

# LA EDITORIAL EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RÍOS

The publishing house at the Universidad Nacional de  
Entre Ríos

**Gustavo Esteban Martínez**

<https://orcid.org/0009-0004-6253-0063>

Director de la Editorial de la Universidad Nacional de Entre Ríos  
(EDUNER)

[gustavo.martinez@uner.edu.ar](mailto:gustavo.martinez@uner.edu.ar)

Paraná, Entre Ríos,  
Argentina

## Creación y consolidación de una editorial

La Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER) tiene 50 años y su editorial exactamente la mitad. En los años previos a la *creación* de EDUNER, la Universidad había publicado varios libros, pero por entonces la edición no era una actividad formalizada. Lo que se publicaba no estaba organizado en un catálogo, tampoco había un proceso de selección establecido. El trabajo se llevaba adelante atendiendo a situaciones puntuales y coordinando su ejecución a través del Departamento de Imprenta y Publicaciones. Mucho menos estaban definidas actividades de difusión, distribución y comercialización.

La UNER reconoció, a finales de los años 90, la necesidad de fortalecer el trabajo editorial, de crear un área específica con personal profesionalizado.<sup>1</sup> Así entonces, la Editorial de la Universidad Nacional de Entre Ríos (EDUNER) se creó formalmente por Ordenanza 292 del Consejo Superior el 10 de diciembre de 1998.

El primer reglamento atendía a las necesidades que la Universidad supo identificar en ese momento, estableciendo objetivos, funciones y una estructura. Entre las finalidades estaba, cómo no, dar a conocer y «poner a disposición de la sociedad» la producción de la UNER, también crear «líneas editoriales» que permitieran «promover, rescatar y difundir la producción de autores de la región en sus diferentes géneros», hacer todo esto en relación con otras instituciones y consolidar el «trabajo editorial, en el marco de la excelencia y pertinencia de una editorial universitaria».

Como exponemos, y podríamos citar más ejemplos, se pueden observar muchas de las características que las editoriales universitarias tienen o se aconseja que tengan, si atendemos a la bibliografía redactada por especialistas, en cuanto a propósitos, objetivos, desafíos, organización, relación con la sociedad.<sup>2</sup>

EDUNER tiene sede en Paraná y forma parte de una institución con una extendida presencia territorial, con Facultades en Paraná, Oro Verde, Gualeguaychú, Concordia, Villaguay y Concepción del Uruguay. Siempre dependió de la Secretaría de Extensión Universitaria y Cultura del Rectorado (gran parte de las editoriales de universidades nacionales argentinas tienen esta ubicación orgánica, otras dependen de secretarías de comunicación, investigación o académica, y menos comunes son las organizaciones como Eudeba —UBA— o Euvim —Villa María—).

<sup>1</sup> Se lee en la página de la Asociación of University Presses: «Puede ser más fácil describir una editorial universitaria diciendo lo que no es. Las editoriales universitarias no publican periódicos universitarios, anuarios o paquetes de cursos. Y si visitas una editorial universitaria (generalmente), no encontrarás una imprenta» (la traducción es nuestra).

<sup>2</sup> La bibliografía es abundante, pero mientras escribíamos estas líneas sobre la editorial de nuestra universidad tuvimos permanentemente presente la palabras de Leandro De Sagastizábal (1995, 2006, 2012), Richard Uribe (2006), Patricia Piccolini (s/f y 2009), Jesús Anaya Rosique (2010), Carlos Gazzera (2016), René Gotthelf (2004) y Miguel Tréspidi (2007) (estos dos últimos fueron presidentes de la Red de Editoriales de Universidades Nacionales).

Esta dependencia<sup>3</sup> no es solo formal, la edición está entendida en la UNER como un trabajo de extensión.

