aplicación de la legislación, la elaboración del estadísticas para el sector y la sensibilización de la opinión pública.

Analizando concretamente la información que atañe al ámbito universitario y, precisamente, los informes sobre los que se basa este estudio comparativo, se observa que el mexicano destaca algunos aspectos vinculados a los hábitos de estudio de los alumnos universitarios. Entre ellos menciona la concurrencia a las bibliotecas, la compra de libros, el préstamo entre alumnos, las fotocopias y las descargas de archivos desde

174 Anotaciones de Carlos Pazos —responsable de la Comisión de Reprografía y Piratería Editorial de la Cámara Argentina del Libro—, citado por Ramiro Pellet Lastra, «La Cámara del Libro inició una batalla judicial contra el auge de las fotocopias», en La Nación [en línea], Buenos Aires, 19/03/99. Ver: <http://buscador.lanacion.com.ar/Nota.asp?nota_id=131723&high=cámara%20libro%20inició%20batalla>.

175 En 1999 la Fundación Educar con Libros encomendó al Estudio Moreno Ocampo una encuesta entre directivos y docentes y el 88,3 por ciento de ellos juzgó que se trataba de un procedimiento pedagógicamente negativo y jurídicamente ilegal. Sin embargo, el 78,8 por ciento de los mismos entrevistados creía que se justificaba el uso del recurso en función de que los estudiantes pudiesen consultar una bibliografía más amplia a menor costo, «La práctica ilegal de fotocopiar libros», en La Nación [en línea], Buenos Aires, 14/05/01. Ver: <http://buscador.lanacion.com.ar/Nota.asp?nota_id=304910&high=encomendó%20Estudio%20Moreno%20Ocampo>.

176 Según explica Álvaro Garzón en el capítulo «Los derechos de los creadores y de los productores de libros», en Mito o realidad del libro, Bogotá, Cerlalc, Colcultura, Aseuc, 1994, se estaría en la búsqueda de un concepto jurídico que proteja el papel del editor. Este concepto jurídico fluctúa entre la concepción del derecho del editor (como un autor) y la del derecho conexo del autor (equivalente al del productor de fonogramas). Pero en cualquiera de los dos casos, pareciera llegado el momento de incorporar los derechos del editor como empresario.

Internet. De un universo de 9.714 alumnos, el 12,4 por ciento nunca compra un libro; el 46,4 por ciento casi nunca; el 30,2 por ciento a veces y el 11 por ciento frecuentemente. Respecto del fotocopiado, el 32,2 por ciento lo hace frecuentemente, el 54,1 por ciento a veces; el 12 por ciento casi nunca; y el 1,7 por ciento nunca fotocopia. Esto significa que para el 86,3 por ciento el fotocopiado es una acción habitual y frecuente, mucho más que la compra de libros, un 41,2 por ciento. Afortunadamente, en el caso de México, como contrapartida, las consultas a la biblioteca son muy numerosas: al menos un 88,3 por ciento de los estudiantes adquiere información y material de estudio a través de la biblioteca de su centro de estudio.[177]

El informe de América central, si bien no precisa cifras, concluye que uno de los grandes problemas de la edición universitaria centroamericana es la reproducción ilegal de textos, especialmente a través de las fotocopias.

Según datos de la Cámara Argentina del Libro, la reprografía ilegal supone una pérdida de entre 150 y 200 millones de pesos al año, equivalente, nada menos, que al 40 por ciento de la facturación total del mercado del libro en la Argentina. Esto significa que los autores dejan de percibir entre 15 y 20 millones de pesos al año.[178] De acuerdo con cálculos aproximativos, se considera que anualmente se hacen 3.500 millones de fotocopias, el 90 por ciento de las cuales se produce en ámbitos universitarios, especialmente en los centros de estudiantes de las casas de estudios oficiales. Entre las razones para el incremento en la utilización de fotocopias en detrimento del consumo de libros, el informe argentino detalla:

> Esta cultura de la fotocopia obedece a indudables motivos económicos [...]. Habría que considerar la disminución de la concurrencia a las bibliotecas populares como otra razón que fomenta la obtención del material de estudios a través de fotocopias.[179] En las últimas décadas se nota una paulatina desaparición del hábito de consulta de bibliotecas populares y una declinación de la oferta de su fondo bibliográfico, nuevamente por motivos culturales y de política cultural. Para finalizar, hay que aceptar que el tema de la reprografía no se agota en su eje económico, las razones culturales

177 Informe mexicano, pp. 8-9.

178 Estas cifras son correspondientes al año 2001. Ana María Cabanellas, «Derechos de autor», en El mundo de la edición de libros, Leandro de Sagastizábal y Fernando Esteves Fros (comps.), Bs. As., Paidós, 2002.

179 Según la Encuesta nacional de lectura y uso del libro, encargada por Ministerio de Educación de la Nación en 2001, solo el 7 por ciento de los lectores de libros los obtienen en las bibliotecas. Según el Estudio sobre hábitos de lectura y mercado del libro, encargado por la CAL en 1998, reveló que muy pocos lectores concurren a las bibliotecas públicas sobre las que pesa una imagen burocrática y de poca vitalidad. En efecto, sólo el 17 por ciento de los entrevistados concurría asiduamente a bibliotecas, este grupo —de nivel medio, medio-alto, de mujeres jóvenes en su mayoría—, está formado por los mismos lectores que manifiestan leer con cierta intensidad y ser importantes compradores de libros.

> tienen un enorme peso. Instituciones educativas, directivos, docentes y alumnos tienen responsabilidad compartida. Las autoridades académicas toleran los centros de fotocopiado en las instalaciones de las casas de estudios; los docentes entregan los libros que formarán parte de la bibliografía para la cursada en alguno o varios de los comercios dedicados al fotocopiado masivo, a veces, como un simple "servicio" para los alumnos de su cátedra, en otros casos, a cambio de un porcentaje de las ganancias por las copias obtenidas.[180]

En la Argentina funciona un organismo cooperante de Ifrro (International Federation of Reproduction Rights Organisations), Cadra (Centro de Administración de Derechos Reprográficos de la República Argentina), con funciones semejantes a las del organismo central: otorgar licencias para la reproducción en condiciones que no pongan en peligro la normal comercialización del libro original; recaudar los derechos derivados del uso y la explotación de las obras de autores y editores; y repartir entre autores y editores los derechos recaudados.

En Uruguay también se impulsa a través de la justicia el desbaratamiento de las organizaciones que cuentan con locales dedicados a la piratería en las cercanías de las universidades. Además, los editores se han agrupado en la organización internacional Gedri (Grupo de Entidades de Derechos Reprográficos de Iberoamérica) y, a través de la Cámara Uruguaya del Libro, se trabaja en el proyecto Autor (Asociación Uruguaya para la Tutela Orgánica de los Derechos Reprográficos) con el objetivo de promover y defender los derechos autorales.

Aunque por el momento las acciones son incipientes, las editoriales de la República Dominicana han comenzado a desalentar el fotocopiado en el interior mismo de las universidades, aunque adolecen de suficientes normas de control.[181]

La combinación de la falta de incentivo a la producción de textos académicos y de la oferta generosa de fotocopias en el mercado boliviano acarrea como resultado —según la autora del informe nacional— una industria poco desarrollada. Fotocopias y piratería constituyen fenómenos «prácticamente incontrolables», de gran influencia en la producción editorial universitaria de un país donde el 90 por ciento de las obras de consulta se edita en México, España, Argentina o EE.UU.[182]

180 Informe argentino, p. 33.

181 Informe dominicano, p. 43

182 Informe boliviano, p. 13.

Una investigación llevada a cabo por la Associação Brasileira de Direitos Reprográficos, ABDR (Asociación Brasileña de Derechos Reprográficos), da cuenta de que solo en San Pablo son fotocopiadas 26 millones de páginas de libros al año, por estudiantes y docentes universitarios. Esta cifra proyectada al ámbito nacional da un monto impresionante de 2 billones de copias al año.[183] ABDR confirmó que el 84 por ciento de los estudiantes decían haber obtenido los libros que fotocopiaban directamente de sus docentes. Con el agravante de que el 32 por ciento de los alumnos de las más variadas universidades, aún de aquellas de excelencia académica, no compra ningún libro durante el año y solo el 28 por ciento adquiere entre 1 y 4 libros en ese lapso.

El caso de Cuba es completamente especial ya que los autores ceden sus derechos patrimoniales a la universidad para la que trabajan y, según especifica el informe nacional, «En el plano internacional, Cuba en su condición de país en vías de desarrollo hace uso de aquellas obras extranjeras que resultan imprescindibles para la Educación Superior».[184] No se brindan más datos, pero es posible estimar a partir de estas declaraciones que las editoriales universitarias no pagan regalías al exterior por los libros que traducen y editan en el país.

Según estimaciones del sector del libro en Venezuela recogidas por el informe nacional, el perjuicio económico por las actividades ilegales en torno al libro representa 21 millones de dólares. De ellos, 6 millones corresponden a la reprografía y 15 a los libros clonados (aunque si en lugar de hablar de valores globales para el sector, se hace hincapié en el caso de los best sellers, las pérdidas representan el 80 por ciento).

Por más que las cifras involucradas en el comercio ilegal del libro —en todas sus variantes— sean alarmantes, los datos que más preocupación generan son aquellos relacionados con los hábitos lectores de los estudiantes, o mejor dicho, la falta de hábitos lectores. Los datos de Argentina dan cuenta de que el 10 por ciento de los alumnos universitarios no leyó ningún libro completo el año último.[185] Sólo el 23 por ciento leyó entre uno y dos libros y sólo el 22 por ciento leyó más de seis títulos. El 34 por ciento no leyó fuera de sus estudios (para inquietud de los autores y editores), entre los 1.100 estudiantes que

183 Noticia difundida por la Câmara Brasileira do Livro. Ver: <http://www.cbl.org.br/news.php?recid=439&hl=Jornal%20da%20Tarde>. Fuente: Jornal da Tarde, 10 de septiembre de 2003. (fecha de consulta 26 de octubre de 2005).

184 Informe cubano, p.12.

185 S. Reinoso, «El 10% de los alumnos universitarios no leyó ningún libro el año último», La Nación [en línea], Buenos Aires, 27/04/05. Los datos mencionados son parte del Estudio sobre la fotocopia de libros en las universidades, realizado sobre 1100 alumnos de las universidades de Buenos Aires (800) y de Rosario (300), a instancias del Centro de Administración de Derechos Reprográficos (Cadra). Ver: <http://buscador.lanacion.com.ar/Nota.asp?nota_id=699531&high=reprográficos&aplicacion_id=4>.

participaron de la encuesta, el 40 por ciento estudia con fotocopias. En las universidades se fotocopian más de 2.500 millones de páginas por año, que equivalen a más de 7 millones doscientos mil ejemplares. Pero la sorpresa no acaba allí. Pues a mayor cantidad de libros leídos, mayor el porcentaje de fotocopias que reemplazan esos libros. Cinco de cada diez universitarios leyó más de seis títulos en fotocopias, en tanto que tres de cada diez leyeron fotocopiados entre uno y dos libros. El sondeo mostró que un 93,6 por ciento lee capítulos sueltos de libros, en tanto un 40,9 por ciento lee artículos en revistas científicas.

La idea de que los estudiantes universitarios de la región puedan llegar a graduarse sin haber pasado por la experiencia transformadora de leer en forma íntegra un libro tendría que funcionar como incentivo más que suficiente para emprender todas las acciones posibles para dar un verdadero vuelco en la relación entre la sociedad y los libros. Como enseña Gabriel Zaid,[186] ensayista y poeta mexicano, el problema no está solo en los millones de pobres que no pueden acceder a los libros, muchos de ellos analfabetos, sino en los millones de universitarios que pudiendo acceder a los libros no leen (pero sí escriben y desean ser publicados).

Pensar en los universitarios como propagadores de un mal generado en esa instancia educativa sería un error. Como dice la doctora Ana María Cabanellas, editora y actual presidenta de la Unión Internacional de Editores, la educación en la fotocopia comienza en el jardín de infantes, cuando las maestras entregan a los padres —y lo cobran como material escolar— los primeros libros fotocopiados y anillados para que sus hijos se eduquen.[187] Gonzalo Arboleda, actual presidente del Grupo Interamericano de Editores (GIE) sostiene que en el tema piratería (en sentido genérico) hay tres tipos de responsabilidades: la de los gobiernos que deben legislar sobre el libro y la lectura e instalar bibliotecas para no vulnerar el derecho a la lectura; la segunda, la de los editores, que deben editar obras de calidad y de precio asequible para las economías de los países de la región, —además de trabajar para mejorar su distribución—; y, por último, la responsabilidad del sistema educativo en su conjunto, que debe decidirse a educar a los educadores para que sean agentes de cambio.[188]

186 G. Zaid, op. cit., p. 52.

187 «Cada año se piratea en Latinoamérica el equivalente a 250 millones de libros», El País [en línea], Madrid, 29/09/04. Ver: <http://www.belt.es/noticias/2004/octubre/11/pirateo_latinoam.htm>.

188 Ibídem.

ESTRATEGIAS COMUNES PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

La comparación de los estudios nacionales y de la información que reflejan la actividad editorial universitaria de la región no ha hecho más que confirmar que aquello que los profesionales involucrados viven a diario es parte de un panorama generalizado. El trabajo es arduo, los recursos son escasos y se cuenta con pocas herramientas para incidir en las políticas públicas vinculadas a la edición universitaria. Así, se torna muy difícil el ahorro de esfuerzos y la optimización de las energías empleadas en la edición y la producción editorial.

Tal vez, el mismo carácter autónomo de gran parte de las universidades latinoamericanas y caribeñas —altamente positivo en lo que hace al acontecer académico— torna difícil la adhesión activa a los programas regionales que trabajan en pos del desarrollo editorial. No obstante, se observa que la situación estructural del sector genera preocupación en todos los participantes que han brindado información para los estudios nacionales. Y es notorio que la problemática es recurrente en todas las latitudes, aún considerando las asimetrías naturales, ya que este estudio refiere tanto a editoriales que pueden publicar doscientos títulos al año como dos.

Muy probablemente, las dificultades que se advierten en el seno de cada editorial —como la falta de autonomía financiera, económica y editorial, entre otras—, se reproduzcan a su vez en el corazón de las asociaciones y redes que son formuladas para combatir, precisamente, las debilidades crónicas de la actividad editorial universitaria. Dado que muchas de estas redes suelen responder solamente a la voluntad de sus participantes de trascender las problemáticas domésticas y de lograr mejoras sustanciales en la gestión de las empresas —pero carecen de la articulación institucional como para tener mandato propio y presupuesto propio—, ven cómo sus esfuerzos se terminan ahogando porque las instituciones a la que pertenecen no las sostienen fehacientemente. Por ejemplo, en el caso de la Red de Editoriales Universitarias de la Argentina (ReUN), si bien las editoriales se nuclearon a partir del consentimiento de los órganos directivos de cada universidad, en la práctica, se constituyó como una asociación que carece del más mínimo presupuesto. Así, hasta para participar en una pequeña asamblea dentro del país, los miembros carecen de los fondos para un pasaje en ómnibus. Dependen de la buena voluntad de algún asociado para organizar una base de datos y de la colaboración marginal de algún participante para volcar esta información en una página web.

Cada uno en su medida, los distintos actores del sector bregan por fomentar y promover la producción, la publicación, la difusión y la circulación amplia de las ediciones universitarias, como así también por un progresivo perfeccionamiento técnico y administrativo y una profesionalización del sector editorial universitario.

Años atrás, en 1987, y como resultado de la colaboración entre instituciones afines, se crea la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (Eulac), uno de cuyos proyectos es el Libro Universitario Regional (LUR).[189]

Los miembros participantes siguen apostando a que la canalización de recursos y esfuerzos a través de una entidad como Eulac sirva para mejorar e incrementar todos los parámetros de la actividad: desde la producción, la difusión y la distribución, pasando por la lucha contra la reprografía, el incremento de las coediciones y el posicionamiento extracontinental de la producción.

