



III FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO  
DE LOS UNIVERSITARIOS  
27 DE AGOSTO AL 1 DE SEPTIEMBRE 2019

## ENCUENTRO DE RECTORES 2019

### El impacto de las Instituciones de Educación Superior en la producción editorial Iberoamericana

27 de agosto de 2019

Sin lugar a dudas, las ediciones universitarias representan uno de los principales pilares en la construcción del conocimiento, la difusión de las expresiones culturales, la divulgación de la ciencia, la publicación de los resultados de la investigación científica, y la creación intelectual y de contenidos de apoyo para la actividad docente.

Bajo esta prerrogativa, las Instituciones de Educación Superior (IES), representan un eslabón clave en el desarrollo de las sociedades. Ante las diversas condiciones sociales, culturales y geográficas en nuestras regiones, necesariamente deben asumir una función social y cultural, desarrollando iniciativas y estrategias orientadas a lograr una mayor democratización del conocimiento y la cultura.

En este sentido, la generación y publicación de ediciones universitarias se convierte en una tarea esencial para las IES, no sólo porque fortalece las funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión, sino porque hace accesible el conocimiento y la cultura a un mayor número de personas. De este modo, las editoriales universitarias se convierten en un activo de gran valor estratégico, capaz de dar respuesta a la función transformadora, educativa, social y cultural de las Instituciones.

Es claro que el universo de las IES en Iberoamérica es vasto y complejo, y éste se replica en la diversidad de editoriales universitarias, en las distintas necesidades de publicación y en la amplia gama de sus fondos editoriales. Por tanto, resulta necesario analizar y reflexionar sobre las ventajas que representan las editoriales universitarias en el ámbito académico y social, pero también sobre las posibles limitantes y riesgos a las que se enfrentan.

#### **A. Reflexiones sobre el estado actual de las editoriales universitarias**

Las editoriales universitarias inciden con su trabajo en la relación de la universidad con la industria y la sociedad, representando un apoyo indispensable para el diseño de políticas incluyentes en cualquier tema de la agenda pública en los distintos niveles de gobierno.

De igual manera, las editoriales universitarias ofrecen una propuesta de contenidos distinta, e incluso alternativa, de la hegemónica ejercida por los grandes sellos editoriales. Su oferta refleja la vasta y diversa especialización de las investigaciones y objetos de estudio de su comunidad, asumiendo el reto de distribuir obras que difícilmente los sellos comerciales se atreverían a colocar en el mercado. De esta forma, cumplen con una misión fundamental para la vida cultural, social, política y económica de las propias comunidades universitarias y de la sociedad en general.

Sin embargo la edición universitaria no siempre es correctamente comprendida ni valorada, lo que impacta negativamente en sus posibilidades de desarrollo, visibilidad y reconocimiento.



**III FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO  
DE LOS UNIVERSITARIOS**  
27 DE AGOSTO AL 1 DE SEPTIEMBRE 2019

Un aspecto que en ocasiones ha dificultado el desarrollo de los sellos universitarios, y por lo tanto su proyección internacional, ha sido su limitada autonomía. En ocasiones las editoriales universitarias pueden verse supeditadas por intereses particulares, que no necesariamente coinciden con las lógicas de construcción de un catálogo universitario orientado a lograr calidad y viabilidad académica y comercial.

Con relación a la conformación de los catálogos y las colecciones, la selección de títulos es fundamental y estratégica para determinar un exitoso proyecto editorial, pero esto no siempre ocurre. Aunque la diversidad de los temas tratados por los libros académicos producidos en la región es de una enorme riqueza, la heterogeneidad de los fondos editoriales, su desigual calidad y la hiperproducción editorial, dificultan destacar los títulos más distintivos y de mayor calidad, así como la conformación de una imagen de global de la edición iberoamericana.

La falta reconocimiento y escasa profesionalización de los editores también es un tema que influye en el desempeño de las editoriales universitarias. Aunque es necesario darle voz al editor en la configuración del catálogo, reconocerle como especialista y otorgarle tiempos para la consolidación del proyecto editorial, esto no siempre sucede. Las frecuentes rotaciones en el personal directivo de las editoriales dificultan la consolidación de proyectos a largo plazo. De igual manera, existe la necesidad constante de asignar recursos a la formación continua y profesionalización de los profesionales para afrontar con ello los constantes cambios del sector.

