Universidad de La Salle
Ciencia Unisalle

Hitos | Documentos institucionales

11-1-2010

Ediciones Unisalle. El futuro de las publicaciones académicas

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/hitos

Recommended Citation
"Ediciones Unisalle. El futuro de las publicaciones académicas" (2010). *Hitos*. 7.
https://ciencia.lasalle.edu.co/hitos/7

This Libro is brought to you for free and open access by the Documentos institucionales at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Hitos by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Hitos 9

Ediciones Unisalle
El futuro de las publicaciones universitarias

Vicerrectoría Académica
Oficina de Publicaciones

Bogotá D.C., diciembre de 2010
© Derechos Reservados, Universidad de La Salle

Dirección:
Hno. Fabio Humberto Coronado Padilla , fsc.
Vicerrector Académico

Edición:
Guillermo Alberto González Triana
Jefe Oficina de Publicaciones

Coordinación:
Sonia Montaño Bermúdez

Corrección de estilo:
Andrés Herrera Pérez

Portada:
Paola Rivera Leguizamón

Diagramación:
Mauricio Salamanca

Contenido

Presentación | 5

I. Contexto | 7

II. La edición en la academia | 11

III. Los libros y las revistas.
La necesidad frente a la exigencia | 17

IV. El libro, las tendencias tecnológicas
y el usuario final | 21

V. Los canales de divulgación y el mercadeo | 27

VI. Lineamientos para el desarrollo
de la actividad editorial
en la Universidad de La Salle | 31

Bibliografía | 35

Presentación

No es preciso hablar del presente sin proyectar algo para el futuro; sin embargo, ninguno es posible sin un antecedente. El dramaturgo europeo Jean Claude Carriere afirma que el pasado no deja de sorprendernos más que el presente, ¡quizás más que el futuro!, y cita al cómico bávaro Karl Valentín: "antes también el futuro era mucho mejor", "ya se ha dicho todo, pero no para todos" (Carriere y Eco, 2010, p. 69).

Muchos consideran compleja la tarea de descifrar el futuro de la noche a la mañana, como también pensar si éste va a ser favorable o no, sin llegar a confundirlo con una predicción —y tienen toda la razón—. La proyección de nuestras vidas se puede planear, soñar, construir, articular y hasta edificar, siempre y cuando se haga sobre bases sólidas y firmes en terrenos apropiados, y no sobre humedales que a corto tiempo pueden hundirse o desaparecer para convertirse en un fracaso o en una frustración.

La academia, además de contar con espacios físicos, enseres, dependencias, dispositivos y enlaces tecnológicos, que surgen día a día en que la modernidad, o más bien que la modernización

nos obliga a adoptar, está dotada de un interesante conjunto de potencialidades humanas dispuestas a enseñar, comunicar y aprender —las últimas en mayor número—. Sin embargo, hay un componente que siempre ha estado presente en su historia, el cual le es innato porque está ligado al saber, al pensar, al investigar y al querer: la escritura. Pero, pensar, ¿para qué?; escribir, ¿para qué?; publicar, ¿para qué?; leer, ¿para qué? Con estos cuatro interrogantes como punto de partida, el resultado final de la escritura en la academia, es decir, las publicaciones universitarias, debe nutrirse de un valioso fundamento para subsistir en este mundo académico tan cuestionado por unos pero tan defendido, motivado y fortalecido por otros. Estos cuatro cuestionamientos son los planos del terreno apropiado que debemos adquirir para diseñar, edificar y vislumbrar un futuro favorable como parte de la identidad propia de las instituciones universitarias.

Por consiguiente, cada idea o proyecto resultado del estudio y análisis de la ciencia, la tecnología y la investigación que sea digno de publicarse por medio de un libro, una revista, una memoria, una ponencia, una tesis de grado, un artículo, un boletín, o cualquier otra forma reconocida, puede ser concebido como un hijo, como un nuevo miembro de la familia. Razones suficiente para que nos interese su futuro.

Desde esta perspectiva, el propósito de este documento es difundir algunos conceptos y reflexiones intencionalmente seleccionados de los autores reseñados en la bibliografía, que nos ayuden a pensar sobre el sentido de las publicaciones universitarias, que tanto inquieta y, en ocasiones, desconsuela. Hemos asumido sus ideas y textos con flexibilidad y libertad. Estas reflexiones abarcan aspectos desde la concepción misma del escrito hasta su divulgación y visibilidad. En el último apartado, se proponen algunos criterios o lineamientos que orienten a la Universidad de La Salle en su compromiso con las publicaciones de calidad.

I. Contexto

La producción editorial en las universidades es más antigua de lo que se podría suponer. Los investigadores ubican sus inicios entre los siglos XIII y XIV, antes del Renacimiento y de la invención de la imprenta por Gutenberg. Con la aparición de las primeras universidades, la producción intelectual dejó de ser exclusiva de las abadías y las comunidades religiosas, donde se producían los textos. En su nuevo centro de actividades, el alma máter, las publicaciones obtuvieron mayor demanda de nuevos públicos y se generó un inusitado desarrollo.

En Italia, cobraron vida los primeros avances en este campo: la publicación del texto oficial adquirió una gran importancia para las universidades, al punto que, en 1264, en los estatutos de la Universidad de Padua se declara que sin ejemplares no habría universidad o, lo que es lo mismo, sin libros no habría universidad.

