

## **“La actividad editorial como responsabilidad del área de comunicación institucional”**

Palabras clave: editorial, universidad, publicaciones, comunicación institucional, desarrollo.

Autor: **TRESPIDI**, Miguel Ángel, con aportes de Daniel O. **FERNIOT**  
Presidente de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales  
Director de Editorial UNRC  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación  
Profesor Asociado de la Facultad de Ciencias Humanas  
Magister en Planeamiento y Gestión de Procesos Comunicacionales (PLANGESCO)  
Ruta Nacional 36 Km 601 – (X5804 BYA) RIO CUARTO – República Argentina  
Teléfono: 00 (54) 358 467 6332 - Fax: 00 (54) 358 468 0280 –  
Correo electrónico: [editorial@rec.unrc.edu.ar](mailto:editorial@rec.unrc.edu.ar),

### **Resumen:**

La actividad editorial, como servicio dependiente de la Coordinación de Comunicación Institucional, se ha desarrollado paralelamente a las necesidades de publicación de docentes de la Universidad Nacional de Río Cuarto y de autores externos a la comunidad universitaria. Esta actividad resulta fundamental para darle cuerpo a la producción intelectual, establecer una orientación hacia niveles cada vez más altos de profesionalización y calidad, operar nuevas formas de ejercicio de un liderazgo estratégico, el cual es también un desafío para las universidades públicas y un imperativo para la colaboración entre ellas.

La pertinencia de la actividad editorial en la CCI se abona desde múltiples fundamentos: constituye una forma de concebir y trabajar la comunicación institucional, ya que cuando una institución pone en juego su rol comunicacional, no solo amplía su horizonte de acción, sino que ubica en primer plano su compromiso social, el cual se manifiesta, entre otros aspectos, poniendo en disponibilidad materiales útiles para la vida académica, científica, el desarrollo y para la vida cotidiana, que contribuyen a reconocer vías de solución a problemas sociales. Cuando es así, nos encontramos ante una tarea institucional responsable que permite reconocer una fuerte voluntad de comunicación con la sociedad y con la comunidad.

### **La actividad editorial**

*“Hay quienes no pueden imaginar un mundo sin pájaros,  
hay quienes no pueden imaginar un mundo sin agua.  
En lo que a mi se refiere  
soy incapaz de imaginar un mundo sin libros”.*  
Jorge Luis Borges

Las universidades argentinas se debaten ante una creciente demanda social para hacer frente a desafíos cada vez más complejos, sin embargo, esta coyuntura crítica se convierte también en una posibilidad de generar alternativas creativas y eficaces para enfrentar algunos problemas y demandas institucionales. La posibilidad de potenciar áreas de desarrollo incipiente es una manera concreta de abrir nuevos caminos para enfrentar el futuro.

En la República Argentina las universidades nacionales son, por excelencia, el lugar de creación de conocimientos y tecnologías, ya que en ellas está la mayor proporción de investigadores del país y es donde se generan la mayoría de las investigaciones (95%), por lo que la producción intelectual que de ellas emana necesita de canales de transmisión y difusión que hagan posible que la sociedad en su conjunto pueda recibir estos aportes.

La actividad editorial en la universidad se puede calificar como fundamental en cuanto le da cuerpo físico (materializa) y formaliza, y por tanto pone en disponibilidad social, la producción intelectual y experimental de académicos, científicos y extensionistas universitarios.

Por otra parte comporta la demostración palpable del cumplimiento de las funciones asignadas a la universidad pública, además de constituirse en un formidable instrumento referencial de la calidad de esa producción, y una demanda y orientación hacia niveles cada vez más altos de profesionalización, calidad y pertinencia del quehacer universitario.

Como consecuencia de lo antes expresado la producción editorial de las universidades nacionales ha tenido un importante desarrollo en los últimos años, lo que ha implicado que estas instituciones realicen considerables esfuerzos para lograr mayores niveles de profesionalización en sus producciones editoriales.

La edición forma parte del sector económico que más crece actualmente a nivel mundial: el de la información y la comunicación y está asentado sobre la base de la «propiedad intelectual». Esto es, la creación intelectual, que es un bien valioso en la actualidad, tanto desde un punto de vista económico como humano y son las Universidades el centro motor de su creación, desarrollo y aplicación.

