



Red Altexto de Editoriales Universitarias y Académicas de México
51 integrantes

Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (ASEUC)
66 integrantes

Sistema de Editoriales Universitarias de Centro América (Seduca) y República Dominicana
15 integrantes

Asociación Brasileña de Editoriales Universitarias (ABEU)
124 integrantes

Asociación de Editoriales Universitarias de Ecuador (Reupde)
17 integrantes

Red de Editoriales de Universidades Nacionales de Argentina (REUN)
39 integrantes

Asociación de Editoriales Universitarias de Perú (EUPerú)
14 integrantes

Red de Editoriales de Universidades Privadas de Argentina (REUP)
29 integrantes

De libros,

conocimiento

y otras

adicciones

La edición universitaria en América Latina

Participantes

136

profesionales dedicados
a la edición universitaria

111

instituciones de América
Latina y el Caribe

14

países:

Argentina

Brasil

Chile

Colombia

Costa Rica

Cuba

Ecuador

Honduras

El Salvador

México

Nicaragua

Panamá

Perú

República Dominicana

Experiencia

27% cuenta con más de 16 años en este ámbito.

51% tiene entre 6 y 15 años.

32% tiene menos de 5 años.

Editamos

porque

tenemos algo

para decir.

Darío Stukalsky

Si un editor

universitario interviene

en la constitución del

catálogo, se puede

decir que es un

generador y catalizador

de proyectos.

Florencia García

**O editor universitário precisa
estar integrado e respirar
universidade.**

**Nessa integração com a
academia —nos cafés,
nas programações dos cursos,
nas parcerias com
professores— nascem os
projetos. A universidade
é uma usina de ideias.**

Astomiro Romais

**El principal reto
es hacer conscientes
a las autoridades
universitarias de la
importancia de contar
con una editorial
profesional.**

Sayri Karp

**No recuerdo qué editor dijo
que para editar bien hay
que estar siempre en peligro.**

**Bueno, pienso que
la burocratización
de la edición universitaria
es su peor enemigo.**

Luis Quevedo

Presupuesto

27%

de las editoriales que
contestaron están subsidiadas
en su totalidad.

55%

trabaja con un
presupuesto mixto.

15%

genera más de la mitad
de su presupuesto.

3%

genera la totalidad
de su presupuesto.

**A veces se piensa
que con publicar el libro
la universidad cumple
con su función, pero no
tiene sentido publicar
si el libro no circula.**

René Muiños Gual

**Uma editora universitária deve
mirar tanto o leitor acadêmico
como o não acadêmico.**

**Se é livro e contém
conhecimento baseado em
estudos científicos
—financiados, muitas vezes,
com recursos públicos—,
tem um compromisso com
a sociedade em geral.**

Maria Fernanda Marques Fernandes

Retos

1

**Gestionar mayor apoyo institucional
para reforzar la capacitación.**

2

**Desarrollar un cambio
estructural en las editoriales.**

3

**Lograr mayor difusión
y visibilidad.**

**La universidad tiene una
función clave en garantizar
la circulación del conocimiento,
lo que incluye responder
a demandas internas
pero también trascender
las fronteras de la academia.**

Anna Mónica Aguilar

Es preferible pocas

publicaciones de alta

factura y no listados

extensos de

publicaciones *panditas*.

Diego Ramírez Bernal

Los recursos

se cargan demasiado

a la investigación,

pero poco a

la divulgación; y ciencia

que no se publica

no es ciencia.

Diego Ramírez Bernal

Nosotros sólo

pensamos

en vender.

Carlos Gazzera

Equilibrio, esa es la cuestión.

Las editoriales universitarias

no tenemos la presión extrema

de otras editoriales en cuanto

a las ventas. Pero cada libro

vendido es un libro en la calle,

que está siendo leído

por alguien.

Alejandro Abufom Heresi

**Pode-se dizer que o
suicídio de um editor
se dá do alto de uma
pilha de encalhes.**

**Livro parado no
estoque é, sempre,
uma tragédia, uma
derrota, um fracasso.**

Astomiro Romais

Producción digital

66

editoriales cuentan

con un catálogo de libros

electrónicos.

44

refieren que está en proceso

o todavía no lo desarrollan.

Podemos soñar

proyectos que

no necesariamente

se vendan, pero que

obligatoriamente

impacten.

José Julián Serrano Quimbaya

¿Vender o no vender?

20%

considera que las ventas deben ser una prioridad para la editorial.

28%

crea que la editorial no debe enfocarse en vender, sino en desarrollar buenos contenidos.

49%

piensa que la función de la editorial debe ser integral y equilibrada.

**Ao menos para o
livro físico, a venda
permanece sendo
o melhor meio de
difusão, seja ele
acadêmico ou não.**

Jézio Hernani Bomfim Gutierre

Pasos para impulsar el desarrollo del sector

- **Mayor difusión y visibilidad.**
- **Actuar en red.**
- **Más colaboración del Estado.**
- **Impulsar la profesionalización.**
- **Incremento a la internacionalización.**
- **Mejor comercialización.**
- **Nuevos modelos de gestión.**
- **Comprender la función social.**

**A proposta baseia-se
em uma ideia simples:
juntos, podemos ir
mais longe.**

Marcelo Luciano Martins Di Renzo

El trabajo en red se considera fundamental para:

- **Intercambiar experiencias.**
- **Impulsar el trabajo colectivo.**
- **Obtener mayor prestigio y visibilidad.**
- **Representar los intereses comunes.**
- **Promover la profesionalización.**
- **Incrementar la presencia en ferias.**



eulac.org



catalat.org