La tarea investigativa de los sabios o clérigos que impartían las clases y la necesidad de consulta y de ampliación de los horizontes de los estudiantes tejieron una robusta e incontenible red que

promovió la elaboración de un mayor número de ejemplares. Los centros de la vida intelectual se desplazaron y fueron las universidades donde los sabios, los profesores y los estudiantes organizaron, junto con los artesanos especializados, un activo comercio de libros.

No pasó mucho tiempo antes de que cada universidad europea se convirtiera, según lo califica Marcel Thomas, en "una verdadera corporación del libro", en la que las funciones de cada uno de sus participantes estaban claramente definidas. Por un lado, estaban los clérigos, que oficiaban como libreros, y por otro, los copistas, cuya misión fundamental era reproducir los manuscritos. La actividad de cada uno estaba sujeta a la vigilancia de la institución educativa (UNAL, 2009, pp. 3-4).

Como tales, gozaban de ciertos privilegios, en particular la exención de la talla y del tributo, y dependían en el plano judicial de las autoridades universitarias —privilegio de *commitimus*, que se remonta a principios del siglo XIII—. A cambio de estas ventajas, los libreros, los estacionarios —término que se remonta a la antigüedad romana y que fue usado nuevamente por las universidades italianas— y los copistas estaban sujetos a un estricto control por parte de la universidad. De acuerdo con Jesús Anaya Rosique, la primera publicación de libros universitarios se dio en Cambridge y Oxford (Anaya, 2010, pp. 2-6).

Se originaron en Inglaterra, en Oxford concretamente, donde en 1478 se imprimió una *Exégesis Teológica*, atribuida a San Jerónimo. En 1521, la Universidad de Cambridge imprimió *El arte de escribir cartas*, de Erasmo, y a mediados del siglo XVI, ambas universidades obtuvieron licencia real para "imprimir y vender libros". Diseñaron una especie de consejo editorial (el rector y tres catedráticos) y una

incipiente estructura de trabajo (tres residentes de la universidad dedicados a comprar papel, imprimir y vender libros).

Al poco tiempo se formalizó la primera editorial universitaria, también en el Reino Unido. La Cambridge University Press se jacta de ser la imprenta y editorial universitaria más antigua del mundo, fundada en 1534 mediante una cédula real otorgada por Enrique VIII. Actualmente, publica al año más de dos mil títulos y 150 revistas especializadas, no solo en Cambridge, sino también en cinco ciudades más.

Hoy, en Europa, aunque existen avances y muchas editoriales universitarias presentan estadísticas importantes, se evidencia que éstas aún se encuentran lejos de las tradicionales empresas productoras de impresos. En América es Estados Unidos el país que más ha evolucionado en este campo. A mediados de la década de los cuarenta, agrupó a las universidades que contaban con iniciativas editoriales para trabajar colectivamente. Es así como nace, en 1946, la Association of American University Presses (AAUP), que cuenta ya con aproximadamente 125 instituciones asociadas en representación de diez países: Bélgica, Canadá, China, Egipto, Estados Unidos, Holanda, Irlanda, Italia, Jamaica y Japón.

Esta comunidad ha alcanzado un amplio impacto en la Unión Americana. En el 2005, los miembros de la AAUP publicaron 10.159 libros y 882 revistas. Adicionalmente, alcanzaron ventas de 267 millones de dólares.

Las editoriales universitarias siempre han tenido un mercado bastante limitado porque la misión no son los *best sellers* comerciales. Ojalá se publicase un libro en una editorial universitaria que fuese uno de este tipo para reconocer que la labor que se hace en éstas

también llega al público en general. Pero, de entrada, con el libro universitario se llega a la minoría.

En América Latina, la primera institución de educación superior que incursionó en la producción de libros fue la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en 1937, con la adquisición de la Editorial Razón. Cincuenta años más tarde se creó la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (Eulac), cuya finalidad es integrar y fortalecer las diferentes instituciones universitarias de América Latina y el Caribe, además de fomentar y promover óptimamente la producción, publicación, distribución y divulgación de sus líneas editoriales logrando así los mejores beneficios de la cooperación entre instituciones afines.

Para algunos, la producción en la región está ligada a los índices de escolaridad de cada país, y la distribución de las editoriales, a diferencia de Estados Unidos, se concentra geográficamente en las grandes capitales, como Buenos Aires o Ciudad de México. Sin embargo, en Colombia existe menor densidad en Bogotá, por la competencia que ofrecen Medellín y Cali.

En Colombia, existe desde hace veinte años la Asociación Colombiana de Editoriales Universitarias (Aseuc). Su meta principal es integrar las editoriales universitarias colombianas y fomentar la producción y distribución del libro universitario. Esta asociación promociona y realiza permanentemente proyectos de formación para personas vinculadas al sector editorial y que hacen parte de esta actividad. Es preciso señalar que la Universidad de La Salle hace parte de Aseuc desde hace casi 15 años.

II. La edición en la academia

"Ser universidad es un honor; pero es fundamentalmente un proyecto del que la sociedad espera respuestas y propuestas. La universidad lasallista tiene que fortalecer este camino y recorrerlo en paz, pero de prisa.
Es parte de nuestra responsabilidad social".

Hno. Carlos Gómez Restrepo, Fsc

Cualquier indagación acerca de las editoriales universitarias debe considerar el concepto mismo de universidad, su función cultural en la sociedad, su organización en cuanto a la docencia y la investigación, a las que deberá estar vinculada la actividad editorial y, por medio de ésta, se evidencie la calidad académica de la institución. La edición será siempre un espejo donde se reflejan algunos de los problemas culturales, económicos, sociales y científicos, y deberá convertirse en un punto de encuentro. No obstante, para ello se deben superar los obstáculos propios de las universidades, además de los derivados de las problemáticas locales y regionales de la industria y el comercio editorial.