Entre las medidas concretas que se han propuesto en estos años figura el ya nombrado proyecto Lur, la creación de un catálogo del libro universitario en Internet y la realización de ferias del libro universitario regionales, propicias para la realización de convenios comerciales, de negocios editoriales, de ediciones y coediciones, de compra y venta de derechos de autor, de traducciones, de convenios de distribución, y de promoción de los fondos editoriales.

Como se anticipó, en muchos de los países de la región, existen asociaciones nacionales que constituyen los afluentes naturales de Eulac y, en los que aún no existen, se trabaja sobre proyectos para su conformación.

En Brasil, la Associação Brasileira de Editoras Universitarias (Abeu) se funda en 1987 con la misión de trabajar en el crecimiento y la profesionalización del mercado editorial, y para acompañar la consolidación de un lector que ya no solo busca la comunicación dentro de la comunidad científica, sino que intenta entender e insertarse adecuadamente en el mundo. Por lo tanto, la universidad a través de sus ediciones se convierte en un puente entre la producción académica y la sociedad.

En Argentina, se crea en 1995 la ReUN, que agrupa a más de diecisiete universidades. Sus objetivos se centran en la comercialización, la capacitación y la comunicación en pos de un mayor desarrollo del potencial editorial. Además considera dentro de sus metas la

189 El proyecto Libro Universitario Regional (LUR) es un convenio de cooperación entre el Gobierno de la República Federal de Alemania, por medio de su Ministerio de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) y el Gobierno de Costa Rica.

difusión de la producción universitaria nacional en el exterior y la necesidad de conocer la producción editorial de los distintos países, mencionada en algunos informes.

En diciembre de 2001 se constituyó la Asociación de Editoriales Universitarias de Venezuela, que cuenta hasta la fecha con diecisiete miembros. Los objetivos son elaborar políticas editoriales conjuntas, lograr el arbitraje de todas las obras (utilizando las normas del referato o evaluación como modo de elevación de la calidad), favorecer la profesionalización del sector y el desarrollo de políticas en el tema de las coediciones. Además pretende integrar los circuitos interuniversitarios y plantea la edición de libros regionales.

A la fecha, coexisten en Chile dos instancias que nuclean y promueven la actividad editorial universitaria. La Asociación de Editores de Chile, una asociación gremial de editores independientes, autónomos y universitarios, entre cuyos objetivos se encuentran la preservación de la diversidad cultural, el fortalecimiento de la red de librerías, la creación que trascienda la priorización de la rentabilidad, y como se afirma en su Manifiesto, que los libros lleguen a la mayor cantidad de ciudadanos y se transformen en soporte de reflexión, placer, cuestionamiento, memoria, identidad y creación. Por otro lado, la Red de Editores Universitarios que desde su creación en 2002 brega por convertirse en un mecanismo de encuentro y cooperación que sirva de instancia de reconocimiento ante la sociedad de la tarea editorial universitaria.[190]

En México, se encuentra la Red Altexto que agrupa a doce instituciones de educación superior, con el objetivo de incrementar las publicaciones y su calidad a través de la creación de mecanismos y condiciones favorables para ello, tanto en la edición, publicación, distribución y promoción. Cuenta con un programa de actualización y capacitación permanente para el personal que trabaja en este sector y, además, propicia la realización de coediciones a nivel regional.

En Cuba, uno de los objetivos centrales del sistema de educación superior consiste en el establecimiento de una red (intra, extra e Internet) que abarque todos los centros de educación superior y de investigaciones, y que incluya —además de múltiples servicios para los investigadores, los docentes y los alumnos)— una biblioteca virtual. Esta red (Reduniv) permitiría avanzar también en un programa de afianzamiento de las políticas afines a la gestión de las editoriales universitarias.

190 M. Loyola, "Ediciones universitarias: realidad y perspectivas", Presentación hecha en la Segunda Convención de Editores Universitarios, Universidad de Santiago de Chile, 16 de octubre de 2003.

La Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (Aseuc), está integrada por 37 universidades y funciona desde 1990. Aseuc comparte las preocupaciones comunes manifestadas por los organismos pares, e insiste en la necesidad de fortalecer y desarrollar una política de coedición por campos de conocimiento que tenga en cuenta las fortalezas de cada universidad.

En Perú, la Asociación Peruana de Editoriales Universitarias de Escuelas Superiores sintetiza sus objetivos 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, y la difusión del pensamiento académico hacia la comunidad.

En Ecuador no existe por el momento una red de editoriales universitarias que favorezca el desarrollo del sector y de cada editorial componente. Tampoco se menciona la existencia de una red o asociación en el informe de Uruguay ni en el de República Dominicana. Sin embargo, en este último, a partir de algunos aspectos señalados en las conclusiones,[191] como la ausencia de normas nacionales para las publicaciones científicas o la necesidad de diseñar una estrategia para unificar criterios y crear una política editorial de apoyo a la producción universitaria, se infiere la voluntad de creación de una red que pueda integrarlas para ello y, además, facilitar acuerdos entre las editoras dominicanas y otras extranjeras. El trabajo conjunto favorecería la capacidad de negociación, la estandarización y la generación de políticas editoriales más eficientes.

Por su parte, desde América central se impulsa la creación del Sistema Editorial Universitario Centroamericano y la creación de un catálogo digitalizado que se distribuya a través del Consejo Superior Universitario de Centro América (CSUCA), que propiciará el conocimiento y la relación entre las diferentes editoriales centroamericanas.

La tendencia hacia la formación de redes de editoriales universitarias es el camino elegido por la mayoría de las naciones de la región con el propósito de orientar a las instituciones en todos los aspectos del proceso editorial universitario y para propiciar la estandarización de criterios y la resolución de la problemática específica de la producción universitaria.

La Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (Eulac), por su

191 Informe dominicano, p. 41.

parte, estimula la formación de asociaciones nacionales de editoriales universitarias y el establecimiento de relaciones entre ellas. También sugiere y motiva la consolidación de catálogos comunes y la creación de bancos de datos; estimula el intercambio, la capacitación técnica y administrativa; la definición de criterios comunes para mejorar las ediciones y la optimización de la distribución de las publicaciones (por ejemplo, a través de coediciones y de la búsqueda de mercados regionales y subregionales); y, muy especialmente, busca apoyo en distintos sectores que ayuden al financiamiento de la actividad.

Muchas de las conclusiones obtenidas durante el Seminario Internacional Las Editoriales Universitarias hacia el Siglo XXI, América Latina y el Caribe, a partir del tema central "Análisis estratégico de la actividad editorial universitaria de la región y sus posibilidades de expansión", se reflejan en los informes de todos los países y en los objetivos de las distintas redes que operan en cada uno de ellos. Los resultados permiten observar que es unánime el interés en el perfeccionamiento del sector, el fomento de la producción de los textos universitarios, la difusión del pensamiento académico, y la integración entre las editoriales universitarias nacionales y latinoamericanas, con el objetivo central de avanzar en el crecimiento de mayores perspectivas para las ediciones.

A continuación se transcriben los objetivos que se trazaron como fruto de la reflexión y la discusión conjunta:

- Fortalecer las asociaciones de editoriales universitarias nacionales y procurar su creación en aquellos países en los que aún no existen.

- Fortalecer las diferentes acciones y tareas que realiza Eulac.

- Solicitar al Iesalc/Unesco y al Cerlalc el apoyo constante y permanente para la realización de proyectos específicos.

- Fomentar la capacitación editorial en sus diferentes niveles. Se recomendó la alianza Eulac-Aseuc para adelantar este propósito.

- Convocar a las asociaciones de editoriales universitarias para constituir un frente común en defensa del libro y de las políticas fiscales que protegen la producción y distribución del libro en la región.

- Impulsar la constitución de marcos regulatorios específicos que desarrollen condiciones favorables para el cumpli-

miento de la misión editorial universitaria y faciliten la tarea de editar con criterios académicos y técnicos de calidad y eficiencia.

- Promover el proyecto Libro Universitario Regional (Lur).

- Difundir el concepto de catálogo —en tanto decisión previa— como herramienta vital en la tarea de presentación de la producción intelectual de las universidades y promover su finalidad comercial.

- Fomentar la producción editorial dirigida a satisfacer la demanda universitaria articulando la edición de libros con los programas académicos.

- Promover la adecuada jerarquización (posicionamiento académico) de las editoriales en el ámbito universitario.

- Contribuir al desarrollo integrado de redes y circuitos de distribución que incorporen librerías, redes informáticas y medios publicitarios.

- Promover la integración de catálogos regionales como una forma de optimizar la comercialización, utilizando las ventajas de la economía de escala.

- Desarrollar las fortalezas existentes en el campo de la producción editorial en temas de ciencias sociales y organizar un catálogo unificado.

La participación activa de todas las editoriales universitarias de cada una de las redes constituidas en los distintos países integrantes de América latina y el Caribe; la integración de aquellas editoriales que aún no se han incorporado a esta tarea asociativa; y la creación de redes en aquellos países que no las tienen, permitirán la interacción de todos los involucrados con esta labor, sumando los esfuerzos de cooperación a la autonomía de cada una de las editoriales.

MODELOS EMBLEMÁTICOS NACIONALES

A lo largo de estas páginas se ha insistido con las enormes dificultades que enfrentan las editoriales universitarias por abstraerse de los condicionamientos que dan forma distintiva a su quehacer.

Pareciera que aún resta mucho esfuerzo y mucha profesionalización para llegar al momento en que cualquier lector de la región pueda adquirir los libros de edición universitaria publicados por cualquier universidad, en todas las librerías del continente.

Sin embargo, muchas de las empresas surgidas en un ámbito que no es afín a la edición (si a la educación, sí a la investigación), que no suelen contar con partidas presupuestarias para el desarrollo de productos y mucho menos para su producción, que se ven muy seriamente limitadas para su gestión por la falta de autonomía política, editorial y económica y que rara vez están integradas por profesionales vinculados al mundo del libro (y la carencia apunta a la calificación y a la cantidad de personal) logran, a pesar de todas las vicisitudes tener una producción activa en el campo editorial. Y dentro de este universo dispar sobresalen algunos representantes exitosos. Aquí se presentan los modelos emblemáticos: ejemplos de que es posible emprender el camino a la conciliación de la misión cultural de la empresa editorial con una gestión racional de esa empresa.

América central

En América central hay 16 universidades públicas que integran la Confederación Universitaria Centroamericana, de éstas, 12 poseen editorial; además, brindan educación superior 139 universidades privadas, de las cuales solo cinco poseen editorial, 116 no poseen y de 18 no hay datos. Por lo tanto, las universidades públicas concentran el 70% de la edición universitaria.

Costa Rica

Es el país que presenta el mayor desarrollo editorial de la subregión. Hay cuatro universidades públicas, cada una de ellas posee editorial. Se destaca en este panorama la Editorial de la Universidad Nacional Estatal a Distancia (Euned), creada en 1978. Desde su fundación se estableció que el material impreso sería el medio maestro para impartir la enseñanza superior a distancia. Esta editora es la única de la región especializada en la edición y producción de textos para la educación superior a distancia y el autoaprendizaje, en un amplio abanico de materias y temas.

Con base en estadísticas y estudios académicos se determinaron las características lógicas, formales y editoriales de los textos para el autoaprendizaje que comenzaron a llamarse "unidades didácticas". La competitividad de estos textos en el mercado y su demanda socioeducativa respaldaron la iniciativa de crear una empresa editorial y la labor de formular un proyecto de imprenta propia.

Las políticas editoriales de la Euned han respondido a la misión de divulgar y democratizar la cultura de la nación, mediante la edición de obras de autores consagrados y de nuevos talentos. Esta línea ha dado como fruto importantes colecciones como "Vieja y

Nueva Narrativa Costarricense", con más de 60 títulos publicados; las series "Quién fue y qué hizo" (biografías de personalidades de la cultura nacional), "Biblioteca Clásicos de la Historia Costarricense", "Historia Cultural de Costa Rica", "Educación Ambiental", entre otras.

La dirección de la editorial está a cargo de un consejo editorial, cuerpo colegiado integrado por figuras prominentes de la cultura nacional y por importantes autoridades universitarias. Cuenta con un completo organigrama de varios niveles, ya que el consejo editorial se apoya en un equipo gerencial y técnico que conforma la estructura operativa de la editorial. El equipo de dirección está integrado por el director ejecutivo y los coordinadores de los procesos de producción, quienes cuentan con un equipo de apoyo administrativo.

Todo el proceso de transformación de un texto en libro tiene lugar en la EUNED: edición, preprensa, impresión y acabados finales, inclusive aquellas operaciones destinadas a hacer que el libro terminado encuentre a su lector.

En los primeros 15 años de existencia de la Euned había publicado cerca de mil títulos, esto no debiera extrañar si se tiene en cuenta que luego de un año y tres meses de constituida como empresa ya había producido 42 títulos. En 1987, con la publicación de 78 obras nuevas, alcanzó el primer lugar entre las editoriales universitarias de América latina y el Caribe. En 1989 llegó a la cifra récord de 104 obras nuevas, reafirmando así su gran potencialidad productiva y la aceptación generalizada del sello editorial en el mercado nacional e internacional.

A un cuarto de siglo desde su creación, la Euned ha logrado consolidar una producción anual de 250 títulos promedio y más de un millón 600 mil ejemplares por año, lo que ha permitido su reconocimiento como una de las más importantes productoras de libros de la región, y una de las más vigorosas editoriales públicas y educacionales del continente.

Sus obras y autores han sido galardonados en numerosas oportunidades con las más importantes distinciones y sus libros han tenido una creciente presencia en ferias y exposiciones internacionales. Además de las obras didácticas de apoyo a la educación, que de algún modo son su razón de ser, publica narrativa y ensayos de asuntos variados. También publica poesía. Cuenta con numerosas publicaciones periódicas especializadas —como Revista Nacional de Cultura, Biocenosis, Repertorio Científico, Innovaciones Educativas, Espiga para dar espacio a la difusión de artículos científicos o de divulgación.

La distribución en Euned se realiza en seis librerías propias, además de contar con 25 librerías externas que comercializan sus publicaciones.

Guatemala

La Universidad de San Carlos de Guatemala, estatal, cuenta con la Editorial Universitaria, que está organizada en torno a un Consejo editorial conformado por asesores en todas las áreas, ofrece actualmente un fondo de 475 títulos.

Realiza la distribución en la librería universitaria del campus y a través de librerías privadas. Tiene un plantel de cincuenta y nueve trabajadores en los diferentes procesos editoriales.

Si se realiza una comparación de las editoriales centroamericanas, se observa que cuentan con recursos que varían en función del presupuesto de las universidades y en relación con el número de alumnos inscriptos. La de mayor presupuesto, cercano al millón de dólares estadounidenses, es la Universidad a Distancia (con 25 mil alumnos inscriptos para 2001); pero no es la universidad con mayor cantidad de alumnos, San Carlos de Guatemala tiene más de 106 mil y su presupuesto es cercano a los 340 mil dólares estadounidenses, frente a la Universidad José M. Delgado, de El Salvador, con 11.300 dólares estadounidenses. Pero si se evalúa el presupuesto editorial como porcentaje del presupuesto universitario, la Universidad Nacional de Costa Rica es la que posee el mayor (19,75% para el año 2002), mientras que el más bajo corresponde a la Universidad de Panamá (0,10%).