Para la UNER, una editorial de una universidad pública necesariamente se construye democráticamente, colectivamente, con tiempo, y como es deseable, con continuidad. Más de 20 años de apoyo continuo al proyecto editorial dieron forma a un sello que está en etapa de consolidación. Nos referimos con esto a un proceso en el que la Editorial<sup>4</sup> está creciendo año a año en cantidad de libros editados (propios y en coedición); comenzó a publicar en soportes y formatos múltiples (lo que incluye libros electrónicos y audiolibros), introduciendo modificaciones en sus ediciones para dar mayor accesibilidad; implementó una nueva página web y a partir de ella y con trabajo en redes sociales cambió su trabajo en materia de comunicación y comercio electrónico; amplió su red de comercialización de libros a través de librerías y venta en facultades, y su participación en el circuito de Ferias del libro, así como en Jornadas, Congresos y otros encuentros académicos; incrementó la cantidad de ejemplares vendidos y descargados; aumentó la cantidad de actividades de promoción del libro y la lectura.

Editar toma tiempo, los proyectos editoriales toman tiempo; la continuidad de los proyectos es vital para lograr que un sello universitario empiece a mostrar una identidad y a ser visible.

## Libros con sello universitario

«[...] nuestra tarea es hacer libros que sean un aporte genuino al conocimiento, y hacerlos muy bien.» (Jesús Anaya Rosique)

Los sellos universitarios, por supuesto, no editamos lo mismo; prestamos atención a la producción de conocimiento que se realiza en nuestras facultades, trabajamos en relación con nuestro territorio, tenemos distinta escala, y varios etcéteras. No obstante esto, nos guiamos por las ideas que orientan a las instituciones a las que pertenecemos, la universidad pública, inclusiva, democrática y científica. Eso nos define y nos ordena a ofrecer libros que atienden a múltiples contenidos. En nuestros catálogos deben encontrarse los temas que importan a nuestra comunidad académica y también a aquella más amplia a la que pertenecemos y en la que nuestras publicaciones aportan al diálogo colectivo.

<sup>3</sup> EDUNER actualmente se ordena con una Disposición de La Secretaría de Extensión. Disponible en [https://eduner.uner.edu.ar/public/indices/Disposicion-SEUyC\\_N\\_001\\_21-Nuevo-reglamento-EDUNER.pdf](https://eduner.uner.edu.ar/public/indices/Disposicion-SEUyC_N_001_21-Nuevo-reglamento-EDUNER.pdf)

<sup>4</sup> Mencionaremos aquí solo algunos puntos de nuestra tarea. Por otra parte, digámoslo ya, EDUNER solo edita libros y todo lo que aquí diremos está relacionado con la edición de libros.

Nuestras publicaciones son una recomendación, una invitación a la lectura, por lo que deben ser producto de procesos de selección rigurosos y transparentes. Requieren, además, procesos de edición de calidad y ejecutados por profesionales. Con todo, deben lograrse ediciones cuidadas y accesibles, a las que a su vez hay que hacer visibles entre la cada vez más enorme cantidad de contenidos publicados. Los editores «son gente cuyo oficio es hacer una selección, elegir el material que van a publicar según ciertos criterios. Su nombre en la cubierta de los libros basta como garantía —o inquietud— sobre la naturaleza del contenido» (Schiffrin, 2000, p. 134)

Digámoslo de otro modo. Nuestras editoriales son parte de una institución que las excede. Pero esa fortaleza es un capital que hay que asumir con responsabilidad. Una editorial es la voz de la universidad. Es la universidad en diálogo. ¿Y qué tenemos para ofrecer a ese diálogo? Encontramos muy luminosas para nuestra época las palabras de Greg Britton de la Johns Hopkins University Press: «Lo que tenemos para ofrecer es similar a lo que valoran las universidades: hechos antes que noticias falsas, análisis cuidadoso antes que opiniones infundadas, contenido revisado por pares antes que charlatanería incesante». (2017, la traducción es nuestra)