En consonancia con esto, como sucede en otros campos de la educación, en América Latina y el Caribe los análisis del sector editorial universitario cuentan con disparidad de estudios e investigaciones, que, a la hora de construir un mapa regional, dejan algunos vacíos. Según estudios revelados en 2007 por Leandro de Sagastizábal (UNAL, 2009 pp. 2-8), y luego de una de mirada muy completa hecha a la producción de libros en los centros de educación superior en la región entre 2005 y 2006, se mostró un estudio comparativo de las editoriales universitarias en América Latina y el Caribe. Aunque el investigador advierte que la información obtenida de diversas fuentes regionales no permite la comparación regional, la presentación de las cifras ayuda para aproximarse a conclusiones sobre las tendencias y proyecciones y para dar una valiosa apreciación sobre la situación del sector de las editoriales universitarias, dando a conocer con especial énfasis las dificultades que agobian al sector del impreso. Al desagregar el universo en cada uno de los países, este análisis encontró que las instituciones públicas cuentan con una actividad productora de libros más madura en comparación con las privadas.

Entre otros análisis, el anterior estudio permite imaginar que la producción editorial en la academia es cada vez más discreta, tímida y hasta limitada, dado que en algunos casos los recursos económicos son el principal impedimento para el crecimiento y sostenimiento de los fondos editoriales, pero en otros —con altos índices— es la falta de calidad en el contenido de sus proyectos editoriales y la ausencia de compromiso en los procesos lo que impide que no sean óptimos para su publicación en tiempo y oportunidad.

Algunos directivos de instituciones como la Cámara Colombiana del Libro comentan que sienten un interés sobre la validación académica de los trabajos que se publican en las editoriales

universitarias, algo que está muy extendido en las publicaciones periódicas, pero no tanto en los libros. Sin embargo, se advierte que dentro de muchas universidades todavía no hay un criterio claro del porqué se publica. Mientras en las editoriales comerciales el punto de partida de su trabajo es la rentabilidad, en las universitarias no es claro este derrotero. Se publica por factores internos de presión de los departamentos o de intereses para escalafón, sin que haya en todas ellas claridad sobre cómo se decide lo que se publica. Se advierte que estos criterios deben estar bien definidos y que muchas editoriales universitarias se limitan a publicar internamente, pensando sólo en que los autores sean de la misma universidad y se dirige, por tanto, a una distribución gratuita y sin salida al mercado, porque no tiene proyección (UNAL, 2009, pp. 9-11).

Continuando con nuestro propósito, es preciso insistir en que la gratificación de la actividad editorial no está basada simplemente en obtener un número determinado de puntos, calificaciones o valores en la edición y publicación de un proyecto editorial, sino en ser conscientes de la importancia que tiene dejar evidencia para la sociedad actual y venidera sobre el desarrollo y resultado de las investigaciones y prácticas académicas en todos los campos del aprendizaje. Se invita entonces a propender a ese sentido de pertenencia que tanto mencionamos a diario, por sentir como propia la responsabilidad que nos identifica como portadores y transportadores del conocimiento, más aún cuando se asume como parte del compromiso con la sociedad.

Hasta este punto no se asegura que ésta sea una labor fácil, ni que se logre en corto tiempo; por el contrario, es muy compleja y accidentada, pero posible y satisfactoria. Es importante comprender que en la academia conviven muchas disciplinas y diversos temas

sobre los que es preciso y oportuno investigar. La mayoría de Universidades en el mundo disponen de una estructura editorial a manera de comités —algunas de manera externa—, que permiten que los procesos de producción editorial sean debidamente asesorados, planeados y controlados, siendo la primera herramienta para romper las barreras entre el autor, como dueño de la escritura, y el editor, como responsable de la publicación.

Frente a la relación autor-editor, el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina (Cerlalc) señala que el trabajo del autor es solitario, y a menudo la primera persona que ve un manuscrito es el editor, quien tiene en sus manos la gran responsabilidad de juzgar una obra. Si la considera publicable, debe realzar sus aciertos y puntualizar sus desaciertos: acentuar el carácter de un personaje, trasladar un capítulo a otra parte, profundizar en determinado concepto. Todo ello sin caer en personalismos, cosa que no contribuye en nada al éxito de la obra (Cerlalc, 1996, pp. 13-27).

Recordemos que en el trabajo de edición la labor de escogencia y evaluación conlleva siempre un riesgo y está salpicada por el azar y condimentada por las emociones. Pueden formar parte del azar desde los pequeños detalles que se escapan en la corrección o en la diagramación de un libro, hasta los sucesos políticos imprevisibles que pueden afectar su venta y divulgación. Las emociones, tan presentes cuando se trata de una labor creativa, traspasan a veces las relaciones que se establecen entre el editor y el autor, siempre intensas y a menudo tensas. La historia de la edición está llena de anécdotas sobre esta compleja labor y relación. El editor norteamericano Maxwell Perkins tuvo bajo su responsabilidad las primeras obras de grandes escritores como Hemingway, Scott Fitzgerald y Tom Wolfe. Su juicio no siempre fue bien recibido por ellos y existe una larga correspondencia en este aspecto. Las con-

tinuas amenazas de los autores de abandonar la editorial en caso de que sus obras no fueran publicadas tal como ellos las habían entregado pudieron haber cambiado la historia de la literatura norteamericana de las últimas décadas.

