

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
JUNIO DE 2021

EDITORIAL UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
Dirección: Cra.7 # 12B-41, oficina 501
Teléfono: (57-1) 2970200, ext. 3114
<http://editorial.urosario.edu.co>

COMITÉ EDITORIAL DE ESTA EDICIÓN

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
Juan Felipe Córdoba Restrepo

COORDINACIÓN PUBLICACIONES PERIÓDICAS
Tatiana Morales Perdomo

CONSEJO DE EDICIÓN
Juan Carlos Ruiz Hurtado
Diego A Garzon-Forero

ENTREVISTAS
Laura Ballesteros Chitiva

CORRECCIÓN DE ESTILO
Andrés Vargas

DISEÑO, ILUSTRACIÓN Y FOTOGRAFÍA
Miguel Gerardo Ramírez Leal
Kilka Diseño Gráfico

REFLEXIÓN



Editorial U.Rosario
Difusión



La cultura editorial universitaria COMO OTRA PIEL



Camilo Ayala Ochoa

Historiador por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM y teólogo social por la Universidad Pontificia de Salamanca, España. Bibliófilo y promotor de la lectura. Actualmente es jefe del Departamento de Contenidos Electrónicos y Proyectos Especiales de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM.

¿Es posible definir la cultura editorial universitaria? Tengo el orgullo de pertenecer al personal de la Universidad Nacional Autónoma de México o UNAM, institución que es decana de las editoriales universitarias en el país. La UNAM comenzó a realizar procesos de edición en el mismo año de su fundación en 1910. A partir de esta fecha, sus ediciones han servido como modelo para la elaboración y diseño del libro académico en México.

La UNAM también fue mi casa de estudios, y desde el tiempo de la preparatoria tuve a mi disposición una formidable oferta cultural. Varias generaciones de profesionales vivieron en ese mismo medio cultural, la formación y establecimiento de entidades como: la filмотeca de la UNAM, radio UNAM y tv UNAM; y grupos y compañías como el ballet folklórico de la UNAM, la orquesta filarmónica de la UNAM, el ensamble de cámara de la UNAM, la orquesta juvenil Eduardo Mata o el carro de comedias de la UNAM. La oferta cultural universitaria se integra con disciplinas relativas a artes visuales, cine, danza, literatura, música, teatro y transmisiones, cursos, talleres, seminarios, videos, muestras, exposiciones y conciertos.

Debemos distinguir que, la cultura que se consume en la Universidad emanada de esta misma, y es en el libro universitario donde se expresa plenamente el ambiente de la cultura y de la creación. Somos una comunidad de lectura y escritura, nos expresamos bajo esa pauta, hablamos como si estuviéramos escribiendo y escuchamos de la misma manera que leemos. Nuestras actitudes sociales, el modo de interpretación de la vida, derivan de esa cultura letrada, reflexiva y crítica, que no es, sin embargo, suficiente. Debe ser regulada por las buenas prácticas, normas y políticas que son parte de una cultura editorial peculiar. Así atendemos a lo que Fernando Pessoa recomendaba en una carta escrita en 1915: “Organiza tu vida como una obra literaria, colocando en ella



toda la unidad posible”. Editamos la vida desde esa sensibilidad y editamos, además, la vida universitaria.

Para la académica de la Universidad Autónoma Metropolitana Sofía de la Mora Campos, la educación universitaria es el campo social donde se establecen relaciones entre los sujetos de una estructura institucional, formativa, que demanda conocimiento, y las herramientas de creación, producción y consumo de la cultura editorial. De esta manera, lo tenemos en los equipos editoriales de la UNAM, que usan un conjunto de habilidades mentales y conceptos, para la producción de valores, principios e ideales, que hacen a los universitarios leer el mundo de una manera distintiva. El editor universitario tiene el mayor impacto para sus lectores, en cuanto a que pertenece a la representación de los universitarios y de su entorno. Se editan y publican, de la misma manera que los materiales de texto o apoyo a la enseñanza escritos desde las aulas y para las aulas, monografías académicas que surgen de los cubículos de investigadores y profesores de tiempo completo y libros para enriquecer la cultura de la comunidad universitaria.