Las formas organizativas que presentan las editoriales universitarias argentinas son diversas. Veamos:

En cuanto a su dependencia algunas dependen del rector, otras pertenecen a la secretaría de investigación o a la secretaría de extensión, otras a una facultad, algunas dependen de una fundación o ellas mismas son una fundación.

En relación con el número de editoriales que existen en una universidad, en la mayoría de los casos existe una sola editorial, otras tienen varias editoriales: la central y la de algunas o todas sus facultades.

Con respecto al tipo de organización, muy pocas editoriales tienen cierto grado de autonomía administrativa y financiera. Otras están integradas en otra dependencia u organización mayor.

### **El servicio editorial de la UNRC**

La actividad editorial en la Universidad Nacional de Río Cuarto, es un servicio dependiente de la CCI- área integrada a la Secretaría General del Rectorado-, el cual se ha desarrollado paralelamente a las necesidades de publicaciones institucionales, propuestas de docentes, investigadores y graduados de la UNRC y también de autores externos a la comunidad universitaria.

La UNRC, desde su creación, se ha destacado por el alto nivel de inserción en el sistema social regional, por responder a las expectativas de sus alumnos y colaborar con el desarrollo cultural, educativo, productivo y económico de la vasta región geográfica de la cual forma parte y en la cual despliega su accionar.

Existe también la necesidad de encontrar nuevas formas de ejercicio de un liderazgo institucional estratégico, el cual es también un desafío para las universidades públicas y un imperativo para la colaboración entre ellas.

La pregunta inicial es ¿porqué la actividad editorial en la Coordinación de Comunicación Institucional?

La pertinencia del servicio editorial en la CCI se abona desde múltiples fundamentos.

Una primera razón es porque constituye una forma de concebir y trabajar la comunicación institucional. Cuando una institución pone en juego su rol comunicacional, no solo amplía su horizonte de acción, sino que pone en primer plano su compromiso social, el cual se manifiesta, entre otros aspectos, poniendo en disponibilidad materiales útiles para la vida académica, científica y para la vida cotidiana, pues contribuyen a reconocer vías de solución a problemas sociales, misión que establece el Estatuto Universitario. Cuando es así, nos encontramos ante una tarea institucional responsable que permite reconocer una fuerte voluntad de comunicación con la sociedad y con la comunidad.

Una segunda razón es que ese espacio hasta 1992 se encontraba desierto y no formaba parte de una actividad organizada, era errático y no había acumulado experiencia en un determinado sector, por lo que basados en experiencias previas decidimos ocuparlo y desarrollarlo.

Una tercera razón fue tratar de superar «la aplicación de un paradigma comunicacional mediático, polarizado en los medios masivos, eficaz en ciertos aspectos, pero que abría la necesidad de un nuevo estadio de comunicación institucional superador del actual». En ese sentido se pensó que debían desarrollarse y profundizarse prácticas comunicacionales nuevas e incipientes «que faciliten la transformación/construcción de una institución más democrática, participativa, flexible, comprometida.

Una cuarta razón es la posibilidad de obtener el máximo aprovechamiento de la formación de los recursos humanos que integran la CCI, comunicadores sociales especializados en tareas propias de una editorial (diseño gráfico, programas digitales de edición) cuanto al equipamiento tecnológico requerido para este trabajo, y dominio técnico de alta complementación con imprenta.

Finalmente, la Editorial se piensa como un servicio esencial en la vida universitaria, a través de la cual la CCI cumple también con su misión: consecución de los fines y objetivos institucionales; favorecer la integración socialmente provechosa a nivel interno y con el medio; apoyar comunicacionalmente las actividades universitarias, comunicar socialmente la educación, la ciencia y la cultura.