He aquí otra anécdota; si el editor se equivoca, juzga negativamente un manuscrito y lo rechaza, le puede suceder como al afamado crítico español Guillermo de Torre, quien rechazó *La Hojarasca,* de Gabriel García Márquez, como lector de la Editorial Losada (Cerlalc, 1996, pp. 13-27). Si bien este breve ejemplo nos brinda no sólo una aclaración sobre la necesidad de crear una estructura y una cultura de edición, también pretende ayudarnos a comprender que la calidad de un texto es determinante y prioritaria a la hora de asignar un visto bueno para su publicación. No obstante, todo proyecto está sujeto a ajustes y oportunidades de mejora encaminados al cumplimiento de los objetivos del autor y las políticas de una institución.

De esta manera, el papel del editor profesional es primordial en el aseguramiento de la calidad. Basta mencionar algunas tareas del editor:

- Seleccionar y publicar sin vacilación y con oportunidad lo mejor y más estimulante para el avance cultural las obras significativas que encuentre: originales, de interés y de validez científica, bien escritas.

- Producir y diseñar libros de calidad cuya lectura sea un placer, fabricados con materiales durables, a costos y precios razonables.

- Promover y distribuir su fondo editorial de la manera más original y eficaz, para propiciar momentos felices con sus lectores naturales y potenciales.

- Lograr que se lean sus títulos, comercializados a precios accesibles y en cantidades suficientes en el grado requerido para mantener una economía editorial sana y la continuidad del esfuerzo (es decir, nuevos títulos y más reimpresiones).

Adicionalmente, la función de los editores académicos está ligada a la del investigador académico, es decir, necesita información y conocimiento, conclusiones, hipótesis, enfoques, escenarios, interpretaciones originales, modelos, analogías, sumarios, especulaciones y todo el instrumental teórico no convencional de los procesos de pensamiento y sus resultados, o sea, los nuevos conocimientos. El editor universitario es todavía el centro de control de calidad de la comunicación académica. Además de todas las funciones mencionadas, debe participar en el diseño de las estrategias comerciales para la divulgación y la distribución, identificando los posibles segmentos de lectores reales y potenciales, y de mantenerlos informados de la producción académica. A pesar de ello, por momentos pareciera que la relación autor-editor en las universidades no estuviera suficientemente clarificada.

Insistimos, la actividad editorial en la universidad tiene que ser muy profesional en todo el sentido de la palabra: obtener y seleccionar textos válidos, preparar el original con el mayor rigor, diseñar y producir los libros y revistas en el nivel industrial más elevado posible, contar con estrategias comerciales apropiadas y certeras. Hay que acabar con el error frecuente de muchas universidades, cuando se piensa que editar es simplemente imprimir un libro. Esta confusión se repite demasiado y la consecuencia es que la institución no sabe qué hacer con sus publicaciones y termina almacenándolas en bodegas, causando un daño a la cultura y al buen manejo de los recursos financieros.

III. Los libros y las revistas. La necesidad frente a la exigencia

En términos globales, las publicaciones académicas están divididas en dos grandes grupos: los libros (títulos de libros o textos) y las revistas (publicaciones periódicas), y éstos a su vez se ramifican según lo determinan las líneas editoriales de cada institución. La necesidad y la exigencia aparentan ser dos características propias de las publicaciones académicas, ya que actualmente los estándares de calidad y las necesidades del público objetivo parecieran ir de la mano cada vez más. Uno de los términos más familiares para enlazar estos dos aspectos es la indexación (Aseuc, 2009, pp. 74-75).

De esta manera, surge con más frecuencia la pregunta sobre si se puede pensar en la indexación de los libros como ocurre actualmente con las revistas. Según los expertos en procesos editoriales universitarios, la indexación de las publicaciones universitarias es un tema de la calidad académica de la educación superior. Los profesores e investigadores buscan publicar sus descubrimientos y aportes al conocimiento en las publicaciones indexadas que tienen mayor jerarquía. Este esfuerzo conduce a la difusión más

eficiente del trabajo investigativo y al reconocimiento profesional y económico para los autores.

Los avances científicos se consultan en las revistas más prestigiosas que, a su vez, permiten el diálogo continuo entre los especialistas de las diferentes disciplinas. Entonces, se conforman redes de investigación que orientan a las ciencias en aproximaciones permanentes para la explicación racional de los fenómenos naturales y sociales. Por estas características, las universidades y los centros de investigación quieren estar presentes con sus revistas en las listas que se publican periódicamente sobre los *rankings* de la producción académica.

El número de artículos publicados en las revistas, según sus niveles de calidad, se ha convertido también en un sistema para calificar las instituciones universitarias y de investigación. La aceptación de la producción académica en las revistas con mayores índices es un reflejo de las variables que inciden en la calidad: los títulos de los profesores, la disponibilidad de laboratorios, la estructura de los grupos de investigación, la relación entre los trabajos de consultoría y la investigación básica, y los contactos de ésta y la docencia. De esta forma la indexación se ha convertido en un indicador útil para confrontar el desarrollo interno de las instituciones universitarias con parámetros externos del avance científico.

El criterio más importante para validar los aportes al conocimiento está en la evaluación por pares. En Colombia, la clasificación de las revistas y su inclusión en el índice bibliográfico nacional, Publindex, depende de Colciencias. La base de datos de los pares que tienen las revistas desempeña un papel crucial en la clasificación. Los títulos académicos de los evaluadores son la garantía

inicial de la calidad de sus juicios. Si los pares son externos a la institución, su aval sobre las obras puestas a su consideración adquiere características de independencia que son definitivas en los conceptos sobre los aportes al conocimiento que realizan los autores de los artículos. La conformación y acompañamiento de los comités editoriales es un apoyo importante para el contacto con instituciones internacionales.