Agreguemos que los sellos universitarios somos fuente y reserva de bibliodiversidad y librodiversidad. Es, a nuestro entender, una característica destacada de las editoriales universitarias. Aportamos bibliodiversidad y librodiversidad a un ecosistema en el que dominan otras lógicas.<sup>5</sup> Y lo hacemos de manera sostenida y rica. Dando voz a temas y actores que no son los que impondrá el mercado. Nuevamente, en definitiva, tenemos para ofrecer aquello mismo por lo que debe valorarse a la universidad pública. La voz de la universidad, entonces, expresada a través de un catálogo: «El editor debe definir qué espacio quiere ocupar, a qué tipo de público quiere dirigirse, cuáles son sus objetivos y deseos, para, en un acertado y algo alquímico equilibrio entre necesidades e ilusiones, conseguir el maravilloso momento en el que un catálogo "hable"» (Nadal y García, 2005, p. 6).

## La construcción de un catálogo

Desde 2003, año en que se definió la primera colección de EDUNER, se crearon hasta la fecha un total de 7 colecciones. En sus nueve Facultades, la UNER cuenta

<sup>5</sup> «Las editoriales universitarias están en el centro del ecosistema global del conocimiento. Publicamos obras y realizamos servicios que son de gran beneficio para la diversa red académica: investigadores, profesores, estudiantes, bibliotecarios y el resto de la comunidad universitaria. Nuestro trabajo también llega a un amplio público de lectores y, en última instancia, al mundo más amplio que depende de una erudición revisada por pares, informada y comprometida, publicada con los más altos estándares» (Association of University Presses, 2019, la traducción es nuestra).

con más de 30 carreras de grado de lo más variadas, y entre maestrías y doctorados se suman más de 20, también con una diversidad notable. Por esto, una decisión fue crear colecciones que no fueran temáticas, sino que se construyeran a partir de la propuesta de lectura que se ofrece en cada una de ellas.

Toda la producción de nuestra editorial se ordena, entonces, atendiendo al público al que se dirige y la fórmula editorial con la que se realiza el libro, en estas colecciones: «Académica», «Cátedra», «Encuentros & Debates», «Tierra de Letras», «El País del Sauce» (coedición con la Universidad Nacional del Litoral), «Cuadernos de las Orillas» y «Aura».<sup>6</sup> En algunas de estas colecciones se reúnen los títulos que derivan de la producción científica y tecnológica, de extensión y académica de nuestra universidad. Otras se despliegan sobre la segunda finalidad, la de que nuestra editorial debe trabajar para la recuperación del patrimonio cultural de nuestra región. En cuanto a la selección de los títulos a publicar, algunas de estas colecciones funcionan con un Director o Directora a cargo, otras con un Comité Editorial que evalúa las propuestas de publicación que les llegan después de recibir una lectura de dos especialistas.

Esto se completa con ediciones que se realizan en coedición y que por sus características pueden ser publicadas dentro de colecciones de otras editoriales o en ediciones especiales.

## **Editar es más que solo publicar**

«El catálogo son las huellas del camino editorial» (Pimentel, 2007, p. 22). Nos encanta esta expresión que conecta con la idea de que también el catálogo de una editorial, cuando está consolidado, habla por sí mismo, es la promesa de los libros por venir. Pero queremos resaltar aquí que no se trata solo de editar, corregir, diseñar e imprimir de manera organizada, hay otras tareas que EDUNER debe llevar a cabo en procura de lograr libros bien pensados y realizados que lleguen a manos de lectoras y lectores. Entre ellas, las que podríamos destacar tienen que ver con la formación de autoras y autores, la difusión de la tarea editorial, la cooperación en las actividades de formación de lectoras y lectores que llevan adelante instituciones culturales y educativas, el trabajo conjunto con instituciones que compartan el compromiso de ofrecer a la comunidad el acceso a libros de los más variados temas y que promuevan la diversidad y el respeto<sup>7</sup>.

Es fundamental el intercambio y vinculación permanente con nuestra

---

<sup>6</sup> Puede verse información sobre estas colecciones en nuestro sitio web.