Otro factor a destacar, es el uso de las tecnologías que no están siendo lo suficientemente aprovechadas. La transformación digital de las editoriales y la publicación de libros en acceso abierto no son afrontadas de manera decidida por el conjunto de la edición universitaria iberoamericana. Esto resta posibilidades de visibilidad, comercialización y representación de los contenidos universitarios en español y portugués que se distribuyen en línea. El uso de estándares y recursos tecnológicos son esenciales para que la producción editorial entre de lleno en la cadena del libro en todos los sectores, y así, los fondos editoriales universitarios puedan ser visibles, descubribles y comercializables.

Limitantes como estas, influyen en una escasa presencia de las ediciones universitarias en el tejido de las librerías a las que el grueso de las poblaciones puede tener acceso, ya sean físicas o virtuales, ya que son muy pocas las que se interesan por la venta de las ediciones académicas. Realmente son escasas las iniciativas o proyectos que apuestan por una mayor vinculación de las IES con las librerías para lograr un mayor protagonismo del libro académico.

Bajo este contexto, se hace patente la necesidad de fortalecer y consolidar la actividad editorial en las IES en Iberoamérica, con el objetivo de lograr un mayor reconocimiento, penetración, alcance e impacto de las ediciones universitarias en beneficio de la diseminación y generación del conocimiento, la ciencia y la cultura, en las distintas sociedades que conforman nuestra región.

Por ello, los Rectores y representantes de las Instituciones de Educación Superior aquí presentes, reconocen la necesidad de consolidar acciones de cooperación interinstitucional bajo las siguientes:



## B. Consideraciones

- 1. La edición universitaria es un activo estratégico de gran valor para las IES.** Debe ser reconocida como un instrumento privilegiado de comunicación y divulgación científica, académica, intelectual y cultural, con el suficiente potencial para proyectar nacional e internacionalmente a las IES en Iberoamérica. Las ediciones universitarias como productos de la “industria educativa y cultural” son capaces de marcar tendencias ideológicas y debate social.
- 2. La definición de estrategias institucionales es fundamental.** Las instituciones deben definir planes de acción sostenidos en el tiempo, que respeten la suficiente autonomía para las editoriales universitarias con adecuadas estructuras organizacionales que les permita optimizar su labor.
- 3. Es necesario buscar una mayor consolidación y posicionamiento de las colecciones universitarias.** Las colecciones de libros académicos deben ser reconocidas como “marcas” de la editorial. Su especialización, calidad e identidad singular representan un estandarte de la editorial universitaria hacia sus lectores. Las colecciones especialmente cuidadas desde el punto de vista de la selección, pueden ser “estandartes” para las editoriales universitarias.
- 4. Es importante contar con criterios y directrices sobre las políticas editoriales institucionales.** La racionalización de la producción editorial, el proceso de dictaminación, el rigor en la selección y la calidad de los contenidos publicados deberían ser directrices fundamentales en las políticas editoriales.
- 5. Se deben definir y aplicar indicadores de calidad a las editoriales y sus colecciones.** La aplicación de una adecuada evaluación hacia las ediciones universitarias debe estar basada en decisiones informadas, en las que se considere su impacto social, así como las diferentes condiciones de las instituciones, de los países y de la región en las que se desarrolla.
- 6. Es imprescindible la construcción de catálogos y tiendas institucionales en línea.** Todas y cada una de las editoriales universitarias, sin excepción, deben contar con un catálogo digital disponible en línea para su consulta y mejor aún, con su propia librería virtual, lo que facilitaría poder consultar, compartir e intercambiar los títulos y colecciones disponibles.
- 7. Es necesario reconocer e impulsar la labor del editor y de los consejos editoriales.** Es recomendable que las editoriales universitarias cuenten con una mayor autonomía que les permita una libre toma de decisiones en materia editorial y en la conformación de sus colecciones y catálogos.
- 8. Se debe buscar la construcción de catálogos nacionales y regionales de ediciones universitarias.** Es necesario sentar acuerdos institucionales para la creación de catálogos nacionales sobre la producción editorial, a fin de lograr la conformación de un gran catálogo iberoamericano.
- 9. La construcción de catálogos de derechos es importante para lograr mayor internacionalización.** Los catálogos de derechos de las IES deben ser continuamente



actualizados y difundidos, a fin de dar a conocer los contenidos generados en nuestras universidades y participar activamente en el mercado global.

