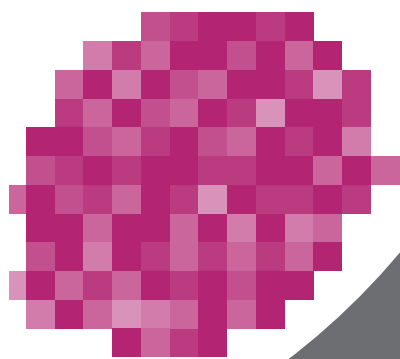


*Humanidades  
digitales  
y abiertas*



*VII de Investigación y VI de Extensión*

# ***Jornadas 2017***

***Profesor Washington Benavídez***

***V Encuentro de Egresados y Estudiantes de Posgrado***

Grupo de Trabajo 38

Recto/verso: prácticas de la edición  
y estudios del libro

# RANCHO APARTE. LAS EDICIONES DE LOS UNIVERSITARIOS EN URUGUAY, 1985-2016

NAIRÍ AHARONÍAN

MAURA LACREU<sup>1</sup>

## RESUMEN

Este trabajo aporta un primer acercamiento en torno a dónde editan los investigadores universitarios en Uruguay. Parte de la hipótesis de que las escasas políticas editoriales universitarias así como el prestigio de ciertas editoriales comerciales llevan a los investigadores de la Universidad de la República a editar fuera de su ámbito académico de desempeño. Desde esta hipótesis pretende dar respuesta a preguntas como: ¿En qué proporciones editan los investigadores universitarios en editoriales comerciales del medio o en la Universidad? ¿Cuál es la política editorial de la Universidad en relación con las publicaciones de sus investigadores? ¿Existen líneas editoriales y sistemas de evaluaciones de pares que promuevan la edición —de calidad— dentro de la Universidad? Para ello, se trabajó en la generación de un corpus documental a partir de la sistematización de la información del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) en cuanto a las publicaciones de sus miembros. Esta información cuantificable se complementa con una mirada cualitativa desde la institucionalidad, en el sentido de poder construir un relato sobre las ediciones universitarias en el período de estudio, que va desde la apertura democrática en Uruguay —1985— hasta el presente, para conocer si en un mediano plazo la Universidad ha incluido, entre las grandes transformaciones que ha llevado adelante, una política encarada hacia la consolidación de su editorial universitaria. En tercer lugar, se releva la experiencia subjetiva de los propios autores mediante un formulario electrónico que dará cuenta de cómo toman las decisiones a la hora de editar. Así, se ofrecen algunas conclusiones primarias en la línea de la confirmación de la hipótesis de partida, junto con la lectura sistemática de la información relevada.

---

<sup>1</sup> Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad de la República, Uruguay. nairi.aharonian@gmail.com y maura.lacreu@gmail.com

## INTRODUCCIÓN

Uruguay tiene autores prolíficos y, consecuentemente, un prolífico «campo editorial».<sup>2</sup> De estos autores, muchos son investigadores de la Universidad de la República (Udelar)<sup>3</sup> y pertenecen además al Sistema Nacional de Investigadores (SNI) de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) de Uruguay.<sup>4</sup>

Por su parte, la Udelar tiene un Departamento de Publicaciones que forma parte desde 2008 en la Unidad de Comunicación (UCUR) y edita bajo el nombre de Ediciones Universitarias. Este departamento no es el único servicio de edición de la Universidad, ya que muchas de sus facultades e institutos, que funcionan en forma descentralizada, editan por su cuenta.

Con este trabajo se pretende comenzar a responder interrogantes referidas a dónde han editado los investigadores de la Universidad de la República entre 1985 y 2016 y por qué, además de qué políticas ha desarrollado la Universidad de la República en relación con sus ediciones y, en particular, con las que resultan de las investigaciones de sus docentes. Resulta importante también preguntarse cómo ciertas «operaciones de marcación»—siguiendo a Pierre Bourdieu (2002a)— repercuten en la decisión de los autores universitarios de editar dentro o fuera de su institución de pertenencia.