Poco más de la mitad de las editoriales universitarias, 54%, reporta puntos de venta directa al público, generalmente en los campus, pero el 87% distribuye sus publicaciones fuera de las instalaciones universitarias, a través de librerías particulares. También realizan ventas al por mayor, utilizando la modalidad en consignación o la venta en firme. Solo un 33% cuenta con catálogo de publicaciones y un 23% no utiliza ningún medio para la difusión de sus publicaciones, tampoco hay mayor atención a la exportación de libros, a la distribución de libros de otras editoriales nacionales o de editoriales extranjeras.

Argentina

La Argentina cuenta con al menos dos editoriales universitarias destacadas, se trata de Eudeba, de la Universidad de Buenos Aires, y de Ediciones UNL, de la Universidad Nacional del Litoral. Transitando el mismo camino se encuentran Editorial UNQ, de la Universidad

Nacional de Quilmes; Ediunc, de la Universidad Nacional de Cuyo; Edunlp, de la Universidad Nacional de La Plata; Editorial Universitaria, de la Universidad Nacional de Misiones.

Tanto Eudeba como Ediciones UNL tienen catálogos activos y multifacéticos. Construidos sobre la base de lograr una justa combinación entre el compromiso de publicar herramientas de estudio para los alumnos —manuales, cuadernos de cátedra, fichas—, de servir de plataforma de difusión de las investigaciones que se desarrollan en la universidad, junto a la tarea de editar títulos que sirvan para difundir la ciencia y el pensamiento en la sociedad —la tarea de extensión de conocimientos, el puente universidad-comunidad—, y sin dejar de difundir y rescatar la obra de aquellos representantes que han hecho historia en la misma casa de estudios.

Este concepto les permite editar el material de estudio que requieren los alumnos, publicar avances de la ciencia, revalorizar la obra de grandes creadores y poder elegir dentro del acervo universal aquellos títulos que serán un aporte seguro a la cultura de la sociedad.

En el caso de Eudeba, que es tal vez el más destacado, por lo que significó en la historia de la Universidad de Buenos Aires y aún en la historia de la edición argentina, se trata de una organización constituida legalmente como una empresa de economía mixta.[192] Su autonomía es total. No integra el presupuesto de la Uba y sus empleados se rigen mediante contratos de comercio. Esto implica que la suerte de Eudeba, los recursos para la edición y producción, la contratación de títulos, el pago de derechos, en fin, todo lo que hace al quehacer editorial dependen de su giro comercial. De todas las editoriales universitarias argentinas que se mencionaron, Eudeba es la única que debe hacer frente a todos sus gastos de estructura (pago de servicios y consumos, sueldos, instalaciones) a partir de la venta de sus libros.

Cuenta con un mercado primario, potencial, de más de 290 mil alumnos distribuidos en 15 unidades académicas. En cuanto a la distribución del mercado, cubre un poco menos de 5 por ciento de la demanda de bibliografías obligatorias.[193] Lamentablemente, a pesar de que Eudeba destina numerosas publicaciones a cubrir las necesidades del 43,3 por ciento de los estudiantes que se encuentran en los cursos introductorios (más de 65 mil inscripciones anuales), la reprografía ilegal es una amenaza seria en un país que realiza cerca de 3.500

192 Para las leyes argentinas, una sociedad de economía mixta es una sociedad formada por el Estado Nacional o alguna de sus entidades autárticas (la Universidad de Buenos Aires) por una parte, y capitales privados por la otra. Las sociedades de economía mixta no pueden ser disueltas por voluntad del poder administrador, que tiene su responsabilidad limitada al capital social, pero sí pueden ser declaradas en quiebra.

193 R. Vega, op. cit.

millones de fotocopias al año, 90 por ciento de las cuales se hacen en ámbitos universitarios. El precio de venta al público se fija atendiendo los precios del mercado, debido a la elasticidad que muestra el consumidor universitario respecto al precio y a la gran oferta de material fotocopiado, que puede ubicarse 60 por ciento más barato que el valor del libro.

Eudeba realiza la distribución de sus libros a través de varios niveles. Con distribuidores, que a su vez alimentan a las librerías comerciales y a través de la colocación directa en los locales universitarios y en el exterior. También actúa como distribuidora de otros sellos. Inclusive, en los locales universitarios actúa como minorista ya que ofrece un amplio espectro de publicaciones universitarias, para favorecer que la compra quede en sus locales y que no migre hacia librerías del circuito comercial. Según el caso, varían los descuentos y las condiciones de comercialización: en consignación y en firme.

A pesar de todo lo dicho anteriormente respecto de la autonomía financiera y editorial de Eudeba, el éxito de su resultado anual es muy dependiente de las compras que realiza el Estado, ya sea a través del Ministerio, de la Universidad o de algún ente público para el cual se realice una producción especial. Situación que, por otra parte, es semejante para muchas otras editoriales no universitarias.

Desde cualquier variable que se la estudie, las dimensiones de Eudeba superan varias veces al resto de las editoriales universitarias. Su posibilidad de negociación frente a los proveedores es mucho mayor, su capacidad de convocatoria de autores de renombre es enorme. El sello tiene y conserva una enorme mística entre escritores e investigadores. Por esa razón, está en condiciones de competir con editoriales comerciales para retener a un autor exitoso y aún de hacerlo emigrar a su catálogo. Obviamente, su capacidad económica es mucho menor que la de sus competidores del circuito comercial, y ofrece contratos menos atractivos desde el punto de vista remunerativo, pero evidentemente su catálogo y su prestigio pueden hacer un interesante contrapeso.

Durante las últimas dos gestiones se han emprendido importantes reformas en la gestión para dotarla de mayor eficiencia y capacidad de competencia: ahora cuenta con un manual de procedimientos, ha reestructurado su plantel, hace frente a las obligaciones en materia de regalías y derechos de autor (asumiendo incluso deudas pasadas) y, fundamentalmente, está mejorando la calidad de su catálogo que llega a todo el país y busca expandirse en el exterior.

Bolivia

El informe de Bolivia permite conocer que si bien las universidades públicas están financiadas por el Estado y tienen autonomía de gestión y decisión, sus publicaciones no han recibido mucha atención.

La poca respuesta obtenida, el silencio, es explicado en base a los siguientes factores: a) la descentralización y disgregación del trabajo editorial, b) la falta de política editorial que se refleja en improvisación, c) el personal insuficiente, sin dedicación exclusiva (por lo tanto sin profesionalización) y, por último, d) se menciona el uso de tecnología desactualizada.

Estos factores se convierten en limitaciones, y se suman a la falta de presupuesto y a la imposibilidad de competir con los textos académicos piratas.

Del estudio nacional no se refleja la existencia de ninguna editorial universitaria que se destaque ni por su catálogo ni por su organización empresaria.

Brasil

Edusp, la editorial de la Universidad de San Pablo, es la mayor editorial universitaria de Brasil y, probablemente, de la región también ya que disputa el primer lugar con la editorial de la Universidad Autónoma de México o la Euned, de Costa Rica. Desde su creación en 1963 ha publicado cerca de 3.000 títulos, aunque en la actualidad están disponibles más de setecientos.

El concepto de Edusp para la construcción de su catálogo ha sido el de publicar obras de autoridades reconocidas en distintos campos del conocimiento, principalmente aquellas que son resultado del trabajo intelectual de la propia universidad —considerada una referencia con autoridad en todo el país—, pero sin dejar de lado las grandes obras, clásicas o contemporáneas, originarias de todas partes del mundo, en excelentes traducciones y ediciones críticas. Por la misma razón, no es la literatura y la poesía el discurso privilegiado, al menos que esté acompañado de un aparato crítico.

En el catálogo de Edusp se pueden encontrar, por lo tanto, desde las obras de grandes filósofos universales hasta las más recientes teorías científicas, como así también ensayos sobre ecología, biotecnología y medio ambiente, además de obras de y sobre algunos de los artistas y escritores más representativos del Brasil.

Por otro lado, en estos últimos años, Edusp ha apostado al desarrollo de un osado proyecto editorial y gráfico para sus libros, estableciendo un estándar en lo que a diseño y edición se refiere que ha motivado una reconfiguración en el escenario editorial académico brasileño. Para el futuro próximo, forman parte de su plan editorial algunos proyectos novedosos, siempre fieles a una política democrática, que apuesta e recrear permanentemente el arte de hacer libros para todos.[194]

La red comercial de Edusp es muy amplia, posee catorce librerías universitarias en los distintos campus de la universidad (Piracicaba, Pirassununga, São Carlos, Bauru, Ribeirão Preto y San Pablo), además de la operación librería virtual. Esta estructura tiene el objetivo de comercializar, promover y divulgar los libros de la propia editorial y, además, de ofrecer bibliografía universitaria de las principales editoras del país. Cada una de estas librerías se propone abastecer a la unidad académica en la que se halla, con el material bibliográfico específico. Como resultado, tiene un fondo de más de treinta mil títulos pertenecientes a unas quinientas editoriales. En sus librerías los empleados y docentes de la Universidad adquieren las publicaciones en condiciones preferenciales, en general las condiciones de compra son más favorables en estas bocas de expendio. De este modo, la función social y formativa de acercar los libros a los lectores que debe asumir la universidad se cumple también a través de Edusp y de sus librerías.

Chile

Los fondos editoriales de las universidades chilenas, en su mayoría, no superan los 50 títulos. Solo cuatro editoriales han publicado a lo largo de su historia un volumen significativo: 800, la Universidad Austral de Chile; 510, la Universidad Católica de Chile; 600, la Universidad Católica de Valparaíso y, superando con creces estos valores, la Universidad de Chile con 2.500 títulos.

Esta última cuenta con la Editorial Universitaria desde 1947, una sociedad anónima constituida en un 85% por acciones que pertenecen a aquella. Funciona de manera externa, pero la Universidad canaliza a través de ella sus publicaciones. Es la única editorial universitaria con este grado de autonomía en su funcionamiento, las restantes están constituidas como sellos o departamentos de publicaciones internos, anexos a las otras actividades académicas. El caso de la Universidad de Chile se asemeja al de la Universidad de Buenos Aires, en tanto que cuenta con una editora insigne pero,

194 Edusp. Editorial de la Universidad de San Pablo. Ver: <http://www.edusp.com.br/espanol.asp>, (fecha de consulta: 15 de noviembre de 2005).

no obstante, cada facultad edita su propio material, difunde su propio sello y no está obligada a centralizar las publicaciones en la editorial universitaria.

La Editorial Universitaria ha conformado un catálogo extenso y diverso. El promedio de publicaciones por año es de 31 novedades, además de las reediciones (unas 120), y una tirada promedio de 1.500 ejemplares. Como en otros países de la región, las áreas temáticas preponderantes son literatura (que acapara casi las dos terceras partes de lo publicado), ciencias sociales, y en muchísima menor medida, ciencias exactas y naturales y tecnología.

Colombia

La producción editorial de dos universidades concentran el 44% del total de las ediciones universitarias: de las 3.431 obras publicadas en el periodo 1998-2002, el 33% corresponde a la Universidad Nacional de Colombia (1.121 títulos)-pública- y el 11% a la Universidad de los Andes (391 títulos) –privada-.

En el caso de la Universidad Nacional y con el propósito de integrar las actividades de edición, impresión y distribución de libros y revistas que hacen parte de las reflexiones e investigaciones de los docentes de la Universidad se crea Unibiblos,[195] como unidad de publicaciones universitarias. Independientemente de esta propuesta de consolidación, cada una de las sedes, facultades centros e institutos desarrolla su propia línea editorial, haciendo de la Universidad un centro muy calificado de producción bibliográfica.

La Universidad Nacional cuenta con una destacada producción de revistas científicas, a la fecha son más de 60, de las cuales 22 han sido certificadas como revistas de calidad por Colciencias.[196] Esto destaca a la Universidad como la más fuerte y seria casa editorial científica del país, y como un sólido contribuyente a la producción científica nacional e internacional.

Cuba

Producto de un proceso de universalización de la Educación Superior iniciado en 2000, y la consiguiente apertura de sedes universitarias en todos los municipios del país se produjo un crecimiento importante de la población estudiantil que pasó de cerca de 160 mil en 2000 a 300 mil para 2004.

195 Universidad Nacional de Colombia. Ver: <http://www.unal.edu.co/contenido/publicaciones.htm#institucionales>, (fecha de consulta: 20 de noviembre de 2005).

196 Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología "Francisco José de Caldas", Colciencias, es el responsable de la indexación y homologación de las revistas especializadas en ciencia, tecnología e innovación colombianas.

El Sistema de Educación Superior cubano está concebido como una red compleja de centros, facultades, filiales y sedes independientes, con el objetivo primordial de lograr el aseguramiento bibliográfico gratuito a todos los estudiantes de todas las carreras que se realiza a través de préstamos.

Tres de estos entes son editoriales que se dedican específicamente a la edición de textos universitarios y pertenecen a organismos del Estado. Cada una de ellas se especializa en distintas temáticas: Félix Varela edita todas las ciencias y las humanidades, Pueblo y Educación los libros de texto para el Sistema de Educación General y los Institutos Superiores Pedagógicos y Ciencias Médicas, los libros sobre salud pública y ciencias médicas.

Félix Varela, que es la de la producción más cuantiosa, edita unos 300 títulos al año con un promedio de 1.800 ejemplares. La planificación editorial se compagina a partir de la demanda de todo el sistema educativo para cada una de las materias, y la determina un comité de académicos convocado con ese objetivo. El Estado es el que financia la producción de textos, a partir de la asignación de un presupuesto liberado a las Universidades para ese fin. Luego y la edición se organiza sobre principios empresariales.

La distribución se centraliza por los organismos estatales. Es exiguo el comercio internacional de libros universitarios, se importan escasamente y los pocos que se exportan se dirigen generalmente a países latinoamericanos.

República Dominicana

La producción promedio para el bienio 2001-2002 de las editoriales universitarias de dominicana no sobrepasa las 8 publicaciones (el informe nacional no precisa si se refiere exclusivamente a libros o si esta cifra incluye también a las publicaciones periódicas) a excepción de lo generado por la Editora de la Universidad Autónoma de Santo Domingo, con 80 títulos por año.

Ecuador

Ecuador cuenta con dos grandes editoriales universitarias: la Editorial Universitaria de la Universidad Central del Ecuador, y Abya Yala, vinculada a la Universidad Salesiana, que concentra el 65% de la producción (el 60% para el público universitario y el resto para la sociedad en general). El resto de las universidades solo tienen centros o departamentos de publicaciones.

Desde sus inicios, en 1975, Abya Yala lleva publicados 1.421 títulos, con una promedio de 120 títulos anuales.

También en lo concerniente a la comercialización, Abya Yala se destaca de las demás, sus libros se venden en las librerías dentro de las universidades, en los departamentos de publicaciones, y a través de redes de librerías nacionales o internacionales. Además, realiza promoción a través de publicaciones periódicas universitarias, de su sitio web, y en ferias, entre otros medios.

Para evitar los males de un sobre-almacenamiento, Abya Yala produce on demand, tiene un stock electrónico de libros y edita a partir de un mínimo de 50 ejemplares.

A la fecha, su catálogo cuenta con más de 50 colecciones,[197] orientadas prioritariamente hacia la recuperación de la historia y el pensamiento indígena, las ciencias políticas y sociales. Aunque se observa en varios casos que una colección está integrada por un único título, repitiendo una situación común a la de varias editoriales universitarias que tienden a desmembrar su fondo en muchas colecciones que no están compuestas más que por un puñado de obras.

Entre sus autores se puede hallar lo mejor de Ecuador, pero también publica material de universidades extranjeras y de autores no vinculados a ninguna universidad. Posee más de 100 títulos traducidos del inglés, francés, italiano y alemán y es habitual que realice coediciones con otras editoriales universitarias y ONG.

