



## MISIÓN BOGOTÁ 2013

En el marco de la MISIÓN a La Feria del Libro de Bogotá (**FilBo 2013**), los Directores de la Editorial Universitaria de La Plata (EduLP) Leonardo González y de la Editorial Universitaria Villa María (Eduvim), Carlos Gazzera, en representación de la Red de Editoriales de Universidades Nacionales (**REUN**) en la Feria Internacional del Libro de Bogotá.

En ese marco, ambos representantes del Sistema de Editoriales Universitarias apoyados por el Programa de Promoción de la Universidad Argentina (**PPUA**) de la Secretaría de Políticas Universitarias (**SPU**) viajaron a Bogotá con el objetivo de:

- (1) tomar conocimiento directo del ecosistema del libro colombiano,
- (2) conocer de primera mano a todos los Editores de las Editoriales Universitarias de Colombia.
- (3) tender puentes con sectores de comercialización del libro en Colombia,
- (4) establecer vínculos institucionales de fortalecimiento con la red de redes EULALC,
- (5) establecer puentes directas con el organismo de la **UNESCO** patrocinadora del libro y la lectura, **CERLALC**.

En función de esto informan:

- (1) Después de recorrer y dialogar con distintos sectores del ecosistema del libro colombiano es posible llegar a algunas conclusiones. El sector editorial colombiano está en plena expansión. Si bien los números que circulan en distintas publicaciones especializadas ubican a Colombia en el tercer lugar en América Latina, detrás de Argentina y Brasil, es posible detectar que el clima en Colombia es muy positivo y vive un momento de auge. Los lectores crecen año a año, las campañas de lectura y los festivales de literatura han concentrado la atención positiva de los lectores. Las librerías han crecido en número y si bien están por debajo de la Argentina, Colombia tiene un porcentaje muy favorable de librerías por habitantes por encima de México y Brasil, aunque algo por debajo de España, Costa Rica y Argentina.

El proceso industrial del libro es muy conveniente en términos de costos variables (impresión, distribución y comercialización) respecto a la Argentina, y si a eso se le suma el costo fijo de producción editorial, el libro en Colombia crece en público interno y se vuelve cada vez más competitivo internacionalmente. La industria Editorial en Colombia está,





## CONSEJO INTERUNIVERSITARIO NACIONAL

fundamentalmente volcada al mercado interno y presenta una fuerte penetración de los sellos internacionales que, con modelos verticales (edición, distribución y librerías propias) dejan poco margen a las ediciones independientes y locales. De esto se desprende por qué la importancia del sector editorial universitario crece a punto tal de representar un 20% de la producción de títulos en 2012 cuando la media en América latina es del 11% y para la Argentina el 10% (datos de las Agencias de ISBN según fuentes del **CERLALC** 2012).

Por otro lado, las Bibliotecas Públicas y Universitarias tienen presupuestos para la compra de libros pero escasamente parecen interesarse en la producción de libros extranjeros. Las universitarias en cambio sí manifiestan intereses pero muy variables viviendo en este momento un interés muy concentrado en las Revistas Académicas o *Journals*. El modelo de gestión de las Bibliotecas es concentrarse en estos productos más que los libros. Por eso también vimos una superproducción de revistas académicas y las Universidades a través de sus editoriales luchan denodadamente por indexar y categorizar estas producciones científicas.

Por último, el modelo de librerías es de mega-librerías y no tanto de librerías pequeñas o especializadas. En el directorio de Librerías producido en 2009 del **CERLAC** se puede apreciar que muchas librerías están vinculadas a distribuidoras o editoriales, las independientes de sellos o de importadoras, están vinculadas a la venta de otros productos como música, papelería o artículos escolares. También muchas se especializan en libros escolares y en libros de alta rotación o *bestsellers* y muy pocas a libros de fondo. Si bien algunos informantes nos han hablado de que esto se ha modificado levemente, librerías como "Librerías de la U" o la del "Fondo de Cultura Económica" se posicionan para nuestro sector como importantes para llegar más allá del mercado de lectores no-universitario.