Como consecuencia de estas preguntas, tres hipótesis de partida guían este trabajo. La primera, que los investigadores de la Universidad de la República editan mayoritariamente fuera de su casa de estudios, salvo en los casos específicos de aquellos

2 Pierre Bourdieu entiende por *campo editorial* aquel «espacio social relativamente autónomo —es decir, capaz de retraducir, según su propia lógica, todas las fuerzas externas, económicas y políticas, especialmente—, en el cual las estrategias editoriales encuentran su principio», tomando este concepto específico del de *campo intelectual* y *campo cultural* (2012: 242). Definiciones sobre *campo cultural e intelectual* pueden verse en Bourdieu, 2002b.

3 «La Universidad de la República (Udelar) es la principal institución de educación superior y de investigación del Uruguay. En colaboración con una amplia gama de actores institucionales y sociales, realiza también múltiples actividades orientadas al uso socialmente valioso del conocimiento y a la difusión de la cultura. Es una institución pública, autónoma y cogobernada por sus docentes, estudiantes y egresados.» (Tomado de <<http://universidad.edu.uy/renderPage/index/pageId/108>>).

4 «La ANII es una entidad gubernamental que promueve la investigación y la aplicación de nuevos conocimientos a la realidad productiva y social del país. anii pone a disposición del público fondos para proyectos de investigación, becas de posgrados nacionales e internacionales y programas de incentivo a la cultura innovadora y del emprendedurismo, tanto en el sector privado como público. ANII desarrolló el Sistema Nacional de Investigadores, un programa de incentivos económicos a investigadores nacionales categorizados en base a un estricto sistema de evaluación. Además creó el Portal Timbó, que permite el acceso gratuito a todo tipo de publicaciones científicas de todo el mundo para todos los uruguayos.

La ANII funciona como mecanismo de articulación y coordinación entre los actores involucrados en el desarrollo del conocimiento, la investigación y la innovación.» (Tomado de <<http://www.anii.org.uy/institucional/acerca-de-anii/#/acerca-de-anii>>). Por más información puede consultarse <<http://www.anii.org.uy>>.

financiados por los programas de apoyo a publicaciones; la segunda, orientada a la institución, que la ausencia de políticas editoriales lleva a los autores a editar en editoriales comerciales y, por último, la tercera hipótesis, que las «operaciones de marcación» de las editoriales comerciales repercuten en las decisiones de los autores y orientan su preferencia por ellas.

#### DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE EDICIÓN UNIVERSITARIA EN AMÉRICA LATINA

Una editorial universitaria aporta al cumplimiento de uno de los objetivos de la educación superior —el de «acortar la brecha [...] entre el pensamiento académico y la realidad social, histórica y cultural de una sociedad»— si el conocimiento que se produce en el seno de la academia, «además de ser leído por la comunidad académica», llega a quienes no pertenecen a ella (Uribe, 2006: 41). En particular, la Universidad de la República establece en su ley orgánica que le incumbe también

... acrecentar, difundir y defender la cultura; impulsar y proteger la investigación científica y las actividades artísticas y contribuir al estudio de los problemas de interés general y propender a su comprensión pública; defender los valores morales y los principios de justicia, libertad, bienestar social, los derechos de la persona humana y la forma democrático-republicana de gobierno.<sup>5</sup>

A su vez, y en el entendido de que la misión de la universidad latinoamericana es, además de producir conocimiento, velar «por su conservación, transmisión y aplicación a la solución de los problemas de la sociedad» (Salazar Ferro en Uribe, 2006: 41), la edición de materiales académicos y su consiguiente circulación «también constituyen una herramienta esencial para mantener los niveles académicos de los docentes universitarios y garantizar que los estudiantes y la población en general puedan acceder a las propuestas nacidas dentro del aula» (Uribe, 2006: 41), al tiempo son fundamentales para acrecentar la bibliodiversidad<sup>6</sup> por la multiplicidad de temas que abordan desde diferentes miradas disciplinarias, aportando nuevos conocimientos que han de estar disponibles para la sociedad toda. La edición de estos materiales debe estar regida por «criterios y políticas de publicaciones que estén en concordancia con las necesidades del ámbito académico y cultural universitario y de la sociedad a la cual está adscrita, para que responda a las verdaderas de inquietudes de estas» (Salazar Ferro en Uribe, 2006: 42).