México

La Unam se define así misma como la casa editora más grande de la región. Publica cerca de 700 novedades al año, además de reediciones, reimpresiones, revistas y publicaciones de circulación interna.[198]

La Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial tiene como objetivos editar y reunir la información sobre la actividad editorial universitaria, así como administrar y difundir el catálogo institucional que actualmente se compone de seis mil títulos de material especializado y de difusión, ya que cada una de las 18 facultades, las 6 escuelas superiores, y los numerosos centros, institutos y programas de investigación pueden editar su material autónomamente. En total, durante 2004, las 112 dependencias editoras de la Universidad

197 Universidad Abya Yala. Ver: <http://www.abyayala.org/colecciones.php?FAC_CODIGO>, (fecha de consulta: 31 de octubre de 2005).

198 Universidad Autónoma de México. Ver: <http://difusion.cultural.unam.mx/index.php?option=com_weblinks&catid=18&Itemid=31>, (fecha de consulta: 31 de octubre de 2005).

produjeron casi mil doscientas publicaciones de las cuales 663 fueron primeras ediciones.

Según el informe de México, desde su creación, la Unam ha producido 7.364 títulos. En cuanto a las temáticas, se relacionan con la especialidad de cada Instituto de educación superior y todas incluyen el área de sociales y humanidades.

Par la distribución, las ediciones de Unam cuentan con las librerías universitarias, propias, y también las del mercado abierto. Utilizan, además, distribuidores de alcance nacional y de alcance en el extranjero. Esta gestión en el exterior, como así la venta al Gobierno se realiza a través de Fomento Editorial. Los libros de UNAM son visibles en gran parte de las ferias locales, regionales y extracontinentales.

Uruguay

Podría considerarse al departamento de Publicaciones de la Universidad de la República como un caso representativo de promisoria actividad editorial.[199] Esto es así entre otros motivos,[200] porque la Universidad de la República —que es la única estatal— concentra el 90% de la matrícula de alumnos de todo el país (incluyendo las casas de estudio privadas). Entre el año 1997 y 2001 editó 44 títulos.

Esta editora padece de los mismos males que aquejan a la edición universitaria en su conjunto —según lo explica el informe uruguayo—, en el sentido de no poder mejorar sus costos de producción e impresión por razones de escala (las tiradas rondan los 200 a 700 ejemplares) y por la falta de demanda (la población es pequeña y sufre la recesión económica). Sumado a lo anterior, los costos de comercialización impactan fuertemente en la fijación del PVP, haciendo que los libros uruguayos sean caros en comparación con libros de iguales características editados en el exterior. No obstante el esfuerzo por fijar un precio lo más bajo posible (no se indica que variables toman en consideración), no se vende todo lo que se edita y hay sobre-almacenamiento.

Venezuela

Dentro del panorama editorial venezolano, el sector de publicaciones universitarias es muy rico y productivo, entre 1998-2002, de 16.826 títulos, 1.989 (11,93%) correspondieron a las editoriales universitarias.

199 Universidad de la República. Ver: <http://www.rau.edu.uy/universidad/publiuni/>, (fecha de consulta: 20 de noviembre de 2005).

200 El informe uruguayo aclara que el Departamento de publicaciones de la Universidad de la República, a pesar de la insistencia de ocho meses, no respondió a la requisitoria que sirvió de base para la elaboración del informe nacional.

Son tres las instituciones que tienen una producción intensa: la Universidad Simón Bolívar, que edita unos 9-10 libros por año y tiene un fondo de 74 publicaciones (se destacan los textos científicos y los de creación literaria) la Universidad Católica Andrés Bello, que ha ido incrementado el promedio para pasar de 12 publicaciones para el año 1994 a 80 títulos en 2000-2001; y la última, la tercera, la de producción más voluminosa, la Universidad Central de Venezuela, que posee 17 fondos editoriales.[201] En el año 2002, publicó un total de 90 títulos con un perfil temático que corresponde en un 64% a ciencia y tecnología, y el resto se relaciona con las ciencias sociales.

La Universidad Central de Venezuela cuenta con una estructura bastante compleja y su producción editorial está descentralizada, a semejanza de lo que ocurre con la Universidad Autónoma de México o la Universidad de Buenos Aires, en el sentido de que cada facultad, escuela e instituto puede editar su propio material con independencia. Si bien el presupuesto surge de los recursos que administra la universidad, este sufre restricciones periódicamente, lo que ha llevado a encaminar la gestión editorial hacia una meta de autofinanciamiento mediante una política de bajos precios.

201 Universidad Central de Venezuela. Ver: <http://www.ucv.ve/viceacademico.htm>, (fecha de consulta: 17 de octubre de 2005).

CONCLUSIONES

ANÁLISIS FODA DE LA ACTIVIDAD DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

En el marco del Seminario internacional Las Editoriales Universitarias hacia el Siglo xxi, América Latina y el Caribe, organizado por el Iesalc/Unesco y la Editorial Universitaria de Buenos Aires (Eudeba) durante la 30a Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, fueron presentados los estudios de caso elaborados por las distintas naciones participantes. De ellos se obtuvo la información relativa a la actividad: esta fue categorizada, analizada y posibilitó la extracción de conclusiones para diagnosticar la situación de las editoriales.

El presente trabajo pretende interpretar esa información utilizando como metodología el análisis Foda. Este tipo de matriz representa un esfuerzo por examinar la interacción entre las características particulares de una organización y el entorno en el que ésta compite. Entre las cuatro variables que conforman el análisis Foda estarán aquellos factores que favorecen el proceso de desarrollo y aquellos otros que constituyen interferencias o restricciones que pueden transformarse en obstáculos infranqueables o ser simples estados coyunturales. Tanto fortalezas como debilidades son internas a la organización por lo que es posible actuar o intentar incidir directamente sobre ellas. En cambio, las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil influir en su transformación, pero al menos, es posible tomar recaudos que minimicen su impacto y en caso de ser positivas, sacar de ellas el mayor provecho posible. Algunas de estas situaciones son estructurales, condicionamientos inherentes a la organización de la institución, de la editorial o aun de la sociedad y la nación en la que se desenvuelve la empresa; también están las situaciones de tipo coyuntural que van determinando las estrategias de desarrollo.

Entre las fortalezas, se mencionarán aquellas capacidades especiales con que cuenta la empresa y que la colocan en una posición privilegiada frente a la competencia. Incluyen también aquellos recursos que se controlan, el crédito de que goza entre su público real y potencial, y las actividades que se desarrollan positivamente. Como oportunidades, se nombrarán aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, y que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa porque de ellos surgirán las ventajas

competitivas. Entre las debilidades estarán los indicadores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia: recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que se desarrollan con deficiencias. Por último, aquellas situaciones que provienen del entorno y que vuelven vulnerable a la organización hasta el grado de atentar incluso contra la supervivencia de la misma serán consideradas amenazas.

Si bien los informes presentados son en su mayoría preliminares, permiten construir un escenario probable para las editoriales universitarias, tal como se señala en el correspondiente a Venezuela —que además introduce la matriz Foda—,[202] o en el de Ecuador[203] que también analiza explícitamente el panorama de su país en función de esta interacción. Los demás países, aunque no lo hacen en un apartado especial, sí señalan la importancia de esta metodología para tener un conocimiento de la dimensión del sector editorial universitario y proyectar acciones futuras.

Hay que señalar, tal como se hizo en la introducción, que no todos los informes fueron construidos del mismo modo, algunos son más analíticos y otros más descriptivos, pero en todos ellos se realiza un diagnóstico que permite entender la situación actual y que brinda herramientas para pensar las acciones correctivas con vistas al futuro.

Es necesario aclarar que, por ahora, se consideran solo aquellos elementos que cada investigador destacó como una fortaleza, una oportunidad, una debilidad o una amenaza respecto de lo relevado en su país. Por tanto, estas evaluaciones pueden no coincidir con lo que será la propuesta del presente estudio comparativo entre países y que se presentará en el siguiente apartado. Habrá sin duda muchas concordancias, pero muchos de aquellos indicadores que adquieren un alto valor para este comparativo pueden carecer, tal vez, de la misma valoración para el productor de la investigación original.

ANÁLISIS FODA

En primer lugar, dado que el informe de Venezuela contempla esta matriz, se utilizarán los indicadores señalados allí, que son los siguientes:

202 Informe de Venezuela, pp. 32-34.
203 Informe de Ecuador, pp. 7-10.

CONTEXTO INTERNO	CONTEXTO EXTERNO
Fortalezas	**Oportunidades**
• Mercado interno cautivo de autores • Mercado interno cautivo de consumidores • Talleres propios; costos operativos asequibles • Diseño organizacional • Apoyo institucional	• Educación permanente • Aprovechamiento del perfil institucional • Ampliación del mercado interno y externo • Inclusión en los mercados internacionales • Expansión de la matrícula universitaria • Captación de nuevos autores
Debilidades	**Amenazas**
• Carencia de estrategias (plan, metas, políticas y programa) • Estructura gerencial deficiente • Bajo nivel teórico conceptual en el área editorial • Altos costos operacionales en el almacenaje y comercialización • Baja remuneración del personal técnico • Carencia oportuna de los recursos financieros • Espacios físicos inadecuados • Falta de promoción del producto	• Presupuestos insuficientes • Piratería y reprografía • Fuga de autores • Nuevas tecnologías de comunicación • Conflictos laborales

Como se verá a medida que se avance en la exposición, no todos los informes se detienen en el análisis de la totalidad de los indicadores ni lo hacen del mismo modo; tal vez, se hace mayor hincapié en las limitaciones del sector que en las fortalezas. Otras veces, se detecta como un obstáculo o problema una circunstancia que otro señala como una oportunidad; no obstante, en su mayoría los aspectos centrales se vislumbran y repiten en cada uno de los informes.

Comenzando con las fortalezas del sector, lo primero que se señala es que las editoriales universitarias poseen un acervo interno, "cautivo", de autores. Al respecto, el informe de Cuba precisa: «Es una fuente natural también de las opciones de un editor universitario la creciente legión de tesistas de grado y postgrado, como así los ponentes de trabajos de investigación para categorías científicas, docentes y de los diversos estudios superiores que integran el sistema nacional. Si se suman a estos los investigadores y equipos

de investigación de los numerosos centros científicos del país, comprenderíamos cuán extensa es la cantera autoral de las editoriales universitarias cubanas [...]».[204]

Coincidentemente: «La perspectiva es auspiciosa ya que los grandes productores de libros en el mundo son los profesores y en Venezuela ocurre lo mismo —continúa el informe venezolano—, la existencia de un personal docente y de investigación numeroso, el compromiso del profesor para producir y publicar (currículo), el reco-nocimiento y aliciente por parte de la Universidad y las facilidades que ofrece el Fondo Editorial en materia de asesoramiento, publicación, distribución y coedición con otras instituciones»[205] permiten pensar que se podrá dar respuesta al incremento de la demanda de educación superior del país.

Por su parte, el informe de Ecuador señala: «Las universidades, como centros sociales de producción y difusión de conocimientos, por su carácter, pueden constituir la principal fuente de producción editorial de una sociedad. Y además conforman un medio cautivo de consumo de grandes dimensiones. Su capacidad de generación de nuevos libros está directamente asociada a la calidad de su ejercicio académico y de la investigación científica que realiza. A lo que se añaden la multiplicidad de áreas en las que desarrolla sus actividades, desde las ciencias sociales y políticas —derecho, sociología, economía, antropología, filosofía, literatura, comunicación, urbanismo, arte, arquitectura, etcétera—, hasta las ciencias tecnológicas —ingeniería, electrónica, eléctrica, física, medicina, química—, entre otras. En consecuencia, las universidades, reúnen las cualidades básicas para ser la principal fuente de producción de libros no solo para su propio consumo, sino para la sociedad en su conjunto».[206] Como se ve, aquí se señala una segunda fortaleza, el mercado interno de consumidores, pero además, se destaca que el mercado se puede ampliar a toda la sociedad. Sin embargo, las conclusiones del mismo informe mencionan: «Las editoriales universitarias, salvo excepciones parciales, no laboran para atender la demanda de libros por parte de la población universitaria. Su producción alcanza apenas el 6% del mercado existente. El 94% es abastecido por editoriales no universitarias y ediciones informales».[207] Este concepto ya había sido anticipado: «Las editoriales no producen para atender a su demanda natural efectiva».[208]

204 Informe de Cuba, p. 4.
205 Informe de Venezuela, pp. 33-34.
206 Informe de Ecuador, p. 7.
207 Ídem, p. 35.
208 Ídem, p. 7.

Por otro lado, en el informe de Uruguay se entiende que las editoriales universitarias tienen un mercado interno cautivo de autores y consumidores, pero destaca como una debilidad la carencia de estrategias para desarrollar una labor sistemática de producción de contenidos: «[...] las universidades deberían ser al mismo tiempo la principal fuente para la edición de libros y su alumnado el consumidor cautivo de tal producción; pero no hay en las universidades uruguayas una estrategia pedagógica que adjudique un papel activo a la actividad editorial, no hay una política de promoción de las publicaciones o de la investigación para ser publicada».[209]

El crecimiento de la matrícula universitaria y, por consiguiente, la ampliación significativa del mercado de consumidores potenciales se destaca en el informe venezolano cuando dice: «Sin duda el crecimiento y fortalecimiento de las editoriales universitarias se encuentra relacionado con el incremento de la demanda de educación superior, que en un futuro próximo facilitará el acceso de algunos grupos hasta el momento desfavorecidos como es el caso de los pueblos indígenas, las minorías culturales, lingüísticas y de aquellas personas que sufren algún tipo de discapacidad. Ahora bien, esta ampliación del acceso a la educación superior, para acoger a categorías de personas cada vez más diversas y, también, en la perspectiva de una educación a lo largo de toda la vida presenta un ambiente favorable para la existencia de las editoriales universitarias una vez superadas las carencias de estrategia, nuevas tecnologías y adaptación a los cambios de su entorno».[210] No obstante, el informe de Bolivia tiene una visión diferente sobre la misma circunstancia: «El conjunto del Sistema Universitario ha tenido en las últimas décadas muchos de los problemas de la educación pública universitaria a nivel latinoamericano: crecimiento exponencial de estudiantes, escasa racionalidad de crecimiento [...]. El resultado es indudablemente que todos los esfuerzos y los recursos se han concentrado en la docencia».[211]

Cuando se habla de mercado cautivo de consumidores no solo se está pensando en los estudiantes: «Al momento de hablar de su público cautivo, se hace una distinción: si se trata de la colección Tabor, los textos tienen su mayor acogida entre docentes, profesionales e investigadores; por el contrario —nos dice al respecto la Editorial Universidad Católica del Maule, Chile—, la colección Textos de Apoyo a la Docencia, es íntegramente dirigida a los estudiantes».[212]

209 Informe de Uruguay, p. 6.

210 Informe de Venezuela, p. 34.
211 Informe de Bolivia, p. 3.
212 Informe de Chile, p. 26.

También en el informe argentino se hace mención a los que constituyen el mercado de consumidores de las ediciones universitarias: «En cuanto al público, el mercado universitario está compuesto lógicamente, por estudiantes de grado, postgrado, docentes, investigadores, profesionales y, en menor medida, se extiende a lectores calificados que abastecen sus necesidades de perfeccionamiento y educación continua».[213]

Si se restringe el análisis a los datos cuantitativos, objetivos, se percibe que el mercado de consumidores potenciales en la región es de gran magnitud a pesar de todos los condicionamientos socio-económicos, endémicos, que caracterizan el área, en palabras de Adelaida Nieto, ex directora del Cerlalc: [214]

> Una rápida estimación podría ubicar en cerca de 900 millones los libros que consume anualmente la región (lo que daría un promedio de menos de 2 libros por habitante al año). En buena parte, esa oferta editorial se concentra en los países más grandes de la región —México y Brasil— y está orientada en su mayoría a satisfacer la demanda de los escolares. Estos bajos índices de consumo están correlacionados, obviamente, con algunas variables críticas para el desarrollo de la industria del libro y de la lectura, como el ingreso disponible de la población, los niveles educativos y algunos factores asociados con la enorme diversidad cultural de la región. Éstas pueden considerarse condiciones estructurales para el desarrollo del sector. En ese sentido, para convertir algunas de nuestras debilidades en fortalezas y nuestras amenazas en oportunidades, sería necesario un crecimiento sostenido de la región en los próximos años que contenga elementos de equidad en lo económico y lo social; un decidido avance en la transformación de las estructuras educativas y un reconocimiento claro de las potencialidades que ofrece la diversidad cultural de América latina. El tamaño relativo actual de nuestra industria y de nuestra población lectora —nuestra principal debilidad— es, a la vez, nuestra principal oportunidad hacia el futuro. Esa potencialidad de la región, se dibuja claramente con algunas cifras:

- Un mercado de más de 500 millones de habitantes. En 2020 se estima que seremos 664 millones de latinoamericanos.