- (2) Las Editoriales Universitarias incluidas en una única red o asociación, la **ASEUC** son 51 ya sean de gestión pública o privadas. Muy pocas tienen la dimensión de la Universidad Nacional de Colombia con sede en el 65% del territorio nacional con campus muy imponentes (en Bogotá tiene 110 ha) totalmente ocupado por la Universidad, con edificios relativamente modernos, con todas las carreras y con una vida universitaria muy intensa). Todas las Universidades cuentan con una Editorial Universitaria (pudimos recorrer al menos tres en la capital) con personal de planta, presupuesto propio y una estructura moderna en sus equipamientos. La producción media de algunas editoriales es de 45 títulos al año sin contar revistas ni libros exclusivos para el alumnado (apuntes de clase). El promedio de las



## CONSEJO INTERUNIVERSITARIO NACIONAL

tiradas ronda los 300 ejemplares por título. Casi todas las editoriales con las que conversamos tienen al menos uno o dos puntos de ventas y algunos uno o dos por unidades edilicias. En general estos puntos de ventas no son propiamente librerías sino puntos de despacho de libros, pero con una gran popularidad entre los alumnos.

En la **FILBO** las Editoriales Universitarias en su totalidad poseen un stand y la importancia de esos stands responden directamente a la importancia de la Universidad. En este contexto, las 51 editoriales reunidas en **ASEUC** muestran una realidad similar a la realidad de la **REUN**. Hay una concentración de participación de Editoriales bogotanas, con un auto exclusión de la **UNC**. Sin embargo, las Editoriales del interior muestran una producción aceptable y razonable en el interior de sus universidades. Pudimos participar de la presentación de novedades de universidades del interior, como la Universidad del Valle (Cali) y realmente la producción es muy buena.

Salvo casos muy especiales como la Universidad Javeriana o la Universidad de Los Andes, que si publican textos culturales, es notable constatar que muchas Editoriales Universitarias se concentran en la publicación de sus cuerpos docentes, volviéndose una producción endogámica, con pocas coediciones entre ellas. Cuando hay co ediciones por lo general se hacen entre Editoriales Universitarias y sellos privados, internacionales o nacionales.

En nuestra participación de la Asamblea de **ASEUC** pudimos constatar las diferencias entre pertenecer a una Estructura de red en relación al Consejo de Rectores como el **CIN** y formar parte de una Asociación civil con personería propia como tiene la **ASEUC**. El mecanismo de elección es muy interesante y participativo (en la Asamblea participaron 33 editoriales). En este encuentro con **ASEUC** la **REUN** propuso una agenda de trabajo que puede resumirse en los siguientes puntos y que fueron tratados plenariamente en uno de los días de nuestra visita. Los puntos son los que siguen:

- (a) Acuerdos de fortalecimiento entre ASEUC y REUN
- (b) Concreción de acuerdos de co-edición argentino-colombiano
- (c) Plan de trabajo para la comercialización de los libros de las Editoriales Universitarias Argentinas en Colombia y de las Editoriales Universitarias Colombianas en Argentina.