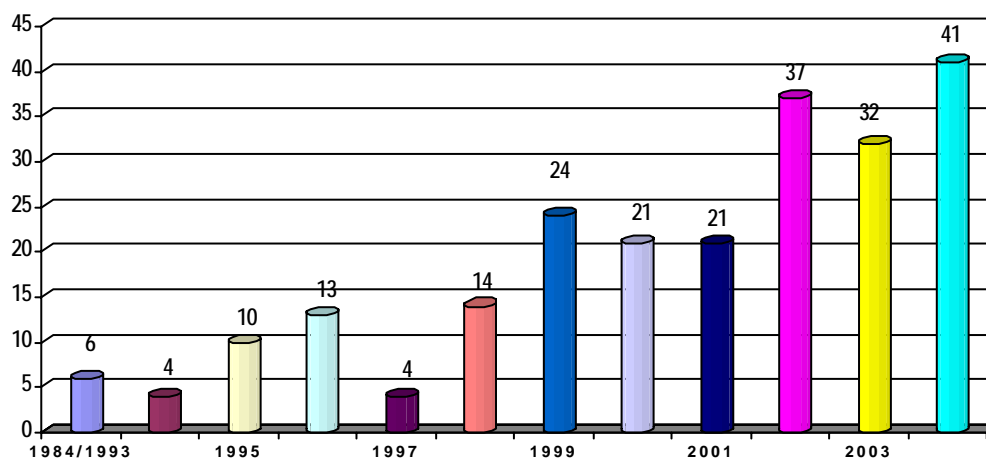
Dice Jorge A. Sierra que la editorial universitaria es entendida por la “actividad de orientar, buscar, obtener, evaluar y seleccionar, para su publicación y posterior difusión, obras académicas válidas, de calidad y rigor científicos, previo análisis de las necesidades del ámbito académico y cultural universitario y de la sociedad a la cual está adscrita, para que respondan a las verdaderas inquietudes de éstas”.<sup>54</sup>

Por su parte el libro es un elemento insustituible en la transmisión del conocimiento. En este sentido, las publicaciones de la UNRC se han convertido en un canal de comunicación fundamental para la expresión intelectual de gran parte de su cuerpo de docentes e investigadores, quienes encuentran en la editorial universitaria un soporte primordial para la difusión de sus trabajos, ya que ellas son la conexión más directa con la obra de estos grupos de trabajo.

Así, la Editorial Universitaria se torna un área estratégica y una herramienta prioritaria.

Algunos datos ayudarán a visualizar, dimensionar y posicionar la tarea desplegada. Tal como expresan los gráficos que siguen, a partir del año 1994 comienza a gestarse una sostenida actividad editorial.

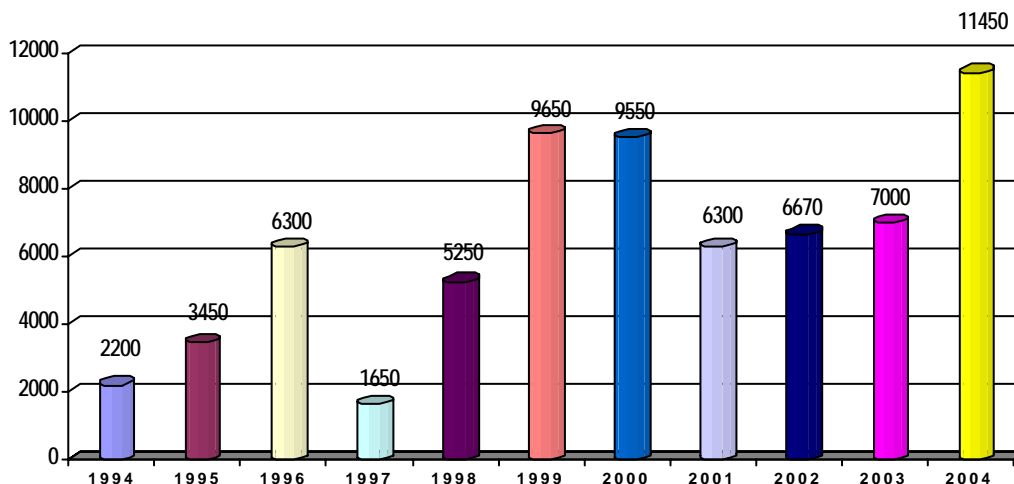
Gráfico N° 1: Evolución del número de títulos editados por la UNRC. Período 1984-2003



Fuente: Estadísticas del Área de Publicaciones de la CCI – UNRC.