213 Informe de Argentina, p. 5.

214 A. Nieto, Los poderes públicos y el futuro de la industria editorial en el siglo xxi, ponencia presentada en el Congreso de Editores y Libreros de Ribeirao Preto, Brasil, el 8 de agosto de 2003.

- Hoy, 75 de cada 100 latinoamericanos viven en las ciudades. Para 2020 se estima que serán 81.

- Hoy, el 56% de la población latinoamericana es menor de 24 años; para 2020, ese grupo seguirá representando el 41.1% de la población (268 millones de habitantes). De acuerdo con los estudios de consumo, este segmento de población representa el mayor demandante de libros en nuestra región.

- La tasa de escolaridad secundaria ronda hoy el 55% en la región, y la de educación superior no supera el 18%. La tasa de analfabetismo en la población mayor de 15 años es de 12%.

Por otra parte, Cuba relaciona directamente el crecimiento de las editoriales universitarias con la expansión de la educación superior: [215]

> En el momento actual el Sistema de Educación Superior cubano se encuentra en proceso de expansión y en una perspectiva inmediata este proceso de expansión debe continuar hasta lograr en algún momento, aún no definido, un verdadero estado de universalización de las universidades, en la que la sociedad toda se integre al sistema universitario.
>
> Como un complemento al Sistema de Educación Superior cubano en el mismo periodo se ha conformado todo un Sistema de Editoriales Universitarias que lo complementa y que se nutre de él. Este Sistema Editorial produce obras de gran valor que están también al servicio del país y de la región latinoamericana [...].

Si la mirada se detiene en la capacidad tecnológica disponible para llevar adelante la producción y la incidencia de los costos operativos en la gestión resultante de la editorial, México considera como una fortaleza de las editoriales dependientes de instituciones universitarias ya que «la mayoría cuenta con talleres propios y realiza de manera interna algunos de los procesos de la producción editorial».[216] Es interesante destacar que son varios los estudios nacionales que consideran la existencia de talleres propios para la producción de los libros —imprenta o taller gráfico— como una fortaleza. De la lectura de las fuentes no se desprende que la terciarización sea valorada como una alternativa de racionalización que permite bajar los costos fijos de la editorial y que facilita la contratación del proveedor más adecuado a las características puntuales del producto. Si bien, repetidamente los informes mencionan como un obstáculo que el personal de la

215 Informe de Cuba, p. 17.

216 informe de México, p. 19.

editorial esté destinado simultáneamente a las tareas de impresión, no pareciera quedar claro que la responsabilidad por el funcionamiento de los talleres de imprenta propios conlleva, como contrapartida indeseada, que parte del personal de la editorial esté asignado a tareas de imprenta.

La coedición es vista como una oportunidad de crecimiento del sector que permitiría optimizar los recursos y aumentar la producción, aunque en la actualidad no alcanza a representar un porcentaje alto dentro de la edición universitaria. «Es de destacar que las coediciones se han incrementado. Se trata de una atractiva alternativa porque supone compartir gastos y beneficios, —señala México— esta manera de publicar se está convirtiendo cada vez más en una alternativa».[217] Según se enfatiza, este mecanismo está entre los objetivos de la Red Altexto, así como la capacitación permanente de los actores del sector: «La Red Altexto busca producir más publicaciones y de mayor calidad, creando los mecanismos y condiciones propicias para la edición, la publicación, la distribución y la promoción del libro universitario. [...] Esta alianza persigue entre sus objetivos optimizar los recursos destinados al rubro editorial mediante la promoción de coediciones a nivel regional. Asimismo, tiene un programa de actualización y capacitación permanente dirigido al personal de las instituciones firmantes donde se tratan temas relacionados con la edición y promoción del libro universitario, y se trabaja en el propósito de establecer órganos de dictaminación regionales que permitan mejorar la calidad de las publicaciones de las Instituciones de Educación Superior».[218]

Es posible pensar que hay un correlato entre la capacidad de desarrollo de contenidos muy específicos y altamente complejos (y la posterior edición de estos contenidos), y el grado de compromiso de los laboratorios y centros de investigación universitarios en la exploración de esos mismos tópicos. Inclusive, desde el punto de vista de la inserción en un mercado que abunda en competidores, John Kremer advierte a quienes quieran entrar en el segmento de libros universitarios (de los EE.UU.) que no es prudente competir con libros destinados a los cursos introductorios y las materias centrales de las principales disciplinas, como Introducción a la Psicología o Principios de Economía, ya que todas las grandes editoriales tendrán buen material para esas carreras mientras que resultará más estratégico dirigirse a los cursos superiores,

217 Informe de México, p. 3.

218 Ídem, p. 20.

siempre necesitados de material apropiado.[219]

Es interesante detenerse ante el hecho de que la coedición no se vislumbra como la posibilidad de desarrollar, para cada área del conocimiento y de las ciencias, libros cuyos contenidos reúnan lo mejor de su arte, independientemente de la universidad o del país que edite el título. Por lo cual, es común que los distintos catálogos ofrezcan un listado de obras que cubren las materias introductorias (elementos de físico-química, análisis matemático y todos los temas propios de los primeros años de los ciclos de grado) pero resignen protagonismo en manos de las editoras extranjeras (de los EE.UU., Canadá, Australia y Europa) cuando se trata de ofrecer material altamente especializado, necesario para los tramos finales de la formación profesional y de los estudios de postgrado. Estos materiales suelen requerir para su generación muchos recursos humanos y materiales, y demandan muchas horas de desarrollo e investigación.

Una aproximación a los indicadores que los informes consideran como debilidades permite apreciar que se corresponden generalmente con condicionamientos estructurales.

Prácticamente en todos los informes se hace una introducción acerca de qué se entiende por editorial universitaria y si estas empresas funcionan con o sin fines de lucro. Más aún, en muchos casos se reflexiona sobre la distinción entre instituciones y empresas: «Las editoriales de las 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 dicho presupuesto. Producen, pero apenas empiezan a ocuparse de todo lo demás que implica el proceso editorial. [...] Ahora, y cada vez más —sigue profundizando el informe mexicano sobre la vinculación entre empresa y cultura—, estas dependencias se empiezan a regir por las leyes de la oferta y la demanda. En tanto la situación económica de México se va deteriorando, estos centros sufren también las consecuencias. Por eso, todo empieza a responder a cuestiones económicas y estas editoriales antes ajenas a los vaivenes de la oferta y la demanda empiezan a sentir la presión por ser rentables, o por lo menos no onerosas para sus instituciones madres».[220]

No es casualidad que la caracterización de la editorial universitaria y la delimitación de su naturaleza —ya sea como empresa con autonomía o como dependencia al servicio de la difusión de la cultura— represente

219 J. Kremer, 1001 ways to market your books: for authors and publishers, Fairfield, IA, Open Horizons, 1998, p. 530. «Don't compete for lower division core courses. These courses, such as Principles of Economics or Introductory Psychology, have huge enrolments but are already served by major publishers. Instead, aim to serve the upper level courses. When approaching professors, encourage them to look at your book as a new approach for a course they are already teaching or as a basic text for a new course they might like to teach.»

220 Informe de México, p. 6.

una de las preocupaciones centrales en la mayoría de los estudios nacionales, porque en ambas definiciones subyace una carencia en el proyecto editorial de la universidad latinoamericana que, lamentablemente, es estructural. La gran mayoría de las editoriales universitarias no es competente como empresa de cultura y tampoco logra satisfacer la demanda de bienes culturales que le requiere el estudiantado del ciclo superior ni el público general con aspiraciones crecientes de formación continua.

El análisis que Brasil hace sobre la forma de encarar la actividad es coincidente con lo antedicho, en el sentido de que a pesar de todo lo que se ha avanzado en materia de edición universitaria en los últimos 15 años, la actividad sigue siendo una operación pre-empresarial; para las autoridades se asemeja más a un emprendimiento artesanal y amateur que a una empresa que ocupa un lugar estratégico dentro de la universidad. [221]

La relación entre el mercado editorial universitario y la realidad económica de los países latinoamericanos ha sido indicada también en el informe uruguayo: «Las dificultades que enfrenta la editorial universitaria en nuestros países se ha visto agravada por la crisis económica que atraviesa la región, y el Uruguay en particular».[222] Luego de tantos años de crisis socio-económica sobre la región podría considerarse que se trata de un obstáculo estructural.

La carencia de estrategias organizadas en torno a un plan, o formuladas como metas o políticas y la falta de un programa han sido ampliamente señaladas, como así las dificultades propias de la operación empresaria con estructuras deficientes. «En la gran mayoría de las editoriales universitarias a pesar de producirse publicaciones no existe una política clara y precisa que regule las mismas», refiere el informe de la República Dominicana y continúa: «La ausencia de líneas claras enmarcadas en una política editorial institucionalizada abre espacios a la improvisación en el campo de las publicaciones universitarias, tanto en lo referente a los ejes temáticos como a su correspondencia con las prioridades profesionales y de formación de las propias instituciones de educación superior». Y, finalmente, agrega: «La falta de una política editorial universitaria propicia en muchos casos niveles de improvisación en el manejo y en la selección de los materiales a ser publicados. Como se evidencia en este estudio,

221 «[...] Apesar de todos os avanços da editoração universitária no Brasil nos últimos 15 anos, a maioria de nossas autoridades universitárias ainda encara a atividade editorial como uma operação pré-empresarial.[...] ainda há um enorme contingente de editores universitários que operam 7 suas atividades de difusão acadêmica e cultural de maneira artesanal e totalmente amadorística, situação provocada por uma equivocada noção das autoridades universitárias que não comprendem o lugar estratégico da editora nas atividades formadoras [...]». Informe de Brasil, p. 14-15.

222 Informe de Uruguay, p. 14.

no todas las universidades tienen reglas claras y procedimientos institucionalizados para la selección del material de las publicaciones».[223] El informe boliviano, por su parte, considera: «[…] el trabajo editorial no está centralizado y existe más bien mucha disgregación; su labor es en general muy improvisada y no tienen en realidad una política editorial. No cuentan con personal suficiente y dedicado sólo a esta labor».[224]

Para el estudio de Ecuador, las editoriales universitarias se debaten en difíciles condiciones por las debilidades existentes, y dice: «como lo hemos señalado, la principal, es la ausencia de una estrategia editorial universitaria, que les ha marginado de la edición de libros para su propio mercado, abandonándolo en manos de empresas editoriales y distribuidoras externas o de las ediciones informales y últimamente del Internet»[225]. Y prosigue, con una enumeración de muchos de los males que signan el camino de la edición universitaria:

> Un primer elemento de esta debilidad es el desprecio por las estrategias pedagógicas de las universidades, del papel decisivo de la editorial, lo que ha significado en las últimas décadas la desjerarquización de los directores editoriales, el abandono de la promoción de la producción de libros, la disminución continua de las asignaciones presupuestarias y el deterioro tecnológico de las imprentas.
>
> Un segundo elemento que incide en este comportamiento es la baja participación de las asignaciones para investigación en los presupuestos de las universidades nacionales, lo que les hace dependientes de la producción de las universidades extranjeras y de los libros que ellas editan.
>
> Un tercer elemento, que atraviesa transversalmente la producción editorial, es la persistencia de la mentalidad colonial, que reproduce una cultura autodiscriminatoria, caracterizada por despreciar a priori los conocimientos producidos por autores nacionales, subestimando y subvalorando sus contribuciones a favor de autores extranjeros.
>
> Un cuarto elemento está constituido por los métodos de trabajo más artesanales que profesionales de las editoriales, que se expresan en la inexistencia de Consejos Editoriales adecuados que determinen con propiedad los libros a ser editados, capaces de valorar los contenidos, de estudiar la demanda real, de definir los mensajes y

223 Informe de República Dominicana, p. 23-24 y 34.
224 Informe de Bolivia, p. 4.
225 Informe de Ecuador, p. 8.

mecanismos de promoción de su lectoría y de guiar los procesos de distribución.

Una quinta debilidad es la ausencia de redes de distribución adecuadas, tanto al interior de la universidad misma, como del conjunto de universidades del país y de la sociedad en general. La combinación de estas debilidades, permite que la demanda de libros universitarios sea determinada en forma aleatoria y atendida por editores y distribuidores de libros externos a las universidades, que habitualmente actúan en función de sus intereses comerciales, separados completamente de los objetivos universitarios.[226]

«Las políticas nacionales del libro en la región se han concentrado mucho en generar políticas de fomento para la industria editorial, pero han dejado un poco de lado los problemas de la comercialización —explica Adelaida Nieto y continúa su evaluación de la situación de la región—, es necesario que los representantes de los diferentes canales de la distribución del libro hagan sentir su peso dentro de la dinámica del mercado cultural y busquen instrumentos de política económica y cultural que les permitan sobrellevar la crisis actual y trazar planes estratégicos de desarrollo hacia el futuro. No se trata de obtener subsidios, ni de proteger las dinámicas empresariales. Se trata de allanar el camino para que la ansiada gran oferta cultural en español y portugués encuentre los caminos más eficaces y eficientes para llegar a sus lectores.»[227]

Entre las debilidades señaladas, la colocación de la producción editorial y las carencias que se detectan en torno de la distribución aparecen subrayadas de modo reiterado en los distintos informes. Además de mencionarse con insistencia, la opinión de los distintos países es coincidente: la distribución es poco satisfactoria y afecta en gran medida las posibilidades de comercialización. Por ejemplo, en el informe de Argentina se cita el caso de la editorial de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires cuya política comercial «tampoco sigue un criterio proactivo: es difícil conseguir los títulos fuera del área de cobertura de la Universidad»[228]. El informe de Brasil concluye que uno de los problemas que impiden o dificultan el desenvolvimiento de las editoriales universitarias es la distribución inadecuada.[229] También América central expresa su disconformidad: «En general los canales de distribución y comercialización son limitados»;[230] México es tajante: «Renglón aparte constituyen la distribución y la comercialización insuficientemente organizadas».[231]

226 Informe de Ecuador, p. 8-9

227 A. Nieto, op. cit.
228 Informe de Argentina, p. 21.
229 Informe de Brasil, p. 33.
230 Informe de América central, p. 48.
231 Informe de México, p. 6.