Una de las dificultades que suelen encontrar las revistas —no los editores— que quieren estar indexadas o mejorar su calificación está en la escasez de evaluadores para los artículos y en las condiciones para su contratación. En la medida en que el esfuerzo de los editores se traduce en mejores índices, se va solucionando, casi sin esfuerzos adicionales, la disponibilidad de pares. Si ellos son el núcleo de la actividad de las revistas, no lo es menos la disciplina y la periodicidad. Esto es una exigencia también de la producción académica que no puede parar en la búsqueda de nuevos aportes y hallazgos. Las filas de espera a las que están sometidos los autores de las revistas indexadas permiten mantener la periodicidad de las publicaciones. No se puede negar que la falta de oferta de artículos cuando se está comenzando con el trabajo para ser reconocidas es uno de los mayores obstáculos para las revistas.

Por otra parte, y además de las anteriores, las decisiones de los comités editoriales consideran contextos particulares en la publicación de los libros, pues aunque se pueden perder destinatarios específicos, también están dirigidos al público en general. Por lo general la demanda no se conoce con precisión, y en muchos casos, si las ventas son reducidas, los costos de inventario son muy altos. Esto impone limitaciones a los fondos editoriales para la publicación de otras obras.

La reducción de los costos de producción se puede lograr cuando las universidades garantizan la financiación de los libros con fuentes alternas. Suele ser una medida sana el estimar desde el inicio el costo total de producción de una publicación. De esta forma, los autores y las fuentes de financiación saben que sus productos salen a la luz pública y que la sociedad se beneficia del trabajo académico. En general, las editoriales universitarias saben que los libros, de alguna manera, deben ser subsidiados y, por ello, son cuidadosas en su producción.

Evidentemente, no es una garantía de la calidad de los libros el hecho de ser el resultado de trabajos de investigación. Al igual que en la revistas, los productos finales de las investigaciones deben someterse a evaluación de pares anónimos y a la aceptación de los comités editoriales. Justamente en esta instancia, la complejidad de procesos como la evaluación de pares y la conformación de los comités editoriales con participación de miembros externos a la institución se hace evidente.

En conclusión, la indexación y cualificación de libros y revistas y la acreditación de las editoriales universitarias tienen como soporte común el fortalecimiento de la calidad en la producción académica y la educación superior.

IV. El libro, las tendencias tecnológicas y el usuario final

"El libro es como la cuchara, el martillo, la rueda, las tijeras.
Una vez se han inventado, no se puede hacer nada mejor.
El libro ha superado la prueba del tiempo [...]
Quizá evolucionen sus componentes,
quizá sus páginas dejen de ser de papel,
pero seguirá siendo lo que es".

Umberto Eco

En una conferencia dictada en 1998 en Venecia en el marco de un seminario para jóvenes, Umberto Eco afirmaba que lo perseguía desde hacía algunos años una especial atención que se le preguntara en cada entrevista sobre lo que pensaba de la muerte del libro. En ese momento afirmaba no soportar más esa pregunta. Pero empezaba ya a tener una idea de su propia muerte y entendía entonces que esa repetida indagación traducía una inquietud verdadera y profunda (Chartier, 2010, pp. 30-36).

Este preámbulo de uno de los más referenciados autores y semiólogos universales nos permite considerar seriamente y no contentarnos con comprobar que jamás, en la historia entera de la humanidad, han sido producidos y vendidos tantos libros como ahora. Las estadísticas no son suficientes para calmar las ansiedades frente a la posible desaparición del libro tal y como lo conocemos y, de golpe, la desaparición de las maneras de leer que relacionamos con ese "cubo de papel compuesto de hojas", como diría Borges.

Eco comenta que con la Internet hemos vuelto a la era alfabética. Si alguna vez se pensaba que habíamos entrado en la civilización de las imágenes, el computador nos ha vuelto a introducir en la galaxia Gutenberg y todos nos vemos de nuevo obligados a leer. Para leer es necesario un soporte, que no puede ser únicamente un dispositivo electrónico. Tratar de pasar dos horas leyendo una novela en una pantalla o monitor nos asegura que nuestros ojos se convertirán en dos pelotas de tenis. La mayoría de computadores dependen de electricidad y no permiten leer en muchos espacios que el libro físico sí.

El libro ha superado sus pruebas y no se ve cómo podríamos hacer nada mejor para desempeñar esa misma función. Quizá evolucionen sus componentes, quizá sus páginas dejen de ser de papel. Pero seguirá siendo lo que es. Algunos genios de la tecnología ya hablan de los libros en "papel electrónico".

Los testimonios y comentarios universales en torno al uso de los diversos formatos de las publicaciones editoriales acorde a los avances tecnológicos cada vez son mayores. No pretendemos ser jueces en este encuentro pero sí dar la importancia que cada uno suscita. He aquí una breve muestra de ello.

- Los veteranos de la comunicación impresa del mundo están encontrando serias dificultades para adaptarse al ya establecido monopolio de la comunicación digital. Los datos muestran la evolución paralela de ambas industrias. Entre enero de 2005 y enero de 2010, en Estados Unidos se perdieron 109.500 puestos de trabajo en los diarios, y en revistas se eliminaron 19.400, según un análisis de Ad Age Data Center de las estadísticas de puestos de trabajo del Bureau of Labor. Durante ese mismo periodo, el empleo en las empresas de medios online, portales y motores de búsqueda, aumentó en 18.300 plazas.