En resumen, siguiendo a Anna Aguilar, la «característica principal de una editorial universitaria» es que es «una empresa cultural que despliega su actividad editorial

5 Artículo 2 de la Ley Orgánica de la Universidad de la República (n.º 12.549 de 1958), disponible en <<http://dgjuridica.udelar.edu.uy/ley-organica/>> (consultado el 11 de agosto de 2016).

6 Sobre bibliodiversidad puede consultarse Mihal, 2011 o <<http://www.alliance-editeurs.org/bibliodiversidad?lang=es>> (última consulta: 20 de julio de 2017).

en un ámbito no editorial» (2012a: 65). Esto implica ciertas especificidades en su labor, que la distinguen de sus pares comerciales.

Claudio Rama (2006) y Leandro de Sagastizábal (2006) coinciden en señalar una gran debilidad de las ediciones universitarias de América Latina y el Caribe. El primero señala que esta debilidad, tradicional en «las editoriales públicas y universitarias de la región», se debe generalmente a la falta de políticas de promoción, venta y distribución de sus publicaciones, a que no existe «un análisis exhaustivo de los mercados para esas publicaciones» y a que la autonomía para gerenciarse es escasa y con mecanismos y procesos altamente burocratizados para la selección de textos, aspectos que se suman a «un concepto fuerte de los libros de textos universitarios como libros de ensayo» (Rama, 2006: 18-19). Afirma que estas carecen de «políticas editoriales estables» y denotan «escasa autonomía de gestión administrativa y financiera» y que se caracterizan, a su vez, por la «alta rotación de sus responsables, el poco margen de maniobra, el burocratismo y la ausencia de políticas de estímulo en la producción editorial» (2006: 19). A esto se suma una fuerte migración de los autores desde sellos nacionales a internacionales a partir de la década del noventa. Por su parte, De Sagastizábal busca las causas de la «precariedad de la gestión en que se desenvuelve actualmente buena parte de las ediciones universitarias» en la poca claridad respecto al «sentido y la orientación» de las ediciones en las universidades latinoamericanas y del Caribe (2006: 102).

## MATERIALES Y MÉTODO

Este avance de investigación se nutrió de dos tipos de datos. Por un lado, los que provienen de la información sobre títulos editados que los propios autores ofrecen en sus currículums en línea. Por otro lado, de una encuesta enviada a los autores (ver [anexo II](#)) para indagar en las decisiones que tomaron a la hora de editar dentro o fuera de la Udelar, que permitirá contrastar el relevamiento cuantitativo inicial con aspectos cualitativos. Se suma, finalmente, una mirada al otro actor involucrado —la Universidad—, a partir de la historización de su Departamento de Publicaciones.

El trabajo se acota al período 1985-2016 en el entendido de que al recuperar en 1985 la Udelarsu vida «normal» a partir de la apertura democrática posterior a la dictadura cívico-militar que comenzara en 1973, este corte temporal permite observar las continuidades a pesar de ciertas transformaciones políticas que ha vivido la Universidad de la República —sobre todo en los últimos quince años— y de los cambios que ha experimentado su Departamento de Publicaciones.

A continuación se detallan ambas miradas y se describe el proceso de trabajo con ellas.

## LAS EDICIONES UNIVERSITARIAS

Para este trabajo se intentó caracterizar a la editorial universitaria a partir de una breve reseña que condensa una sucesión de actos administrativos que no redundan en cambios sustantivos en relación con sus políticas editoriales<sup>7</sup> y de una entrevista en profundidad a la jefa del Departamento de Publicaciones, que permitió conocerlo desde dentro.<sup>8</sup>

Se pretende seguir los siete ejes que De Sagastizábal (2006) establece para comparar la situación de las editoriales en América Latina y el Caribe:

- la *autonomía* administrativa, financiera y editorial;
- los *tipos de estructuras* en cuanto a los recursos humanos y a la conducción además de a la existencia de un comité editorial;
- la producción bibliográfica;
- los *criterios de gestión* (fijación de precios y de definición de procedimientos);
- la relación con los autores;
- la distribución y las ventas;
- lo relativo a la *piratería* y la *reprografía* (sobre lo que no se profundizará).