Uno a uno, los informes van dejando constancia de la preocupación que existe en torno al alcance y la profundidad del sistema de distribución en estas editoriales, también lo hace República Dominicana: «Una de las fases críticas de las editoriales universitarias, con excepción de aquellas que tienen empresas descentralizadas, es la comercialización y distribución de las publicaciones». Y ejemplifica refiriéndose a la concentración de la oferta en las grandes ciudades: «El problema de la distribución es que se realiza en dos o tres librerías localizadas en la ciudad de Santo Domingo, en el interior hay muy pocas ventas».[232] No podría resultar suficiente la estrategia de comercialización cuando ésta se concentra en un solo punto de venta, tal como lo destaca la editorial de la Universidad de Los Andes, de Chile: «En lo referente a la comercialización, la Universidad detecta una falencia porque está consciente de que el proceso de venta en la propia casa de estudios (que es el que se utiliza) resulta poco eficiente».[233] Según la perspectiva propuesta por el informe de Uruguay, la falta de una política adecuada en torno de la distribución obedecería, entre otras causas, a la falta de valorización del potencial que la actividad editorial podría tener y en cómo ésta podría repercutir en toda la universidad, en otras palabras: «Las universidades no han advertido las posibilidades de una editorial, estas tampoco han intentado afirmarse en circuitos de distribución de libros mas allá del ámbito universitario, [...] estas reflexiones, a nuestro entender, ponen de manifiesto debilidades en el enfoque que las universidades tienen de la actividad editorial, y de las carencias de proyectos asociativos y coordinados por parte de las editoriales universitarias nacionales [...]».[234]

Las editoriales universitarias de la región parecen inermes frente a la presión de las extranjeras (comerciales o universitarias), estas últimas acaparan los autores más renombrados, ofrecen productos mejor elaborados y además, precios relativos más asequibles: «Es imposible para las editoriales nacionales lograr precios comparables a los libros de iguales características que son producidos en el exterior. Esto es así por dos motivos difíciles de revertir: uno, los costos de producción, impresión y comercialización; dos, porque los escasos tirajes (desde 200 a 700 ejemplares) no hacen posible una escala de producción que absorba los costos y se traduzca en precios razonables y competitivos».[235]

232 Informe de República Dominicana, pp. 37-38.
233 Informe de Chile, p. 73.
234 Informe de Uruguay, p. 9.
235 Íbídem.

Como se vio en el punto en el que se evalúan las actividades promocionales de práctica habitual entre las editoriales universitarias, y se proponen acciones que se podrían desarrollar, la promoción —como herramienta fundamental de la planificación— tiene una presencia escasa o nula dentro de la descripción que hacen los informes, lo que podría llevar a pensar que prácticamente no es tenida en cuenta: «La promoción como recurso indispensable para generar el consumo de libros, de la manera que es usada hoy día, como herramienta cada vez más útil, está ausente en el mercado editorial universitario nacional»,[236] dice el informe uruguayo y continúa: «La escasa dimensión de las empresas que cuentan con poco personal y con escaso equipamiento informático no han permitido desarrollar estrategias elementales de promoción como el envío de mailing».[237]

Aquí no se está frente a una falencia estructural, no se trata de impedimentos inherentes a la actividad o a la naturaleza institucional, la promoción es uno los resortes sobre los que se podría actuar con más rapidez y facilidad para cambiar el curso de acción.

El retraso tecnológico es señalado como uno de los obstáculos de tipo estructural que se necesita sortear porque el parque industrial corre el riesgo de volverse vetusto y fuera de competencia: «Las editoriales universitarias en Cuba deben enfrentar, al igual que las no universitarias de Cuba y otros países, el impacto de la revolución científica y tecnológica».[238] Las editoriales universitarias, según lo señala Ecuador, empiezan a acumular un rezago tecnológico que disminuye sus niveles de productividad y reduce sus operaciones. Esto está relacionado en gran medida con una de las dificultades del sector, la existencia de partidas presupuestarias exiguas y con tendencia a la disminución: «Incide en la insuficiencia de asignaciones presupuestarias que impiden desde la actualización tecnológica de las imprentas hasta la producción de libros capaz de satisfacer en forma creciente y sostenida la demanda existente, lo que virtualmente ha condenado al sector a un anquilosamiento casi generalizado».[239]

Entre las amenazas, los peligros más señalados son los presupuestos insuficientes y la piratería (incluyendo las nuevas tecnologías de comunicación).

236 Ídem, pp. 9 y 12.
237 Ídem, p. 10.

238 Informe de Cuba, p. 5.
239 Informe de Ecuador, pp. 7-8.

La consideración de estos indicadores como amenazas implica que son elementos en juego propuestos por el contexto, sobre los cuales se puede ejercer un relativo impacto. Es factible considerarlos como obstáculos intrínsecos, porque si bien los recursos de las naciones que conforman el estudio son limitados y la capacidad de inversión es restringida (al menos si se los compara con aquellos disponibles en otras partes del planeta), es probable que la asignación de presupuesto en educación superior que hace cada país y la consiguiente financiación de la actividad editorial estén mucho más vinculadas a cuestiones estratégicas relacionadas con el rol que se le atribuye a esta actividad, que con los montos susceptibles de ser invertidos en la generación de contenidos culturales. Dicho de otro modo, los recursos son escasos pero, además, no hay interés de invertirlos en esta actividad.

Con respecto a la reprografía se observan algunos elementos que influyen en su expansión, como la falta de control de los medios informáticos y el hábito social de la fotocopia: «Aunque hay intentos tímidos, faltan normas de control de la falsificación de la información y el plagio al interior de las universidades. En este sentido, el uso de medios informatizados hace difícil controlar el uso de información sin la autorización o los créditos correspondiente a los autores».[240] Opina Bolivia al respecto: «El fenómeno de la piratería, que se constituye también en un fenómeno social en nuestro país, es prácticamente incontrolable e influye notablemente en la producción editorial universitaria».[241] También lo apunta América central: « [...] A pesar de la existencia de legislaciones que protegen los derechos de autor, uno de los grandes problemas, para todas las editoriales universitarias centroamericanas, es la reproducción ilegal de textos, especialmente a través de fotocopias».[242] El alto costo de parte del material importado también influiría en la práctica tan extendida de la reproducción ilegal: «En lo que tiene relación con ciencias duras, el material que satisface la demanda existente es importado por una serie de librerías especializadas en su comercialización, pero gran parte de esa demanda se satisface a través de material que se canaliza por circuitos informales de reproducción ilícita o a través de Internet».[243]

El presidente de la Cámara Chilena del Libro y director de Editorial Planeta —tal como se transcribe en el informe de su país—, muestra preocupación y molestia frente a esta situación: «No es exagerado afirmar que se trata de un mal endémico que afecta a

240 Informe de República Dominicana, p. 42.
241 Informe de Bolivia, p. 13.
242 Informe de América central, p. 47.
243 Informe de Uruguay, p. 5.

los autores, a los editores, las imprentas, los libreros, la recaudación de los impuestos Internos. La piratería en Chile aumenta y se perfecciona».[244]

Además, tal como resalta Bolivia, hay una gran oferta de textos académicos fotocopiados y ante la producción local limitada, la respuesta sigue siendo que se requieren textos producidos en otros países: «Esta falta de incentivo a la producción editorial de textos académicos se debe también a la alta oferta en el mercado local de fotocopias de libros de consulta o textos de estudio, que son requeridos por los docentes de las universidades locales; en un 90% se trata de obras de consulta que se editan en México, España, Argentina, Estados Unidos u otros países».[245] También Ecuador hace mención a la falta de disponibilidad de textos, que traería como consecuencia el fotocopiado: «De hecho, la primera constatación, es que si bien la demanda de libros por los estudiantes universitarios es cuantitativamente alta, las falencias de un trabajo editorial universitario adecuado impiden que los títulos estén disponibles».[246]

La falta de una estrategia editorial afectaría multilateralmente toda la actividad, es por ello que frente a esta amenaza que actualmente domina el área, la edición informal tiene un carácter secundario, pues una de las causas que fomenta su existencia y la ampliación de sus actividades es la ausencia de una estrategia editorial universitaria formal. […] La amenaza proveniente de las editoriales no universitarias, de igual forma, se alimenta de la misma causa: puede penetrar fácilmente en los medios universitarios por la ausencia de un trabajo profesionalmente diseñado de las editoriales universitarias.

El cálculo de las pérdidas económicas por la reprografía y la piratería es apabullante, y el empobrecimiento de la calidad de la educación es un riesgo futuro o un presente no menos alarmante. Solo en Argentina las pérdidas que ocasiona la reprografía ilegal equivalen al 40% de la riqueza generada por el mercado del libro.[247]

Los estudiantes latinoamericanos estudian con centenares de apuntes que intentan ser el reflejo del trabajo intelectual de algún investigador, erudito o especialista, pero la más de las veces, terminan siendo recopilaciones plagadas de "pequeñas muestras de pensamiento de un autor" que no ayudan a construir una noción de corpus y, mucho menos, a poner a los futuros profesionales en contacto con el libro, herramienta didáctica privilegiada. Esta región sigue formando estudiantes aislados de

244 Informe de Chile, p. 92.
245 Informe de Bolivia, p. 13.
246 Informe de Ecuador, pp. 8-9.

247 Pablo Perelman, op. cit.

la cultura escrita, del libro, porque el acceso a la cultura y los materiales de estudio están muy restringidos, los libros universitarios son costosos, las bibliografías son desmesuradas. Y la dinámica que se da entre la universidad, los estudiantes y el Estado permite que —frente a problemas de gran relevancia como la pobreza, la desnutrición, el analfabetismo, la marginalidad— promover el uso y consumo de libros se perciba como una conducta elitista.

La falta de presupuesto es un factor que influye en todo el proceso editorial. El informe de Argentina lo relaciona, por ejemplo con la falta de registro de las publicaciones, que seguramente tiene consecuencias a la hora de realizar una planificación estratégica basada en los datos del sector: «[...] A pesar del activo papel que cumple la Cámara Argentina del Libro en torno al tema del registro y la promoción de las ventajas del ISBN, las oficinas de publicaciones no siempre hacen el pertinente registro del material, ya sea por falta de presupuesto o porque autores y responsables de la edición no acuerdan quién debe hacerse cargo de la erogación o, muy especialmente, porque se desconocen las posibilidades de difusión (además de las de registro y resguardo) que obtendrán las obras publicadas si se realizan los trámites correspondientes en la Cal».[248]

La carencia de recursos económicos lleva también al trazado discontinuo del catálogo de publicaciones: «El déficit presupuestario hace, sin embargo, que sus publicaciones tengan una periodicidad irregular y que [el catálogo] no cuente con planes de ampliación a corto plazo»,[249] tal como lo señala la Universidad de la Cordillera, Bolivia.

Algunos condicionan la viabilidad de buenos proyectos editoriales a la falta de financiamiento, como lo hace la Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Chile: «Al mirar hacia el futuro existen ciertas aprehensiones, ya que si bien se encuentran en carpeta interesantes proyectos editoriales, éstos están sujetos a la obtención de financiamiento tanto interno como externo. Hecho que, sin duda, dificulta la labor editorial».[250] El informe ecuatoriano es totalmente coincidente con lo anterior: «Los presupuestos de las editoriales universitarias son por lo general insignificantes, en consecuencia éstas no disponen de Consejos Editoriales adecuados, de órganos administrativos calificados, de una infraestructura productiva actualizada y competente y de instrumentos de distribución y propaganda capaces de garantizar una difusión adecuada de los libros y la recuperación oportuna de las inversiones».[251] El informe uruguayo hace una interpretación

248 Informe de Argentina, p. 12.

249 Informe de Bolivia, p. 11.
250 Informe de Chile, p. 32.
251 Informe de Ecuador, p. 35.

favorable a partir del mismo problema, la falta de financiamiento: «tiene como rostro positivo que mantiene alejada a la editorial de los avatares de los presupuestos públicos o de las variables burocráticas; además de que evita la publicación de obras por compromiso y de que impide la disposición de cuantiosos recursos para trabajos quizá muy valiosos y meritorios, pero de escasa circulación que terminan entorpeciendo y encareciendo el manejo del stock».[252]

Hay otro aspecto central que se menciona prácticamente en todos los informes y es el relativo a la disponibilidad de recursos humanos, en cantidad adecuada y con un grado de capacitación lo suficientemente específica como para contribuir a dotar a la actividad de un perfil profesional. «Su número es limitado así como sus niveles de especialización. No hay carreras en el país que trabajen en la formación del recurso humano especializado en el campo de la producción de materiales»,[253] bien señala República Dominicana.

Dentro de las profesiones que intervienen en el proceso editorial, el editor ocupa el lugar más significativo y al parecer, el más olvidado: «No se cuenta con datos acerca de la formación de los recursos de las editoriales. Hay que destacar que prácticamente todas las editoriales hablan, nombran, a los diseñadores. En algunos casos, los diseñadores gráficos son parte de la planta estable, en otros se contratan por trabajo o se hacen convenios con centros de estudio de diseño. Las profesiones del área editorial nombradas con insistencia son la de corrector y la de diseñador gráfico. Nunca se menciona la presencia —ni la necesidad— de un editor en su rol de editor técnico, de aquel que vela por la coherencia y cohesión de un original y de su adecuación al lector-meta. Esto tal vez sea coincidente con ciertas dificultades del papel del editor profesional —aquí y en el resto del mundo—, ya que se trata de una especialización pocas veces profesionalizada y con reciente validación académica (a excepción de España, Inglaterra, Estados Unidos y otros pocos lugares del mundo). En la Argentina, la carrera de Edición, tiene apenas 10 años de vida».[254]

Brasil realiza una síntesis de los obstáculos que condicionan la actividad del sector:[255] 1) distribución inadecuada; 2) falta de autonomía: gerencial, comercial y económica; 3) la cantidad y calidad de los recursos humanos: los empleados del sector son escasos en número y carecen de la calificación necesaria;

252 Informe de Uruguay, p. 7.
253 Informe de República Dominicana, p. 38.
254 Informe de Argentina, p. 45.
255 «1) Distribuição inadequada. 2) Falta de Autonomia. 3) Recursos Humanos. 4) Restrições orçamentárias e financeiras. 5) Custos. 6) Problemas de infra-estrutura geral. 7) Falta de experiência de diretores e funcionários com a atividade editorial e livreira.» Informe de Brasil, p. 33.

4) restricciones presupuestarias y financieras, y falta de recursos para realizar inversiones productivas; 5) costos elevados de las materias primas y de las operaciones; 6) problemas de infraestructura general; 7) falta de experiencia tanto de los directores como de los empleados en la actividad editorial y librera.

La síntesis de Bolivia: «Entre las principales limitaciones que enfrentan para el logro de los objetivos editoriales están la falta de presupuesto, la deficiencia de equipamiento, la falta de una adecuada gestión, y la imposibilidad de competir con los textos académicos piratas».[256]

Chile es uno de los pocos que menciona al exceso de stock —aparte de la ya habitual carencia de recursos propios o la imposibilidad de obtener financiamiento externo—,como un ejemplo de capital improductivo y de ineficiencia en el manejo racional de las finanzas: «Entre sus proyectos más urgentes destacan el disminuir a la cuarta parte el stock de libros guardados; aumentar la recuperación de dineros invertidos en la publicación de libros; formar un capital propio que les permita editar sin el aporte financiero directo de la Universidad; y constituir una red de promoción y venta de los libros publicados».[257]

Así como se señala habitualmente que las universidades son centros destacados de producción y difusión de conocimientos y que constituyen la principal fuente de producción editorial de una sociedad, el informe mexicano destaca como contrapartida que los investigadores «no publican en los centros de educación superior porque los libros no se distribuyen o el sello editorial no es muy conocido»,[258] entre otras razones. De este modo se hace necesario desarrollar alguna estrategia de fidelización de los autores: «Las editoriales en algunos casos son cautivas del propio éxito de algunos de sus autores más destacados y se ven obligadas a editar todo lo que éstos producen, aunque algunas veces generen rentabilidad y otras no»,[259] apunta el informe de Uruguay.

En la medida en que todos los actores involucrados en el sector editorial, particularmente aquellos que están en el nicho de las ediciones universitarias, conozcan y puedan reflexionar sobre las debilidades y amenazas, podrán minimizarlas y tal vez, convertir algunas de ellas en fortalezas y oportunidades que sumadas a las ya existentes, los lleven a un mayor crecimiento y a una posibilidad de ampliar su lugar dentro de las preferencias de sus lectores.