La evolución del número de publicaciones muestra en primer lugar que en el período 1984/1993 solo se habían publicado oficialmente 6 títulos, mientras que en el período 1994/2004 se publicaron 221 títulos. El período en que inicia la actividad el área de publicaciones de la CCI muestra algunos altibajos. Así en 1997 decae el número de ediciones por haber sido creada la Editorial de la Fundación de la UNRC, organismo que al no alcanzar su objetivo reactivó rápidamente la tarea del área. En los años 2000 y 2001 se evidencia el período de precrisis y crisis económica del país. Sin embargo la reactivación no se demoró llevando la producción a niveles inéditos en el 2004 con 41 títulos publicados.

Gráfico N° 2: Evolución del número de ejemplares de libros editados por año por el Área Publicaciones de la CCI - UNRC. Período 1994/2003



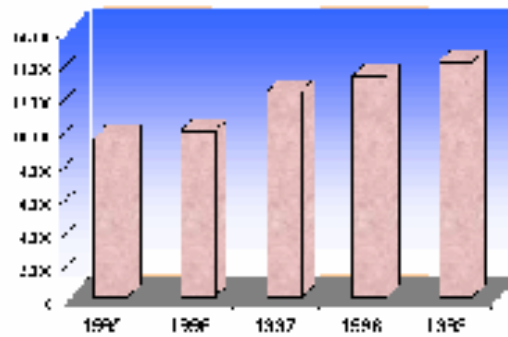
Fuente: Elaboración a partir de Estadísticas de la Editorial UNRC de la CCI - UNRC

El cuadro precedente es reflejo profundo del cuadro anterior, destacándose que la caída del número de títulos a partir de 2001 preanunciaba la crisis económica nacional que se venía gestando en los últimos años de la década del '90, que no fue tan significativa para la actividad editorial universitaria, aunque sí afectó el número de ejemplares con que se editó cada título, situación que fue recuperándose paulatinamente. El volumen de cada edición muestra una tendencia de descenso. Al inicio era común hablar de 1000 ejemplares, luego el máximo se estableció en 500, actualmente es común no exceder los 300.

En el país, según datos de la Cámara Argentina del Libro, la cantidad de títulos registrados año tras año va incrementándose muy lentamente. Por su parte la actividad editorial de la UNRC ha transitado por un camino particular a través del cual en un período de 10 años se ha quintuplicado la producción editorial.

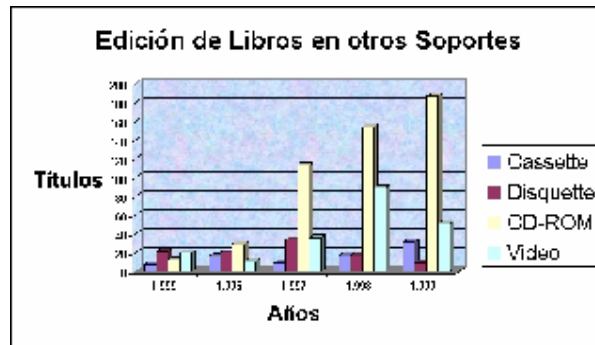
Gráfico N° 3: Evolución del registro de títulos en el ISBN. Período 1995/1999

### Registro de libros en el ISBN



Fuente: Cámara Argentina del Libro. [www.editores.com](http://www.editores.com)

Asimismo, han crecido las ediciones en otros soportes alternativos al papel, tales como CD-ROM, Web y video, mientras emerge el audio-libro.



Fuente: Cámara Argentina del Libro. [www.editores.com](http://www.editores.com)

Cuadro N° 9: Número de materiales publicados en distintos tipos de soportes por la Editorial UNRC dependiente de la CCI en el período 1994/2004

Soporte	Cantidad
Papel	201
Videos	2
CDRom	11
Web	10
Total	224

Fuente: Elaboración propia a partir de Estadísticas de la Editorial UNRC de la CCI - UNRC

La CCI está desarrollando una página propia en el sitio Web de la UNRC, en la que centralizará toda la información y productos que elabora, incluyendo en la misma un apartado de la Editorial apto para la edición de libros por Internet, de los cuales cuatro títulos ya se encuentran registrados para publicar en ese soporte y listos para ser colgados, lo cual la colocará en primer plano entre las editoriales universitarias argentinas.