En el libro *Por orden alfabético. Escritores, editores, amigos* de Jorge Herralde nos habla de la teoría del iceberg de Hemingway, para quien “el texto escrito es tan sólo una pequeña parte de la historia implícita”. Quizá sea posible hacer otra teoría del iceberg, en la que el texto sea sólo la superficie de una cultura en la que están inmersos los escritores y los editores. El editor es su sistema de vigencias, el cual lo definía Julián Marías como lo que tiene vivacidad, vigor o fuerza. En consonancia, decía Julio Cortázar que la cultura es el ejercicio profundo de la identidad. Otro elemento que expresa este valor identitario lo tenemos en el escudo de la UNAM y en con su lema que representa una visión y un reto: “Por mi raza hablará el espíritu”. Esta insignia también representa el escudo de nuestro sello editorial, lo cual nos motiva a escuchar ese espíritu que contienen los libros universitarios, la vida interior que los autores universitarios plasman y la vocación intelectual que se refleja en las páginas escritas.

¿Es posible identificar una cultura editorial universitaria más allá de la UNAM? Si definimos a las universidades como comunidades de lectura y escritura, podemos hablar también de distinciones entre grupos especializados, ya que no será lo mismo un grupo que pone el acento en las humanidades que en los conocimientos técnicos. Hay múltiples y diversas formas de cultura editorial universitaria e incluso ellas tienen distintos niveles de desarrollo. Entre mayor sea la convivencia de los estudiantes en distintos campos, mayor será su pluralidad, pero la coincidencia siempre estará, como una constante, en la retórica. Por lo anterior, la actividad editorial de las universidades e instituciones de educación superior tiene tantas similitudes.

En un sentido filosófico, siguiendo la teoría de las causas aristotélico-tomista, la cultura editorial universitaria tiene elementos en potencia que le son naturales y existe también la posibilidad de su actualidad, plenitud o desviación, así como la protección de su cumplimiento. La cultura editorial corresponde o no, con el ser universitario-. Es de este modo conjetural, que la manera como en Hamlet de Shakespeare, ser o no ser; y como ente contingente debe tener causas. La causa material es el conjunto de recursos institucionales, incluyendo la organización, y el modo de ser de los universitarios, lo que implica un cierto modo de cultura. En palabras del sociólogo David Le Breton, “el hombre no vive en un universo puramente material, vive en un universo de sentido y de valores” es ese universo el que permite la existencia colectiva. La causa formal está formada por las condiciones históricas y normativas, porque, como dijo el historiador Edmundo O’Gorman, “el hombre es lo que logró ser de lo que quiso ser. Es decir que hay una pertenencia histórica y hasta jurídica a un grupo humano. La causa eficiente son las personas y generaciones que han intervenido en la construcción de ese ente llamado Universidad. La causa final es el bien común, el *bonum*, uno de los trascendentales del ente, ya que, la naturaleza humana está hecha para cambiar. La causa ejemplar está formada por el grupo de editores universitarios, incluyendo los dictaminadores, árbitros, consejos y comités editoriales, que tienen la obligación de realizar su actividad siguiendo los valores de la institución.

Vemos que, más allá de las actividades administrativas y profesionales que sostienen las áreas editoriales universitarias, desde la recepción de manuscritos hasta la promoción, distribución, impresión y venta del libro, es posible unir todos estos procesos y sus contextos históricos en su conjunto, en un tejido que constituye un todo definido en la cultura editorial universitaria. Ante la ronda de generaciones de escritos, que se van incorporando a la gran biblioteca de la humanidad que nos va forjando, debemos considerar que los libros son un producto sensible. Cada libro tiene su personalidad que combina discurso y forma, texto y materialidad, contenido y continente y es posible identificar, en ese universo, a los libros que proceden de una cultura editorial universitaria.