256 Informe de Bolivia, p. 5.
257 Informe de Chile, p. 26.
258 Informe de México, p. 10
259 Informe de Uruguay, p. 8

CONSIDERACIONES FINALES

La actividad editorial universitaria de la región se desarrolla en un escenario que puede parecer desconcertante, ya que ocupa un sitio nebuloso dentro de las estrategias que despliega la universidad para lograr su inserción y trabajo con la sociedad. Son pocas las editoriales que han sido fundadas y constituidas como tales, explícitamente. En su mayoría, han tenido actividad desde hace largo tiempo aunque ha sido la irrupción de alguna instancia extraordinaria (un aniversario, un congreso, la posibilidad de coeditar) la que genera la necesidad de definir su misión y su lugar en la universidad. La falta de clarificación acerca de los roles y objetivos se agrava cuando la empresa editorial comienza su tarea sin presupuesto y sin autonomía de gestión.

En general, el panorama de la edición universitaria indica que se gestiona con escasa autonomía y con magros recursos. Más allá de si depende del rectorado o de una secretaría, de si se trata de un ente autárquico o de una oficina de publicaciones, lo que da una idea de su desarrollo editorial es su posibilidad de operar en las dimensiones políticas y económicas. Esto se refiere a su grado de autonomía para funcionar dentro de esos espacios y a su capacidad para gestionar y contrarrestar las influencias externas. Esta externalidad puede representarse como campos concéntricos, próximos, cada uno con sus amenazas y sus oportunidades. Primero, el más inmediato, es el de la propia universidad: allí se hace necesario ocupar un sitio influyente para asegurar los recursos y la libertad en la toma de decisiones; segundo, un anillo contiguo al anterior representado por el mercado editorial en su conjunto (incluidos a ciertos actores que participan solo «tomando» del medio y no promoviendo cultura, como son los dedicados a la reprografía y la piratería). En forma directamente proporcional, a mayor autonomía, mayor es la calidad del catálogo que conforma. Su prestigio va acompañado de la posibilidad de elegir qué edita, a qué autor y bajo qué condiciones.

Si bien la actividad editorial en sí puede ser realizada prácticamente por cualquier particular —no es imprescindible que el editor sea el Estado—, requiere para su crecimiento de una masa crítica importante de títulos y para su elaboración, de presupuesto. Es la inversión sostenida la que propicia la generación de un volumen considerable de operaciones y éstas, a su vez, cuando no producen rentabilidad debieran, al menos, ser sostenidas por principios de racionalidad económica. El caso de las editoriales norteamericanas e

inglesas puede servir de ejemplo: «En general, las universidades apoyan fuertemente a sus editoriales, con el objetivo de que puedan llegar a ser independientes financieramente y después autónomas. El caso de la Universidad de Duke cuya editorial está en plena transición constituye un buen ejemplo de este proceso: la universidad ha incrementado sus subvenciones durante varios años para permitir la reorganización y el refuerzo de la editorial; posteriormente, la universidad ha ido disminuyendo progresivamente su asignación con el objetivo de interrumpirla en tres años. Sin embargo, la universidad mantendrá su apoyo pagando los locales y diferentes servicios como la contabilidad».[260] El ex director de la Asociación de Editoriales Universitarias Españolas (AEUE), Antoni Furió, continúa con su diagnóstico: «Las editoriales universitarias [de América latina y España] arrastran una serie de problemas que constituyen un reto a vencer en la nueva era. Entre estos: un modelo de gestión equivocado, ya que depende de la rectoría o algún vicerrectorado, la falta de capacidad y experiencia de la dirección, una mala política editorial y poca capacidad financiera».[261]

Salvando aquellos ejemplos constituidos por las editoras emblemáticas de cada país (Ediciones UNAM, Euned, Eudeba) la editorial universitaria estatal de la región es una empresa con una estructura débil. Para comenzar, está albergada en una institución —la universidad— cuya misión fundamental difiere de la misión de cualquier casa de ediciones: universidad y editorial no suelen compartir objetivos. En general, la empresa editora depende legalmente de forma íntegra de la universidad. Y muchas veces se halla constreñida a las mismas regulaciones que pesan sobre la institución de educación (como es el caso de las universidades estatales de Argentina, que por definición tienen vedada la búsqueda de rentabilidad y muy obstaculizada la generación de ingresos, aun sin fines de lucro). En lo político y económico, la empresa editora tiene estrechos lazos con la universidad: depende de su financiamiento y se ve compelida en numerosas ocasiones a ser permeable a la influencia de los autores que buscan ser publicados; tanto como a otros compromisos institucionales. La empresa editora tiene su gestión ligada a toda clase de condicionamientos, entre otros, a la falta de un presupuesto propio que le impide fijar su estructura y contar con una plantilla de empleados acorde a su nivel de actividad. De forma recurrente los consultores de los distintos países destacan que la editorial no cuenta con personal en número suficiente ni con la capacitación necesaria para desempeñar tareas editoriales específicas. No

260 A. Furió, Conferencia inaugural, I Foro Internacional de Edición Universitaria, Guadalajara, noviembre-diciembre de 2004.

261 Furió, op. cit.

obstante, muchas de las empresas y oficinas de publicaciones tienen su organigrama estructurado por áreas (como mínimo, dividido en administración, editorial y producción) y al menos con un nivel jerárquico, aunque muchas veces quien lleva a cabo tareas directivas realiza también las subalternas en alguna de las áreas. Tal vez el rasgo más sobresaliente en cuanto a la estructura de estas editoriales, esté relacionado a que buena parte de la actividad está subordinada a los dictámenes de los consejos o comités editoriales. Estos no siempre son parte integrante del directorio de la editorial, en ocasiones, forman el corazón de la dirección de la universidad. Si bien el nombre consejo editorial hace referencia a la función de asesoramiento en materia de publicaciones, muchos de ellos funcionan aprobando automáticamente la edición de los originales que han recibido el aval de una instancia de referato. Y este se constituye en uno de los obstáculos mayores para el resultado de la gestión editorial. Muchas investigaciones merecen altas calificaciones por parte del tribunal académico que los juzga; no obstante, no todos estos originales contienen en sí la virtud de poder transformarse en un libro.

La producción universitaria no satisface la demanda generada por las bibliografías. Son pocos los títulos que se reportan como obligatorios. Existe un divorcio entre aquello que las editoriales se fijan como metas (generar y difundir cultura, brindar herramientas de estudio a los universitarios, colaborar con la circulación del conocimiento dentro de la sociedad), y el trabajo que efectivamente realizan. En el caso de la región de América central, la bibliografía obligatoria producida por sus editoriales universitarias apenas supera los diez títulos, con excepción de la Universidad Pedagógica de Honduras que tiene sesenta y cinco textos clasificados como obligatorios y la editorial de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica cuya misión es abastecer a los alumnos con todos los materiales requeridos para estudiar mediante esa modalidad.

La instancia de referato que deben atravesar la mayor parte de los originales para llegar a convertirse en libro supone un problema de gestión editorial para muchos de los entrevistados. Más allá de las críticas hacia el interior del campo intelectual en el que se opere, el referato adjudica validación académica a una obra pero no la valida editorialmente como libro. La editorial teme publicar malos libros, ¿pero malos en qué sentido? La editorial universitaria no puede admitir que se critique por la edición de libros desactualizados, poco sólidos desde lo metodológico o que respalden un paradigma perimido. En cambio, no parece ser preocupante que mucho del material que se edita carezca de interés, tenga sobreabundancia

de páginas (¿hacen falta esas 350 páginas?), que no tenga lectores interesados en leerlas o que no haga un verdadero aporte al tema. La férrea sujeción de la política editorial a este juicio es una característica propia de la región, no del tipo de contenidos a ser publicados. Un documento elaborado por el Centre National de la Recherche Scientifique, en 2000 dice acerca de los criterios de conformación del catálogo: «En Estados Unidos, las editoriales no tienen ninguna obligación de publicar los trabajos de investigadores o docentes de su universidad, sean cuáles sean los lazos entre la universidad y su editorial. Del mismo modo, los docentes y los investigadores vinculados a una universidad no tienen ninguna obligación de publicar en la editorial de su universidad» .[262]

Podría decirse que a la hora de editar prima el derecho del autor a dar a conocer su investigación por sobre el derecho de la editorial a querer conformar su catálogo según una conjunción de criterios: su ubicuidad dentro de una colección, la pertinencia del tema, la contribución original a la materia, su aporte al incremento del prestigio del sello editorial —ya sea por la renombre del autor o por la calidad de la obra—, la demanda del mercado, su viabilidad económica. A todo lo antedicho, se le debe sumar el hecho de que las editoriales universitarias públicas tienen la enorme responsabilidad de disponer adecuadamente de los fondos del erario.

Las editoriales universitarias son productoras también de una masa creciente de otros materiales comprendidos entre publicaciones periódicas (científicas y culturales) en soporte papel y digital, publicaciones online en Internet y otros productos que al carecer del registro apropiado en las cámaras que nuclean la actividad se vuelven "invisibles" en los cómputos globales. Una de estas alternativas, la edición digital, va cobrando cada vez más importancia y ofrece una solución a la disyuntiva sobre si la editorial tiene que hacerse cargo o no de editar todas aquellas investigaciones generadas en la universidad, por más que interesen a muy pocos investigadores o profesionales. Al tratarse de una propuesta muy económica, permite que aún una masa exigua de lectores interesados en un tema altamente específico pueda contar con su correspondiente material editado, que de otro modo podría quedar excluido del plan editorial por falta de demanda.

En este mercado, los títulos se editan en tiradas limitadas porque la demanda no suele alcanzar a absorber toda la producción, pero estos mismos lectores que no se sienten atraídos por la oferta universitaria compran,

262 Centre National de la Recherche Scientifique, Direction des Relations Internationales, Bureau à Washington, Naturaleza de los lazos entre las universidades y las editoriales universitarias en Estados Unidos, traducción de Antoni Furió, Washington, febrero de 2000. Ver: <http://www.aeue.es/0_Resources/Documentos>.

en cambio, ediciones provenientes de Europa, EE.UU. y Asia, en idioma original o en traducciones al castellano o al portugués.[263] La región participa del llamado "círculo vicioso editorial":[264] la baja demanda conduce necesariamente a tiradas pequeñas, y esto incrementa los precios. La misma oferta académica que puede representar una señal de mejora del panorama educativo de la región implica, en muchos casos, una atomización de la currícula y como consecuencia de ello, de la demanda. Es muy difícil para la empresa editorial poder desarrollar contenidos que satisfagan a un amplio número de docentes, aunque estos enseñen materias semejantes de niveles equivalentes, incluso dentro de un mismo país, y torna casi imposible generar un título que pueda ser impuesto en una bibliografía en el exterior.

Respecto de la venta y distribución, son varias las características que permiten decir que también en este tema la edición universitaria de la región funciona como un "circulo vicioso". El empeño puesto en la producción no tiene un acompañamiento equivalente para asegurar que la edición se ubique en la plaza y llegue a sus lectores. Como rara vez se toma en cuenta la incidencia del descuento del canal comercial a la hora de calcular el precio de venta al público, el resultado es que se vende por debajo de los costos o que los libros no penetran en el circuito comercial que excede el ámbito académico y pocas veces llegan a estar disponibles más allá de la universidad. De este modo, la editorial sigue fallando en su rol de facilitadora y divulgadora, aunque efectivamente, los libros que venda sean ofrecidos a precios bajos. Es una concepción acotada que reniega del aspecto económico de los libros (y de otros productos culturales) lo que lleva en muchos casos a evaluar la factibilidad de una edición sin tener en cuenta el margen de rentabilidad (que, a su vez, garantiza la continuidad del plan editorial), las regalías de los autores, los gastos comerciales y aun los costos de producción.

De este modo, aunque se persigue el objetivo de democratizar el conocimiento y de poner la mayor cantidad de libros al alcance de los estudiantes y de otros interesados, la sociedad —a través de la editorial universitaria— termina financiando la publicación de obras que no suscitan interés entre el lectorado. Y los escasos recursos se van diluyendo con cada nueva edición que queda almacenada en un depósito. Y esto es extensivo a muchos muy buenos libros, porque aún cuando la editorial elige y publica un título con demanda, la distribución sigue siendo deficiente. Además

263 Hay que recordar que algunos países de la región caribeña son franco o anglo parlantes.

264 Cerlalc, La construcción de una capacidad local para la producción de textos universitarios en América Latina, Bogotá, Cerlalc, 1992.

de tener poco alcance, la distribución es muy costosa porque hay poca competencia (pocos distribuidores dedicados al libro universitario) y porque la logística y el transporte son de por sí rubros muy onerosos en la región, se trate de libros o de cualquier otro producto. Es así que el punto de venta privilegiado para estos libros es la librería universitaria propia, el local dentro de la misma casa de estudios.

Llegado el momento de proveer información cuantitativa acerca del mercado editorial universitario de la región se tropieza con una desinformación que ya es estructural de la actividad. Una visita al sitio de la Ipa/UIE (International Publishers Association / Unión Internacional Editores)[265] muestra que en todo el ámbito mundial se carece de información estadística sistematizada. Por ejemplo, en el cuadro donde se consolida la información sobre la venta según el canal de distribución participan solo treinta y un países sobre el total de los países editores de libros. En esta tabla, la mayor parte de los casilleros carece de datos y la columna con más información es la referida al volumen de venta a través de distribuidores, librerías y supermercados, solo que de los treinta y un países que figuran, únicamente nueve reportan cifras sobre la venta (y solo uno, Colombia, es latinoamericano).

En esta oportunidad, el mal de la falta de información consolidada que aqueja a los países en desarrollo ataca también a los desarrollados. No es posible cuantificar el volumen de capital involucrado en la producción y la venta de los libros editados en la región, ni tampoco ponderar dentro de ese conjunto, qué tamaño tiene el sector dedicado a los libros de las editoriales universitarias. Por este motivo, es casi imposible mensurar qué volumen de venta tienen las editoras comerciales privadas que destinan sus publicaciones al mismo lectorado que las editoriales universitarias, dato que permitiría conocer fehacientemente qué tamaño tiene el mercado que se pierde.

Una de las conclusiones destacables luego del análisis de los informes nacionales es que la edición universitaria es deudora del esfuerzo de la educación pública, tanto si se considera la inversión en producción, como si se piensa en el desarrollo de contenidos o en la misma capacitación y preparación de los autores. Por supuesto que esta conclusión está referida a la edición de libros dentro del ámbito de una institución de educación superior, que puede ser privada o pública, pero que no incluye los resultados de la actividad de las editoriales comerciales cuya producción se destina al público universitario.

Por ejemplo, en Colombia, dos uni-

265 Ipa / UIE. Ver: <http://www.ipa-uie.org/statistics/2003 Statistics.xls>, (fecha de consulta: 19 de julio de 2005).

versidades públicas aportan el 41% del total de la producción editorial (de los últimos cinco años);[266] en Cuba, el ciento por ciento de la producción se realiza en editoriales pertenecientes a las universidades públicas. El informe de América central, que categoriza a las 14 editoriales más activas en cuatro grupos según una producción que puede ir de los 100 a los 400 o más títulos, indica que de estas 14 editoriales, solo dos pertenecen a una universidad privada. Más aún, solo 5 de las 139 universidades privadas de la región tienen editorial.

También es así en el caso de Bolivia, solo 7 de las 37 universidades privadas tienen actividad editorial confirmada, frente al 64% del sector público. Aún en el caso de Uruguay —cuyo informe se circunscribe expresamente al ámbito de las editoriales privadas que destinan su producción al público universitario—,[267] la única editorial vinculada directamente a una universidad es la perteneciente a la Universidad de la República, la única pública del país con una producción que si bien es escasa y tiene poca participación en el mercado editorial, muestra, al menos, algo de actividad frente a las cuatro universidades privadas que no cuentan con ediciones propias. El caso de Chile sigue la misma línea: de sus 25 universidades "tradicionales" (como se llaman allí a las públicas), solo una carece de actividad editorial propia; en cambio, de las 36 privadas, solo 22 generan publicaciones.