La CCI implementó en 2002 la asistencia técnica en el diseño digital del material.

La integración de las editoriales universitarias es necesaria e importante, ya que es en esta perspectiva que un libro universitario tendrá mayores posibilidades de darse a conocer a un público más amplio. Por ese motivo la UNRC integra la Red de Editoriales Universitarias (REU) desde el año 2002<sup>1</sup> habiendo sido designado el Coordinador de la CCI como representante titular por Resolución Rectoral N° 229/2003. Asimismo inició acciones de complementariedad e integración con otras Universidades a través del sistema de co-edición, existiendo a la fecha tres proyectos en ejecución. De igual manera trabaja en establecer relaciones comerciales bilaterales con otras editoriales universitarias.

Se orienta a editar principalmente trabajos producidos en la misma universidad,

Las ediciones se dirigen a un determinado mercado consumidor: la comunidad académica, respondiendo a las necesidades de las cátedras y de los estudiantes..

Según datos del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc), la UNRC se ubicó en el período 2001/2003 en el quinto lugar entre las Universidades Nacionales de Argentina en producción editorial con 91 títulos registrados en el ISBN<sup>2</sup>.

Para lograr una actividad editorial eficaz y eficiente es necesario que concilie el quehacer universitario de creación intelectual, con la labor de un área eficiente que pueda aprovechar las nuevas tecnologías, y disponga de ciertas características organizativas que aseguren su viabilidad y desarrollo:

- Autonomía
- Alto nivel de evaluación de las publicaciones
- Pluralismo
- Apertura externa
- Alianzas estratégicas
- Complementación
- Trabajo en red con conexiones laterales, horizontales, multidireccionales y superpuestas
- Integración y articulación interna y externa
- Interdisciplinariedad

### **Algunas perspectivas a partir de la experiencia**

El sostenimiento de la actividad editorial está estrechamente ligado a la efectividad de comercialización de los libros editados. de manera que la producción editorial efectivamente se difunda, se venda y cumpla un ciclo esencial de crecimiento. Las experiencias más exitosas en el sentido anterior lo constituyen los materiales de cátedra. El apoyo y compromiso del autor-docente resulta clave para la comercialización de las ediciones.

El fortalecimiento de una visión que permita trascender la comunidad educativa más cercana, es uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta, ya que si bien

---

<sup>1</sup> La integración se produjo en la XIII Jornadas de la REUN realizadas en la UNLu los días 5 y 6/12/2003.

<sup>2</sup> CERLALC. Luis Fernando Sarmiento. Conferencia “Las editoriales en América Latina y el Caribe”. En Seminario Internacional “Las Editoriales Universitarias hacia el Siglo XXI – América Latina y el Caribe”, organizada por IESALC, EUDEBA y REUN. 14 y 15/4/04. Buenos Aires.

la actividad académica cotidiana de los centros de estudios pueden ser un nicho preciso y seguro, las publicaciones de la Universidad alcanzarán mayor madurez cuando sean capaces de difundirse en un ámbito más amplio.

Es importante pensar a la actividad Editorial como una fuente de ingresos genuinos para la Universidad.

Es necesario fortalecer las diferentes áreas involucradas en el proceso editorial con nuevas tecnologías, actividades, responsabilidades y desafíos.

La crisis planteó oportunidades para este sector: sponzorización externa, nacional e internacional, privada o pública, previsión en los proyectos de investigación de fondos para publicaciones, participación activa en el financiamiento de las Facultades y de los investigadores, flexibilidad para adecuarse a las circunstancias y a la demanda, incorporación de soportes alternativos: CD ROM, WEB, Diskettes, etc.

### **¿Porqué publicar?**

Porque confiere alta referencialidad a la actividad académica universitaria.

Porque permite la comunicación social de la actividad científica.

Porque permite referenciar y potenciar la extensión de las actividades sustantivas de la Universidad.

Porque demuestra nuestra capacidad de pensar.

Porque manifiesta nuestra capacidad de dar respuesta a las demandas sociales.

Porque debemos acumular experiencia.

Porque debemos crear memoria.

Lic. MIGUEL ANGEL TRESPIDI

Febrero de 2005