#### LOS AUTORES UNIVERSITARIOS

La información sobre qué editoriales acogen a los autores uruguayos y, en particular, a los que nos ocupan —investigadores e investigadoras de la Universidad de la República que han editado entre 1985 y 2016—, puede obtenerse de diversos repositorios. Cabe hacer algunas precisiones sobre cómo se definió el universo a abarcar y cuáles fueron las fuentes utilizadas para obtener los datos primarios.

En primer lugar, se decidió acotar el universo de autores a relevar a los investigadores de la Universidad de la República, porque, además de ser una de las dos universidades públicas en Uruguay (si se tiene en cuenta la muy reciente creación de la Universidad Tecnológica),<sup>9</sup> es la que concentra alrededor del 80 % de los investigadores del SNI (Arocena, 2014: 80).

En segundo lugar, se eligió relevarlas ediciones de las áreas de las Ciencias Sociales y las Humanidades del SNI,<sup>10</sup> por la «enorme preponderancia de las ciencias sociales, las llamadas «ciencias blandas» y las ciencias aplicadas por sobre las «ciencias duras»» entre las publicaciones unitarias, en contraste con las periódicas, donde se invierte la carga, como consigna De Sagastizábal (2002: 10) para las editoriales universitarias argentinas.

7 En Polla, 2016.

8 Entrevista a Soledad Menéndez, julio de 2016.

9 Creada por Ley 19.043 en diciembre de 2012, durante el gobierno de José Mujica (Frente Amplio). Véase: <<http://www.utec.edu.uy/es/?pa=pagina&id=6>> (consultado el 10 de agosto de 2016).

10 Las áreas de conocimiento que el SNI utiliza son: Humanidades, Ciencias Agrícolas, Ciencias Naturales y Exactas, Ciencias Médicas y de la Salud, Ingeniería y Tecnología, y Ciencias Sociales (tomado de <[http://www.sni.org.uy/listado\\_de\\_investigadores](http://www.sni.org.uy/listado_de_investigadores)>).

A su vez, el SNI recopila y pone a disposición pública los currículums («cvuy») de los investigadores activos (los que residen en el país) y de los asociados (que residen en el extranjero). Dentro de estos dos grandes grupos, los investigadores están categorizados en cinco niveles: Iniciación, niveles I, II y III y Emérito, que se cruzan con las áreas de conocimiento. Se eligió trabajar con los residentes (los «activos»), en el entendido de que son quienes están más cercanos a la posibilidad de editar en nuestro país, y dentro de este grupo se relevaron en su totalidad los cinco niveles.

Cada investigador que integra el SNI ingresa sus datos en su cvuy en línea. Allí hay una sección dedicada a su producción bibliográfica, que se divide en dos partes: artículos —arbitrados y no arbitrados—, y libros y capítulos de libros. Para este trabajo se utilizó la categoría de libros publicados, ya que la participación de un autor en un capítulo no implica, en general, responsabilidad en la toma de decisiones sobre la edición del libro.

Se decidió trabajar sobre esta fuente porque ofrece datos que permiten estudiar caso a caso cada título consignado y porque cada autor puede señalar hasta cinco títulos que considere los más importantes de su producción bibliográfica, lo que permitió en una segunda etapa consultarlos sobre las decisiones que tomaron en relación con su edición.<sup>11</sup>