Ciertamente, hay un correlato entre la actividad editorial, la matrícula y la actividad académica. La educación superior en América Latina y en el Caribe, con todas sus falencias y sus objetivos insatisfechos, sigue dependiendo del brío de la educación pública. Por ejemplo, en la Argentina la mayor parte de las instituciones de educación superior pertenecen a la esfera privada, no obstante, el 87% de los alumnos estudia en establecimientos estatales: «El sistema universitario argentino[268] se compone de 36 universidades nacionales, 5 institutos universitarios nacionales, 42 universidades privadas, 9 institutos universitarios privados y 1 universidad provincial. […] En total, el sistema universitario alberga a 1.293.606 alumnos, de los cuales 1.127.124 concurren a instituciones estatales».

Como consecuencia de este desequilibrio, la producción de contenidos académicos y destinados al lector profesional y especialista se encuentra supeditada al financiamiento que los Estados americanos (exceptuando a EE.UU. y Canadá) destinan a la educación, y de esa partida casi siempre insuficiente, la porción

266 Informe colombiano, p. 8
267 informe uruguayo, p. 4.

268 Datos del Ministerio de Nacional de Educación para el año 2000. Informe argentino, p. 7.

dedicada a la educación superior. Por ende, las editoriales universitarias de origen público se gestionan con presupuestos exiguos y vienen cediendo desde hace décadas un terreno propio y un lectorado natural a la actividad editorial extranjera, por cierto muy especializada. Tampoco las editoriales originadas en instituciones privadas dan respuesta a la demanda de textos académicos, porque la actividad editorial requiere de una inversión considerable y constante, y de una misión y una motivación que acompañe un proceso no siempre exitoso en términos de una rentabilidad tradicional.

«Si se analizan las temáticas (las áreas del saber cubiertas por las ediciones universitarias) —dice el informe argentino[269] refiriéndose al proceso de concentración por materia—, hay una enorme preponderancia de las ciencias sociales, las llamadas "ciencias blandas", en primer lugar y, en segundo, de las ciencias aplicadas por sobre las "ciencias duras".[270] […] De los 3.086 títulos editados en los últimos tres años, 1.670 cubren intereses de las ciencias sociales (a los que se podrían sumar 114 dedicados al Arte, 724 a la Economía y estudios afines; y 84 títulos entre obras de referencia, documentación y publicaciones sobre técnicas de investigación). Como contrapartida, solo 228 son títulos del área de las ciencias exactas y naturales, y 266 tratan sobre tecnología y ciencias aplicadas».

Solo el 17% de la producción brasileña (1.239 títulos en valores absolutos) —según los datos de 2001—, correspondió a obras dedicadas a las ciencias puras (matemáticas, física, química, geología, astronomía) y a las ciencias aplicadas (tecnología, ingeniería, agronomía, veterinaria, medicina); todo el resto —6.037 títulos, o sea el 83%—, correspondió a libros sobre educación, historia, literatura, ciencias sociales, política, lingüística, arte y, en menor medida, religión, filosofía y obras de referencia.[271]

269 Para esta ponderación se toma la clasificación por materias según el Sistema de Clasificación Decimal de Dewey que, por definición, se utiliza para organizar los materiales bibliográficos de acuerdo con una estructura jerárquica que considera la disciplina y el tema que éstos tratan.

270 «En cambio, si se analiza no ya la producción monográfica sino la de las publicaciones periódicas especializadas —artículos, ensayos y colaboraciones en papel o en soportes electrónicos—, las áreas temáticas privilegiadas son las ciencias formales y, dentro de las fácticas, las naturales y exactas.», informe argentino.

271 Informe brasileño, p. 25.

BIBLIOGRAFÍA

«Propiedad intelectual, piratería e industrias culturales», en Pensar el Libro [boletín electrónico en línea]. Julio 2005, Edición 02: «Reflexiones sobre la piratería en Iberoamérica», Bogotá, Cerlalc. Ver: http://www.Cerlalc.org/Revista_Pirateria/editorial.htm, (fecha de consulta: 10 de agosto de 2005).

Arboleda Palacio, Gonzalo, ***«La piratería en Colombia: una mirada exploratoria al mercado ilegal del libro»***, en Pensar el Libro [boletín electrónico en línea]. Julio 2005, Edición 02: «Reflexiones sobre la piratería en Iberoamérica», Bogotá, CERLALC. Ver: http://www.Cerlalc.org/Revista_Pirateria/editorial.htm, (fecha de consulta: 10 de octubre de 2005).

Berdugo Palma, Libardo, ***Cálculo editorial***, Bogotá, CERLALC, 1994. (Serie Profesional del Libro y la Edición, 6).

Bourdieu, Pierre, Jean-Claude Chamboredon y Jean-Claude Passeron, ***El oficio de sociólogo***, México, Siglo XXI, 1975.

Bozeman, Barry, ***Todas las organizaciones son públicas: tendiendo un puente entre las teorías corporativas privadas y públicas***. México, Fondo de Cultura Económica, 1998.

Caballero Leal, José Luis, ***Derecho de autor para autores***, México, FCE; Cerlalc, 2004, (Libros sobre Libros).

Cabanellas, Ana María, ***«Derechos de autor»***, en El mundo de la edición de libros, Leandro de Sagastizábal y Fernando Esteves Fros (comps.), Buenos Aires, Paidós, 2002.

Calvino, Ítalo, ***Los libros de los otros: correspondencia*** (1947-1981), Tusquets, Barcelona, 1994.

Câmara Brasileira do Livro. Ver: <***http://www.cbl.org.br/news.php?recid=439&hl=Jornal%20da%20Tarde***>. Fuente: Jornal da Tarde, 10 de septiembre de 2003, (fecha de consulta 26 de octubre de 2005).

Cambridge University Press. Ver: <***http://www.cambridge.org/uk***/>; [press.office.online@admin.cam.ac.uk.]

Carlino, Paula, ***Escribir, leer y aprender en la universidad***. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2005.

Centre National de la Recherche Scientifique, **Direction des Relations Internationales, Bureau à Washington**, ***«Naturaleza de los lazos entre las universidades y las editoriales universitarias en Estados Unidos»***, traducción de Antoni Furió, Washington, febrero de 2000. Ver: <http://www.aeue.es/O_Resources/Documentos>.

Cole, David, ***Marketing editorial: la guía***, México, FCE; Conaculta, 2003.

Departamento de Publicaciones, Universidad Nacional de General Sarmiento, ***Documento de discusión sobre la actividad editorial en la UNGS: aportes para el desarrollo de una política editorial***. Primer borrador para su discusión en el marco del Comité de Publicaciones, Buenos Aires, diciembre de 2002.

Edusp. Editorial de la Universidad de San Pablo. Ver: <***http://www.edusp.com.br/espanol.asp***>, (fecha de consulta: 15 de noviembre de 2005).

Encuesta nacional de lectura y uso del libro, ***Ministerio de Educación de la Nación***, Argentina, 2001.

Escolar, Cora (comp.), ***Topografías de la investigación: métodos, espacios y prácticas profesionales***, Buenos Aires, Eudeba. 2000.

Esteves Fros, Fernando y Jorge Vanzulli, ***«Administración de una empresa de cultura»*** en Leandro de Sagastizábal y Fernando Esteves Fros (comps.), El mundo de la edición de libros, Buenos Aires, Paidós, 2002.

Facundo, Ángel, *La construcción de una capacidad local para la producción de textos universitarios en América latina*, Bogotá, CERLALC, 1992.

Furió, Antoni, ***«Conferencia inaugural»***, I Foro Internacional de Edición Universitaria, Guadalajara, noviembre-diciembre de 2004.

Garzón, Álvaro, ***«Los derechos de los creadores y de los productores de libros»***, en Mito o realidad del libro, Bogotá, Cerlalc, Colcultura, Aseuc, 1994.

Gotthelf, René ***«Visión general de las editoriales universitarias en América latina»***, ponencia presentada para la apertura del Seminario Internacional Las Editoriales Universitarias hacia el Siglo XXI, América Latina y el Caribe, Buenos Aires, abril de 2004.

Iesalc/Unesco: Instituto Internacional de la Unesco para la Educación Superior en América Latina y el Caribe, Caracas, Venezuela. Ver: ***http://www.iesalc.unesco.org.ve/*** (fecha de última consulta: 30 de noviembre de 2005).

International Federation of Reproduction Rights Organisations (IFRRO), ***«Declaración de IFOR sobre la piratería»***, en Pensar el Libro [boletín electrónico en línea]. Julio 2005, Edición 02: ***«Reflexiones sobre la piratería en Iberoamérica»***, Bogotá, Cerlalc. Ver: ***http://www.Cerlalc.org/Revista_Pirateria/editorial.htm***, (fecha de consulta: 10 de octubre de 2005).

International Publishers Association-Unión Internacional de Editores (Ipa-UIE). Ver: ***http://www.ipa-uie.org/statistics*** (fecha de consulta: 16 de enero de 2005).

Kotler, Philip, ***Dirección de la mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control. 7ª edición***. México, Prentice-Hall Hispanoamericana, c1993.

Kremer, John, ***1001 ways to market your books: for authors and publishers***, 5ª ed, Fairfield (IA), Open Horizons, 1998.

Loyola, Manuel, ***«Ediciones universitarias: realidad y perspectivas»***, documento presentado en la Segunda Convención de Editores Universitarios, Santiago de Chile, octubre de 2003.

Mariño Navarrete, Hernando, ***Gerencia de calidad: un manual para gerentes***, Bogotá, Cerlalc, con la colaboración del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación PIDC-Unesco, 1989.

Morales Thomas, Nicolás, ***Notas sobre las dificultades de las editoriales académicas en Colombia***. Ver: www.Cerlalc.org/reflexiones/reflexiones.htm>, (fecha de consulta 30 de noviembre de 2004).

Naves, Elizabeth de Melo y Marta Oliveira, ***Diagnóstico do setor editorial brasileiro***. San Pablo, Cámara Brasileña del Libro, 2002. Citado en José Castilho Marques Neto, Editoras Universitárias Brasileiras: estudo exploratório, San Pablo, 2003.

Nieto, Adelaida, ***Los poderes públicos y el futuro de la industria editorial en el siglo XXI***, ponencia presentada en el Congreso de Editores y Libreros de Ribeirao Preto, Brasil, 8 de agosto de 2003.

Nudelman, Ricardo, ***«La capacitación es un inversión reproductiva»*** en El libro y la edición. Hacia una agenda de políticas públicas, Cerlalc, Bogotá, 2002.

Organización Mundial del Comercio, ***Informe sobre el comercio mundial 2004: B la infraestructura en el comercio y el desarrollo económico***, Ver: <http://www.wto.org/spanish/ res_s/reser_s/world_trade_report_s.htm>, (fecha de consulta: 13 de mayo de 2005).

Pellet Lastra, Ramiro, ***«La Cámara del Libro inició una batalla judicial contra el auge de las fotocopias»***, en La Nación [en línea], Buenos Aires, 19/03/99. Ver: <http://buscador.lanacion. com.ar/Nota.asp?nota_id=131723&high=cámara%20libro%20inició%20batalla>.

Pensar el Libro [boletín electrónico en línea]. Julio 2005, Edición 02: ***«Reflexiones sobre la piratería en Ibero América»***, Bogotá, Cerlalc. Ver: http://www.Cerlalc.org/Revista_Pirateria/editorial.htm, (fecha de consulta: 10 de octubre de 2005).

Perelman, Pablo, ***Industria de generación de contenidos y bienes culturales***. Estudio I.EG.33.6; Préstamo BID 925/OC-AR. Pre II. Coordinación del estudio: Oficina de Cepal-Onu en Buenos Aires, a solicitud de la Secretaría de Política Económica, Ministerio de Economía de la Nación, Argentina, 2003.

Piccolini, Patricia, ***«Textos y originales en la edición universitaria o la necesaria distinción entre lógica académica y lógica editorial»***, ponencia presentada en las Primeras Jornadas de Expresión Te doy mi palabra, organizadas por la Universidad de Buenos Aires, octubre de 2004.

Rama, Claudio, ***Economía de las industrias culturales en la globalización digital***, Buenos Aires, Eudeba, 2004.

Romero Romero, Álvaro A., ***Técnicas de investigación editorial: cómo recopilar información para la toma de decisiones editoriales y de mercadeo***, Bogotá, Cerlalc, 1993.

Sagastizábal, Leandro de, ***La edición de libros en la Argentina***: una empresa de cultura. Buenos Aires, Eudeba, 1995.

Schiffrin, André, La ***edición sin editores: las grandes corporaciones y la cultura***, Santiago de Chile, Lom, Trilce, 2001.

Sierra, Jorge Alfonso, ***Manual de gestión y mercadeo para editoriales universitarias***, Cerlalc, Coedición regional para el fomento del libro en América latina y el Caribe, Bogotá, 1991.

Unesco Book House Training Centre, ***Manual de organización editorial***, coedición de Cerlalc y la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Bogotá, Madrid, 1992.

Universidad Abya Yala. Ver: <***http://www.abyayala.org/colecciones.php?FAC_CODIGO***>, (fecha de consulta: 31 de octubre de 2005).

Universidad Autónoma de México. Ver: <***http://difusion.cultural.unam.mx/index.php?option=com_weblinks&catid=18&Itemid=31***>, (fecha de consulta: 31 de octubre de 2005).

Universidad Central de Venezuela. Ver: <***http://www.ucv.ve/viceacademico.htm***>, (fecha de consulta: 17 de octubre de 2005).

Universidad de la República. Ver: <***http://www.rau.edu.uy/universidad/publiuni/***>, (fecha de consulta: 20 de noviembre de 2005).

Universidad de Oxford. Ver: <***http://www.oup.com/about/***>.

Universidad Nacional de Colombia. Ver: <***http://www.unal.edu.co/contenido/publicaciones.htm#institucionales***>, (fecha de consulta: 20 de noviembre de 2005).

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Facultad de Ciencias Biológicas, Dirección administrativa, Oficina de Impresiones y publicaciones. Ver: ***http://www.unmsm.edu.pe/biología/diradminstrativa.htm***. (Fecha de consulta: 16 de diciembre de 2004.)

University of Michigan Press. Ver: ***http://www.press.umich.edu*** (fecha de consulta: 16 de diciembre de 2004).

Uribe Schoreder, Richard, en ***Estrategias para la lucha contra la piratería editorial***, Convenio Antipiratería para Colombia, [publicación electrónica]. Ver: <http://convenioantipirateria.org.co//secciones/publicaciones/publicaciones.htm>, (fecha de consulta del 26 de octubre de 2005).

Uribe Schroeder, Richard, ***«Algunos puntos sobre la piratería editorial en México»***, en Pensar el Libro [boletín electrónico en línea]. Julio 2005, Edición 02: «Reflexiones sobre la piratería en Iberoamérica», Bogotá, Cerlalc. Ver: http://www.Cerlalc.org/Revista_Pirateria/editorial.htm, (fecha de consulta: 10 de octubre de 2005).

Vega, Ramiro, ***Proyecto editorial universitario***, Buenos Aires, 2002. Sin publicar, tesis para la Maestría en Finanzas Corporativas, Universidad del Cema.

Villee, Claude, ***Biología***, 7ª ed., México, Interamericana, c1978. [hay otras recientes, en inglés y en castellano.]

Woll, Thomas, ***Publishing for profit: successful bottom-line management for book publishers***, Fisher Books, Tucson, c1998.

Zaid, Gabriel, ***Los demasiados libros***, Barcelona, Anagrama, 1996.