- Robert Darnton, bibliófilo experto, amante de los libros antiguos y director de la Biblioteca de Harvard, confesó recientemente que ya no lee tantos libros de papel como antes porque ahora debe contestar toneladas de correos electrónicos. En una cultura cada vez más inclinada por lo digital eso no es extraño. Sin embargo, para una lectura de placer prefiere la página impresa (Muñoz, 2010, pp. 53-61).

- Jesús Anaya Rosique, editor, traductor e investigador mexicano comenta: "No solo los dispositivos digitales y electrónicos hacen parte de la evolución tecnológica. En los últimos años se han probado varios métodos de reproducción técnica como la impresión por demanda (POD) y la combinación de ediciones impresas y digitales *on line*" (Anaya, 2010).

Ahora veamos algunos hechos un poco más precisos (Ventura, 2010, pp. 46-47):

- 1993: La firma Xerox introduce en el mercado las impresoras digitales industriales.

- 1995: Amazon comienza a vender libros por internet.

- 1998: aparecen las primeras páginas de libros electrónicos: www.ereader.com

- 2000: Stephen King publica su novela *Riding the Bullet* exclusivamente en formato digital.

- 2004: se inicia el proyecto Google Print (actualmente Google Books).

- 2005: la editorial McGraw-Hill lleva adelante la primera demanda contra Google por violación de derechos de autor.

- 2006: Sony presenta su primer dispositivo de lectura digital, el Sony Reader.

- 2007: Amazon comienza a vender el Kindle en Estados Unidos.

- 2009: la corte francesa prohíbe la divulgación gratuita y electrónica de libros publicados en Francia. Google anuncia que luego de 5 años ha digitalizado 10 millones de libros para Google Books. Luego de 38 años, el Proyecto Gutenberg logra digitalizar 30.000 libros.

- 2010: la firma Apple anuncia el lanzamiento del iPad. Google anuncia también el desarrollo de una tienda de libros electrónicos que podrán descargarse en cualquier dispositivo digital.

Éstos son algunos de los argumentos y sucesos que se han revelado en la última década frente a la temeraria revolución tecnológica

o como lo identificáramos recientemente en nuestra alma máter "el tsunami digital". Pero entre otros, los cambios tecnológicos de la industria editorial estimulan también el surgimiento de nuevas actividades editoriales enfocadas en la reducción de costos, una mayor preocupación por los derechos de autor y mejores alcances de la distribución y circulación a tiempo entre otros. Este escenario hace pensar que el futuro de algunas editoriales pequeñas (incluidas las universitarias) es prometedor.

En esta instancia podemos afirmar sin temor que el futuro de los libros y de las publicaciones no dependerá de los avances y desarrollos tecnológicos o los nuevos soportes electrónicos y mucho menos de la escasez de bosques. Tal vez dependerá de que haya muy buenas historias y hallazgos que contar para unos excelentes y ansiosos lectores. Si se trata de preservar en la memoria el desarrollo de la humanidad, las publicaciones académicas son sin duda potenciales protagonistas de esta posible "historia sin fin".

V. Los canales de divulgación y el mercadeo

Recordemos que el proceso editorial no culmina con la publicación de la obra —sea físico o digital—. La creación y búsqueda de convenios es una de las mejores alternativas para el fortalecimiento de la divulgación, la visibilidad y el reconocimiento de la producción editorial de las universidades. Es una excelente oportunidad de fortalecer los lazos de cooperación entre las instituciones, los autores, los editores, los libreros y la comunidad universitaria en general.

En particular, y como ya se dijo, para la selección y aceptación de los contenidos de los diferentes artículos en libros y revistas se deben realizar gestiones para establecer convenios de actividades colaborativas, tanto nacionales como internacionales, así como generar estrategias que contribuyan a la creación de redes de editores, de investigadores, de árbitros, de autores, entre otras, y establecer relaciones no sólo para lograr mayor visibilidad del conocimiento sino para dinamizar su producción y fomentar la cultura de la citación y la cocitación, entre otras.

Esta práctica no sólo propicia un buen ambiente sino que permite, mediante los índices y las bases de datos oportunos y pertinentes, realizar análisis bibliométricos a partir de indicadores como los porcentajes de documentos científicos, los documentos producidos anualmente, la evolución de la producción por institución, por autor, el número de referencias, las citas, entre otros.

El éxito de la visibilidad y el posicionamiento nacional e internacional de las publicaciones científicas seriadas radica en postular productos (revistas) que sean evaluados, aceptados e indexados en los más reconocidos sistemas de este tipo, asegurando así la divulgación, la socialización y la internacionalización de los contenidos allí publicados. Esta tarea tiene, entre otras, las siguientes ventajas (Aseuc, 2010, pp. 74-75):

- La publicación electrónica en texto completo y el libre acceso permiten dar mayor visibilidad a la institución editora.
- La internacionalización del conocimiento resultado de los más destacados estudios de investigadores y grupos de investigación de la institución editora, así como la citación de articulistas invitados.
- Se dispone de un espacio permanente para el intercambio del conocimiento nacional e internacional.
- Las revistas facilitan la consulta y se convierten en una fuente de referencia para la comunidad académica en general.