En lo que respecta al cvuy de los autores, la sección que recaba los datos sobre los libros publicados ofrece algunas dificultades, tanto para quien lo completa como para quienes lo relevan.<sup>12</sup> En este sentido, cabe destacar, en primer lugar, que no siempre los autores parecen distinguir entre editorial e imprenta o, incluso, organismo financiador —que, además, debe elegirse de una lista predeterminada—. También, los autores consignan de forma dispar a sus coautores o muchas veces no los explicitan ([imagen 1 del anexo 1](#)). En tercer lugar, el formulario ofrece la posibilidad de distinguir entre libro publicado y libro compilado, dicotomía que no resulta del todo clara, ya que tampoco se puede especificar el rol del autor ([imagen 2 del anexo 1](#)). A su vez, muchos autores incluyen libros en los que participan como coautores o como autores de capítulo sin ser sus autores principales o compiladores. Esto agrega, entonces, la tarea de cotejar cada título para asociarlo únicamente al autor o autores que hubieran podido decidir sobre la edición. En cuarto lugar, cuando el formulario solicita establecer el tipo de publicación, las opciones que ofrece no son claras, por lo que muchos títulos quedan consignados como «otros» ([imagen 3 del anexo 1](#)). Por último, los campos que corresponden al papel del autor no ofrecen opciones

11 Las capturas de pantalla de esta encuesta —aún a la espera de sumar más respuestas— pueden verse en el [anexo II](#). Se relevaron 1575 títulos y la encuesta se envió a sus 282 autores principales, de los cuales más de cien han respondido el cuestionario a la fecha.

12 Las capturas de pantalla de esta sección del cvuy (SNI, ANII) pueden verse en el [anexo I](#).

sencillas de diferenciar, por lo que a los efectos de este trabajo los roles se agruparon en dos grandes categorías, autor y compilador, para simplificar su estudio ([imagen 4 del anexo 1](#)).<sup>13</sup>

La información obtenida de los currículums en línea del SNI se sistematizó según se relevaba —por autor— y se cotejaron los datos de edición, caso a caso: editoriales, años de edición, coautorías, roles.<sup>14</sup>

Desde esta base de datos se estableció dónde han editado los investigadores uruguayos de la Udelar que están activos en el SNI, según tres categorías: las ediciones «puramente» universitarias, las coediciones (o «seudocoediciones») y las ediciones hechas enteramente fuera de la Universidad.

En la primera categoría se incluyen todas aquellas ediciones del servicio central editorial universitario así como de las diferentes facultades o institutos, sin distinción, al menos en este trabajo.

En la segunda —la de las «seudocoediciones»— se agruparon aquellas en las que figura la Universidad de la República, o alguna de sus facultades o institutos, junto con otras editoriales, sean editoriales privadas u organismos internacionales o estatales. Aquí deben hacerse algunas precisiones, que tienen que ver con el prefijo *seudo* que nombra a esta categoría: el agrupamiento no distingue entre aquellos libros coeditados «auténticamente» —lo que sería, en un acuerdo explícito interinstitucional o con un privado<sup>15</sup>— y aquellas publicaciones fruto o parte de investigaciones realizadas por miembros de la comunidad académica cuyos autores consignan su pertenencia institucional mediante el logotipo de la Universidad sin que haya habido necesariamente un proceso formal de validación de ese texto por parte de la institución.<sup>16</sup> No resulta sencillo, al menos con los métodos utilizados para relevar la información en el presente trabajo, establecer diferentes subcategorías, por lo que se optó por no considerarlas completamente externas a la Udelar. Muchos autores eligen reconocer su pertenencia, ya que —como también surge de la bibliografía consultada— las investigaciones son desarrolladas en el marco del desempeño laboral de sus

13 Las áreas de conocimiento en las que se dividen los investigadores del sni no se vinculan, por ejemplo, con la categorización de Dewey, utilizada para el isbn, lo que puede implicar un problema a la hora de cruzar información con las bases de datos de esta oficina.

14 Para esto se consultaron las bases de datos de la Universidad de la República, de la oficina de isbn en Uruguay y se consultaron en línea otros repositorios en los casos que ofrecían dudas.

15 Un ejemplo de esto sería una publicación coeditada por la Universidad de la República y la Junta Nacional de Drogas, donde cada parte financia un aspecto de la edición y donde ambas instituciones colaboraron en la producción del texto que resultó de la investigación.