10. **Es necesario generar bases de datos de dictaminadores compartidas.** Es imprescindible aprovechar las tecnologías para conformar bases de datos institucionales y nacionales de dictaminadores avalados por las propias universidades y asociaciones de editoriales universitarias, para después conjuntarlos en una gran base de datos internacional y así ampliar la oferta de académicos especializados que puedan realizar evaluaciones más rigurosas.
11. **La profesionalización es un factor clave en el desarrollo de las editoriales universitarias.** Es necesario diseñar planes de formación especializada para los equipos editoriales en todos los temas relacionados con la industria editorial, así como diseñar modelos regionales para que las editoriales puedan afrontar el reto de la transformación digital y la transición al acceso abierto de los libros.
12. **Se debe impulsar un mayor uso y aprovechamiento de las tecnologías.** Es necesario lograr una amplia diseminación de las ediciones universitarias por cualquier medio, soporte o canal de distribución. Para lograrlo, se deben aprovechar al máximo los estándares tecnológicos que permitan una mayor interconectividad de los sistemas y que faciliten el acceso, recuperación y consumo a los lectores.
13. **Se requiere establecer alianzas estratégicas al interior de las Instituciones.** Las editoriales universitarias deben lograr una mayor interacción con todas aquellas dependencias con quien puedan colaborar para facilitar el acceso a las ediciones que producen: bibliotecas, librerías, física o virtual, repositorios institucionales, la radio, la televisión, etcétera.
14. **Se requiere contar con estudios periódicos sobre la situación que guarda la edición académica iberoamericana.** Es necesario promover estudios de la edición académica en cada país y para el conjunto de la región, que den información clara sobre el mercado de libros académicos y universitarios, haga visibles las fortalezas y posibilidades de crecimiento e intercambio, y provea de herramientas para negociar y facilitar la internacionalización de las publicaciones. Conformar un observatorio de la edición universitaria a nivel nacional y regional fortalecería el diálogo entre las instituciones y sus editoriales.
15. **Es imprescindible fortalecer las librerías universitarias.** Estos espacios, concebidos como puntos de difusión y venta de la producción editorial académica, son los espacios idóneos para lograr un mayor acercamiento de la ciencia y la cultura con la población en general.
16. **Es necesario revisar permanentemente los sistemas de evaluación y jerarquización de las publicaciones.** Se requiere revisar y analizar permanentemente a los sistemas de evaluación nacionales, regionales mundiales, como mecanismos para la evaluación de los académicos y de las instituciones, analizar cuáles son sus efectos, positivos y negativos, y examinar las iniciativas que en el ámbito internacional se están dando para la evaluación de libros y editoriales académicas.
17. **La distribución en circuito de librerías constituye un objetivo clave.** Las librerías representan un canal de distribución muy importante para acercar los títulos universitarios a la sociedad en general, por lo que resulta de alta prioridad definir



III FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO  
DE LOS UNIVERSITARIOS  
27 DE AGOSTO AL 1 DE SEPTIEMBRE 2019

mecanismos que faciliten la firma de acuerdos para incrementar los títulos universitarios en todos los canales de distribución.

**18. Las editoriales universitarias deben participar en la conformación de redes internacionales.** Las redes regionales e internacionales ofrecen la posibilidad de proyectar los sellos más allá de las fronteras a través de acuerdos de coedición. No solo hay intercambio de saberes y experiencia, sino que abren la posibilidad de explorar mecanismos de colaboración en los que de otro modo difícilmente se lograrían.

Las editoriales universitarias tienen una gran capacidad de vinculación a distintos niveles, entre estudiantes, profesores, investigadores, instituciones de educación superior, centros de investigación y otras asociaciones, dependencias gubernamentales y no gubernamentales, dentro y fuera del propio país. Todas estas relaciones se fortalecen mediante la presencia en foros, seminarios, congresos, coloquios y ferias de libro locales, nacionales e internacionales. Desde luego que esto represente una ventaja competitiva que debe ser aprovechada de la mejor manera para tener un mayor alcance e impacto de las colecciones que producen.

**Ciudad Universitaria, Cd. Mx. a 27 de agosto de 2019**