Ahora bien, la divulgación y visibilidad no se puede confundir con la distribución y el mercadeo, pues aunque ambas instancias involucran el proceso de reconocimiento "externo" de la actividad editorial, es aquí donde se evidencian los mayores fracasos.

Es también un mal que afecta toda la industria del libro: mientras que en la práctica las obras importantes logran su publicación, es en el ruedo de la distribución donde se repiten los vacíos y cuellos de botella que ocasionan desde la falta elevada de información bibliográfica completa y actualizada, pasando por lo elemental de qué y cuándo se publica y dónde y cómo se consiguen los libros. La realidad del mercado del libro académico sigue siendo un enigma. Pareciera sencillo identificar el público al que se destina la obra académica. Para muchas editoriales universitarias, la particularidad o "reconocimiento" de sus productos, según sus diferentes categorías de textos y disciplinas, las apartan del comercio común y las llevan a idear mecanismos de promoción y distribución más acordes con su naturaleza.

En esta instancia es válido recordar un fenómeno presente hace tiempo en el terreno editorial, la "hiperfragmentación de audiencias": en la realidad no existe un mercado único, sino una mirada de segmentos, fracciones de lectores con características, ubicación e intereses muy diferentes, a los que hay que suministrar textos específicos por medio de canales apropiados. La necesidad de difusión de la producción académica es real y la demanda por título es bastante reducida, tanto en forma física como electrónica (Aseuc, 2010, p. 90).

Unido a esta realidad está el fenómeno de la caducidad del libro, que se refiere al ciclo de vida breve experimentado por muchos títulos que logran ser vendidos para uso inmediato y que al cabo de algunos meses desaparecen de la circulación normal. Aunque no se agotan, ya no se conservan para siempre en los catálogos editoriales, pero sí en estrechas y oscuras bodegas. En este punto, retomamos la mención al mal uso de los recursos financieros que puede dejar a mitad de camino nuevos proyectos o la reedición o reimpresión de títulos que logran sobrepasar dichas barreras.

La ausencia de estrategias exitosas comerciales para las publicaciones académicas en general ha obligado a las editoriales universitarias a asociarse y crear programas de cooperación como el automercadeo, los descuentos comerciales, la publicidad y la participación conjunta en eventos y la misma coedición. Se habla de "ausencia", pues muchas de las manos extendidas para superar esta coyuntura no suelen compartir los mismos intereses y preocupaciones, porque en la mayoría de las propuestas comerciales, buena parte de los dividendos insinúan terminar en poder de los llamados "aliados estratégicos".

Es aquí precisamente donde lograremos o no asegurar un futuro financiero para nuestra actividad editorial universitaria. Se puede ser mejor editor, en todos los aspectos profesionales implicados y descritos en estas líneas, pero el hecho es que el libro académico tendrá en la mayoría de los casos públicos reducidos y costos elevados de producción y distribución; por tanto, el apoyo financiero institucional será el mayor oxígeno para dicha actividad.

VI. Lineamientos para el desarrollo de la actividad editorial en la Universidad de La Salle

Partiendo de las perspectivas y horizontes institucionales y en particular del PEUL, el PID, y los retos de la Reacreditación de Alta Calidad, es claro el interés de la Universidad en todos sus niveles por aportar soluciones a las necesidades de transformación social y productiva del país y a la democratización del conocimiento. Ello no puede ni debe ser ajeno a la actividad editorial universitaria. Tal actividad debe hacer visible los logros académicos y científicos que hacen posible proponer alternativas de cooperación a la construcción de sociedad y nación. Desde esta mirada, es fundamental trabajar por la consolidación del sello editorial Ediciones Unisalle, que como impronta de nuestra productividad académica hace visible el trabajo de nuestros docentes y su actividad académica, administrativa e investigativa.

Trabajar en esta consolidación, implica definir algunos lineamientos y estrategias para el futuro de las publicaciones en la Universidad de La Salle que nacen y se derivan de los expertos y de los aportes de los actuales responsables de la actividad editorial universitaria (autores, editores, correctores, diagramadores,

diseñadores, coordinadores y directivos), y que además han sido debatidos y socializados en instancias como el Consejo Editorial Institucional durante el 2010 y que esperamos se conviertan en nuestra hoja de ruta, pues recordemos que a toda universidad le corresponde contribuir al avance, a la preservación y a la diseminación del conocimiento en la sociedad.

Estos lineamientos son:

- Velar por la constante y productiva relación del circuito académico: docente-investigador-bibliotecario-editor.

- Definir las funciones y roles del editor académico.

- Evaluar, seleccionar y orientar con calidad y objetividad las propuestas editoriales, pues es imposible publicar todo. Es posible publicar poco pero muy bueno.

- Propiciar la motivación, formación, capacitación y actualización de los recursos humanos propios de la actividad editorial universitaria.

- Priorizar la publicación de proyectos que respondan a las problemáticas y necesidades del país y la región, aun cuando algunas no sean de alto impacto en los escalafones mundiales.

- Producir y diseñar libros de calidad, cuya lectura sea un placer, fabricados con materiales ecológicos y durables, a costos y precios razonables.

- Fomentar la calidad de los productos editoriales para que nos lean y nos citen.

- Promover y distribuir el fondo editorial de la manera más imaginativa y eficaz buscando un equilibrio y conveniencia óptima entre los soportes impresos y electrónicos.

- Priorizar la publicación electrónica de las revistas científicas, de manera que el formato impreso responda al mínimo requerido para canjes, distribución especializada, etc.

- Categorizar de la manera más acertada y necesaria las revistas científicas de la Universidad. Pueden ser pocas, pero de calidad, multidisciplinares e indexadas.