<sup>7</sup> Muchas de estas actividades las enmarcamos en lo que la anterior Directora de EDUNER, María Elena Lothringer, llamó Extensión Lectora

comunidad universitaria, el trabajo en red con el resto de las editoriales de las universidades públicas<sup>8</sup> y con actores e instituciones que no pertenecen a la UNER o a la Red de Editoriales Universitarias (REUN), puesto que editar es siempre un trabajo colectivo: «A veces, lo fundamental no es una colección o un director, sino quiénes están dispuestos a colaborar para echar a andar una editorial universitaria» (Altamirano, 2014).

## Un catálogo orientado a la lectura

¿Para quiénes edita la universidad? Italo Calvino (1991) decía que el autor al escribir tiene presente a su público, sus lectores pasados y futuros. Nosotros decimos: «debería tener presente». Margarita Valencia en 2016, en oportunidad de la apertura de las Jornadas de Edición Universitaria realizadas en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, dijo: «La edición universitaria perdió la conexión con sus lectores», situación que en parte atribuye a los autores y en parte a las instituciones.

No queremos ser imprecisos en este punto: está claro que las universidades producimos conocimientos y las editoriales son espacios maravillosos para contribuir con su difusión. Podemos suscribir las palabras de Sharpe y Gunther cuando dicen que «La razón de nuestra existencia es servir a la comunidad académica e investigadora» (2005, p. 54). Pero la frase hay que completarla con las respuestas a otros interrogantes, ¿para qué?, ¿cómo?, ¿para quiénes escribimos y publicamos? A veces se publica sin esta orientación, la editorial así se convierte en un servicio a una comunidad de autores y autoras.

Porque en la academia, en nuestras universidades, la publicación suele ser una imposición para autoras y autores, parte de la *carrera*,<sup>9</sup> presión que incluso está dando lugar a prácticas controvertidas respecto de las que los editores hemos tomado nota y tenemos mucho por hacer.

Para ser una voz de la universidad en el diálogo que es la sociedad, para que logremos participar de la gran conversación, debemos dejar de reproducir prácticas que conducen a la invisibilidad y a la no lectura, y avanzar en un enfoque orientado hacia las lectoras y los lectores.

Era verdaderamente notable que en el primer reglamento de funcionamiento de la Editorial no se encontrara la palabra lector, o lectora, o lectores, ni una vez. Por entonces parecía que lo principal debía ser responder a la necesidad de publicar

8 Ver [reun.cin.edu.ar](http://reun.cin.edu.ar)

9 Hay mucha reflexión desde hace unos años sobre este aspecto: «Esta pequeña tragedia de trabajar para nadie es inherente a la ciencia ultrasofisticada y megaespecializada, plena de jerga y datos generados y analizados por sistemas no humanos» (De Ambrosio, 2018).

que existía en la comunidad académica (y también, por qué no, la necesidad de publicar lo que se producía junto a otras instituciones en actividades que se realizaban de manera conjunta y que resultaba *lógico* que fuese publicado por la universidad). Hay en ese origen una necesidad de publicar, más que de ser leídos.<sup>10</sup>

Con el correr de los años en la UNER llegamos a un acuerdo importantísimo, nuestra editorial no es una prestadora de servicios editoriales, una *oficina* o *departamento de publicaciones*. EDUNER es una editorial universitaria orientada al público lector. En la editorial, y nuestras autoras y autores, tenemos claro que esas lectoras y lectores a quienes nos dirigimos son múltiples (especialistas, gente de investigación, público general, estudiantes), con múltiples prácticas de lecturas, múltiples necesidades, múltiples localizaciones.

Centramos todos nuestros esfuerzos en producir libros con el mayor cuidado, rigor y cariño posibles, en hacer cuanto esté a nuestro alcance para que dichos libros encuentren a sus lectoras y lectores y satisfagan sus necesidades (de estudio, de conocimiento, de recreación). Entonces, el foco en la lectura es esencial no solo a la hora de pensar el libro, sino en cada tarea editorial.