## CONSEJO INTERUNIVERSITARIO NACIONAL

- (c) Plan de trabajo de cooperación en Ferias del Libro específicamente Universitarias o Nacionales como Bogotá-Buenos Aires.
  - (d) Un plan de capacitación con pasantías del personal de las Editoriales Universitarias entre ambos países.
  - (e) Fomento de equipos de investigación referidos a temas vinculados a la edición universitaria.
  - (e) Trabajo sobre una Declaración Latinoamericana de Interés estratégico del Libro Universitario Latinoamericano para que cada red la trabaje con sus respectivos parlamentos de modo tal de borrar las fronteras para el conocimiento impreso por las Editoriales Universitarias.
- (3) Sector comercial privado en Bogotá como playa de toda Colombia. El principal contacto del sector privado se estructuró con la Librería y Centro Cultural García Márquez del Fondo de Cultura Económica. Vale la pena señalar que este contacto sigue los caminos ya emprendidos con el FCE desde México y Washington y que tienen en Bogotá otro capítulo fundamental. El FCE tiene una Librería de 1600 m<sup>2</sup> (Diez veces el tamaño de la Librería que la **REUN** planifica abrir en Buenos Aires), con un Auditorio para 350 personas, una sala de cine con 90 butacas, una galería de exposiciones, dos aulas para talleres y un anfiteatro para teatro al aire libre. Trabajan en este CCGM del FCE en Bogotá 54 empleados. La librería compra en firme tres veces al año y la **REUN** aplicara con su oferta en el pedido de mayo/junio, octubre/noviembre y febrero / marzo. De funcionar en la Librería los libros de la **REUN** el FCE se propondría como un distribuidor de la Red para toda Colombia.
- (4) En reunión con la conducción de la **EULALC** se continuó el trabajo iniciado en el **MICA** con el presidente de la red de redes, Juan Felipe Córdoba Restrepo de modo que se pueda integrar fuertemente a **REUN** en la Red. Vale la pena señalar que nuestra Red ostenta la vicepresidencia de **EULALC** desde que fuera constituida en 2008. Si bien nuestra conducción de la Red hizo algunos trabajos de contacto con esta red en las Ferias del Libro de Guadalajara, nuestra inserción en la conducción de la **EULALC** debe ser vista como un objetivo a noviembre de este año cuando se renovarán las autoridades en la misma FIL de Guadalajara. Uno de los temas sensibles para trabajar es el acople de la web de **REUN** y el **PLUA** en un portal conjunto de toda América Latina y el Caribe. Creo que es fundamental políticamente seguir en esta línea porque el **PLUA** y la web de **REUN** están mucho más avanzadas y compenetradas para la ejecución de proyectos de integración que lo que se ha hecho en **EULALC**. De este





## CONSEJO INTERUNIVERSITARIO NACIONAL

modo, nuestros avances se vuelven un marco de oportunidades para liderar firmemente el sector de visibilidad en AL y el Caribe.

Por tal motivo, sería muy conveniente que **REUN** participara con su mayor grupo de editores en Guadalajara porque la unión de fuerzas podría darnos el empuje de liderazgo del que hablamos. En esto también es clave la sumatoria de la **REUP**, ya que en el extranjero somos vistos como Argentina y no como **REUN** y **REUP**.

Los vínculos con el **CERLALC** son siempre prometedores pero es necesario mantener un trabajo constante y permanente con esta ONG. El **CERLALC** es importante en una fase de capacitación y de vinculación con el sector profesional. Hoy Colombia ostenta un mercado en crecimiento pero con muchas simetrías con el de Argentina aunque es aún algo menos desarrollado. Sin embargo ha logrado mantener a raya a los grandes grupos y gracias al aporte de **UNESCO**, el **CERLALC** instalado en Bogotá ha permitido que esta organización influya muy fuertemente en Colombia. Si bien esta ONG trabaja para toda América Latina y el Caribe, es evidente que sus cuadros han surgido desde Colombia y hoy esta organización gravita mucho más allá que en nuestro medio.

La **REUN** debe darse una política de vinculación con el **CERLALC** ya que sus potenciales no han impregnado a los sectores profesionales de Argentina, esto, debido a razones múltiples y que sería muy complejo y difícil de analizar aquí. Lo que si es cierto es que la **REUN** en su proceso de profesionalización debe apoyarse en estructuras que trasciendan el mero esquema asociativo-corporativo (**CAL**) y sectorial (**EULALC**) para ocuparse de un trabajo de comprensión estratégica de la Edición Universitaria Global.

Carlos Gazzera  
**Secretario REUN**

Leonardo González  
**Vicepresidente REUN**