- Definir una agenda temática clave con nichos que nos permitan un posicionamiento en las agendas globales.

- Propender a la búsqueda de nuevas formas de financiación. Lograr utilidades para reinversión: reimpresiones, nuevas ediciones y coediciones.

- Tener en cuenta como pautas de calidad los estándares internacionales.

- Mantener una dirección editorial con liderazgo y capacidad ejecutiva, acompañada de un equipo profesional.

- Establecer que la editorial universitaria no necesariamente debe incluir librería ni imprenta propia.

- Impulsar la cooperación amplia entre editoriales universitarias, en los ámbitos local y regional.

- Seleccionar y proyectar muy bien la participación en eventos de tipo nacional e internacional.

- Seleccionar y estructurar correctamente las alianzas estratégicas externas.

He aquí una propuesta objetiva y real, pues el futuro de la editorial universitaria y del libro académico no depende ni de las tecnologías ni del mercadeo; depende, como ya lo dijimos, de la existencia de buenos productos y buenos autores para excelentes lectores.

Bibliografía

Anaya Rosique, Jesús (2010). *Editar en la universidad; paradojas y retos.* Primera edición, abril 2010, editorial Universidad de Antioquia, Medellín.

Arango, Pablo (2009). La farsa de las publicaciones universitarias. *En: Revista el Malpensante*, nro. 97, mayo, pp. 21-24.

Aristizábal, Alberto (2003). Cómo leer mejor. Sexta edición, Ecoe ediciones, Bogotá, pp. 125-143.

Aseuc (2009). *La universidad, base del desarrollo de un país.* En: Unilibros de Colombia nro. 16, agosto, pp. 2-3, 12, 74.

Boeglin, Martha (2008). *Leer y redactar en la universidad. Del caos de las ideas al texto estructurado.* Primera edición, editorial MAD, S.L., Sevilla-España.

Carriere, Jean-Claude y Eco, Umberto (2010). *Nadie acabará con los libros.* Primera edición mayo, Lumen, ensayo, Barcelona.

Cerlalc (2010). Percepción sobre el clima empresarial editorial y tendencias a corto plazo. En Boletín nro. 8, pp. 1-14.

Cerlalc (1996). Manual de Edición, guía para autores, editores, correctores de estilo y diagramadores. Bogotá, pp. 13-27.

Chartier, Roger (2009). *El libro y sus poderes (siglos XV-XVIII).* Primera edición, julio 2009, editorial Universidad de Antioquia, Medellín.

Duque Gómez, Ernesto (2008). *Marketing, una evidencia cultural.* Segunda edición, Ecoe Ediciones, Bogotá, pp. 159-278.

Morales, Nicolás (2009). El Manizales Truman Show. *En: Revista el Malpensante*, nro. 102, octubre, pp. 44-45.

Muñoz, Boris (2010). El libro: fabulosa máquina. En: *Revista el Malpensante*, nro. 111, agosto, pp. 53-61.

Solano, Víctor (2010). Las *mismas tecnologías, diferentes usos.* En: revista Guía Estudiantil, nro. 4, abril, pp. 19-21.

Universidad de La Salle (2010). *Periscopio Universitario: reflexiones sobre educación, investigación y docencia*, 1ª edición, ediciones Unisalle, Bogotá.

Universidad Nacional de Colombia (2009). Editoriales Universitarias, el rostro del saber académico en la sociedad moderna. En: *Claves para el debate público*, nro. 28, agosto, pp. 2-23.

Universidad Pedagógica Nacional (2008). *Comunicación, lenguaje y tecnología para la inclusión educativa.* Primera edición, Bogotá, pp. 97-116.

Vásquez R., Fernando (2008). *Escritores en su tinta. Consejos y técnicas de los expertos.* Editorial Kimpres Ltda., Bogotá, pp. 15-32.

Vásquez R., Fernando (2003). *Rostros y máscaras de la comunicación.* Editorial Kimpres Ltda., Bogotá.

Ventura, Marcel (2010). *El papel en su encrucijada. De Gutenberg al iPad.* En: El Librero nro. 1, agosto, pp. 46-47.

Colección Hitos

1. **Hitos para el inicio de una nueva etapa**
   Vicerrectoría Académica

2. **Líneas de trabajo 2009**
   Vicerrectoría Académica

3. **Proyectos educativos de las Unidades Académicas**
   Pautas de trabajo
   Vicerrectoría Académica, Coordinación de Pedagogía y Didáctica

4. **Reinventar la vida académica**
   Vicerrectoría Académica, Comité VRAC

5. **Ciencia y pensamiento cristiano en la educación posgradual**
   Vicerrectoría Académica, Departamento de Formación Lasallista

6. **Crónica de un camino**
   Vicerrectoría Académica, Coordinación de Currículo

7. **Plan estrategico VRAC / Portafolio de proyectos 2010**
   Vicerrectoría Académica, Comité VRAC

8. **La biblioteca universitaria del futuro:**
   reflexiones sobre un escenario previsible
   Vicerrectoría Académica, Oficina de Bibliotecas

9. **Ediciones Unisalle. El futuro de las publicaciones universitarias**
   Vicerrectoría Académica, Oficina de Publicaciones

10. **La admisión y el registro, servicios de apoyo a la calidad académica lasallista**
    Vicerrectoría Académica, Oficina de Admisiones y Registro

11. **Redimensión curricular permanente para una educación transformadora**
    Vicerrectoría Académica, Coordinación de Currículo