Nuestro lema en la editorial es «*EDUNER. Libros para conocer*» y surgió de nuestra convicción de que publicamos libros que importan, sobre temas que importan y que desde la Universidad Pública tenemos el compromiso de que esos libros sean conocidos, que las personas puedan llegar a ellos. Y ¿por qué importan? Porque están pensados para que quienes lean, *conozcan*. Ese es nuestro propósito: que a través de nuestras publicaciones lectoras y lectores vivan, piensen, aprendan, sientan, imaginen, conozcan, crezcan, se transformen.

---

<sup>10</sup> Para esto existen sellos privados que dan respuesta a los autores y las autoras que quieren resolver esta «necesidad».

## Bibliografía:

- Altamirano, C. (2014). *La construcción de un proyecto editorial*. Ediciones UNL.
- Anaya Rosique, J. (2010). *Editar en la universidad*. Editorial Universidad de Antioquía. Association of University Presses. (s/f). *About University Presses y The Value of University Presses*.  
<https://aupresses.org/the-value-of-university-presses/about-university-presses/>
- Britton, G. (4 de junio de 2017). *What is the biggest challenge in university-press publishing?* The Chronicle of Higher Education. Recuperado el 16 de agosto de 2023.  
<https://www.chronicle.com/article/what-is-the-biggest-challenge-in-university-press-publishing/>
- Calvino, I. (1991). *Los libros de los otros*. Tusquets editores.
- De Ambrosio, M. (19 de julio de 2018). *El drama de escribir papers para casi nadie*. Revista Ñ, Clarín. Recuperado el 16 de agosto de 2023. [https://www.clarin.com/revista-ene/ideas/drama-escribir-papers-nadie\\_0\\_Hk77ydRQX.html](https://www.clarin.com/revista-ene/ideas/drama-escribir-papers-nadie_0_Hk77ydRQX.html)
- De Sagastizábal, L. (1995). *La edición de libros en la Argentina*. Eudeba.
- De Sagastizábal, L. y Vega, R. (2012). *La gestión económica de la editorial universitaria*. Ediciones UNL.
- Gazzera, C. (2016). *Editar: un oficio*. Eduvim.
- Gotthelf, R. (2004), citado en Rama, C.; Uribe, R. y De Sagastizábal, L. (2006). *Las Editoriales Universitarias en América Latina* (p. 101). Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC).
- Hamilton, D. (1990). Publishing by - and for? - the numbers. *Science*, 250(4986), 1331-1332.
- Nadal, J. y García, F. (2005). *Libros o velocidad. Reflexiones sobre el oficio editorial* (p. 6). Fondo de Cultura Económica.
- Piccolini, P. (s/f). La edición universitaria en tiempos de la fotocopia. *TUSE*. Universidad Tecnológica Nacional.
- Piccolini, P. (2009). La selección de originales en la edición universitaria. *La Gaceta del Fondo*, (428). Fondo de Cultura Económica.

- Pimentel, M. (2007). *Manual del editor. Cómo funciona la moderna industria editorial* (pp. 22-23). Berenice Manuales.
- Rama, C.; Uribe, R. y De Sagastizábal, L. (2006). *Las Editoriales Universitarias en América Latina*. Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC).
- Schiffrin, A. (2000). *La edición sin editores* (p.134). Destino.
- Sharpe, L. y Gunther, I. (2005). *Manual de edición literaria y no literaria*. Ubal dini, G. (Trad.). Fondo de Cultura Económica.
- Tréspidi, M. (2007). *Temas de editoriales universitarias públicas : XVII Jornadas de la REUN* [Discurso de apertura]. UNR Editora, REUN.
- Valencia, M. (2016). *Regreso al futuro. Edición universitaria y tradición humanista* (pp. 32-33). Ediciones UNL.
- Zaid, G. (1996). *Los demasiados libros*. Anagrama.