16 Una investigación encargada a un equipo de la Facultad de Ciencias Sociales por parte del Ministerio de Desarrollo Social o de la unicef puede servir de ejemplo en este caso. En muchas publicaciones de este tipo la Universidad aparece consignada en los formularios y sus logos se incorporan en la publicación y, sin embargo, la institución como tal —o la oficina editorial— no han tenido participación en el proceso editorial.



autores en la Universidad. Otros autores mencionan como coeditora a la Universidad para darle prestigio al título publicado. En el cuestionario enviado a los autores se incluye una pregunta específica para arrojar alguna luz sobre estos tipos de coediciones, en el sentido de conocer de primera mano cómo se consignó en cada caso y, de ser posible, por qué.

El tercer grupo —el de las ediciones externas— incluye tanto las ediciones comerciales como las que se hacen desde organismos estatales o internacionales sin participación de ningún tipo de la Udelar, salvo la de albergar a sus autores.

Además de la cantidad de títulos editados en cada una de las categorías que se describieron, interesa analizar el comportamiento de cada uno de los actores individualmente, para lo cual, en la encuesta mencionada se intenta relevar —como ya se adelantó— cómo fue el proceso de edición de los (hasta) cinco títulos que los investigadores consignaron en sus cvuy como los más significativos en su producción académica.

Así, se les pidió que respondieran por cada uno de esos títulos para dar cuenta de dónde habían editado y qué factores habían incidido en su decisión —de haberla tomado ellos—. Se listaron los factores que hicieron que editaran dentro<sup>17</sup> o fuera<sup>18</sup> de la Udelar y se les solicitó también que ampliaran su respuesta. Si habían editado fuera, se pidió también que especificaran cómo habían consignado la participación de la Universidad —de haber existido— y cómo había sido esa participación, para poder obtener mayor detalle sobre el caso de las que hemos dado en llamar «seudocoediciones». Si, por el contrario, el título había sido editado dentro de la Universidad, se buscaba saber si había habido financiamiento externo y si había sido seleccionado por cuáles programas de apoyo a publicaciones.

## DISCUSIÓN

### LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

Si bien la editorial universitaria edita alrededor de treinta títulos anuales, estos no se vinculan más que a líneas editoriales que surgen de programas de apoyo a publicaciones de las sectoriales centrales de la Universidad y de definiciones políticas del Rectorado o de decanos y directores de facultades e institutos. Esto parece haber sido

17 Para los títulos editados dentro de la Universidad de la República, se pidió que marcaran entre los siguientes factores los que habían pesado a la hora de decidir dónde editar: la calidad de la edición, la rapidez, el prestigio, «porque estoy obligado/a por los lineamientos del programa de publicaciones» o la sugerencia de un colega o un superior.

18 Para los títulos editados fuera de la Universidad de la República, se pidió que marcaran entre las siguientes causas aquellas que habían tenido que ver en su decisión: la calidad de la edición, la rapidez, el prestigio, una mejor distribución/venta, «porque en la Universidad no hay un sistema para presentar manuscritos» o la recomendación de una editorial específica.

así para todo el período de estudio, salvo por el breve tiempo durante el que funcionó la comisión asesora del Departamento de Publicaciones.

En lo relativo al primer aspecto descripto por De Sagastizábal (2006) que se menciona en la sección anterior —la *autonomía*<sup>19</sup>—, desde 2008 el Departamento de Publicaciones de la Udelar pertenece administrativamente a la Unidad de Comunicación de la Universidad de la República (UCUR), que depende directamente del Rectorado y obtiene ciertos lineamientos de una comisión central cogobernada e integrada por representantes de servicios universitarios relacionados con la comunicación y un representante del rector. Más allá de cambios de denominación y de que haya compartido su pertenencia con unas u otras unidades administrativas, desde su creación en 1958 Ediciones Universitarias dependió directamente de las autoridades centrales de la Universidad de la República y fue concebida como una oficina de divulgación de la actividad académica —como ya se viera al comienzo de este trabajo—.<sup>20</sup> Si bien desde 1968 hasta la dictadura y después de ella hasta poco después de restituidas sus autoridades en democracia el Departamento de Publicaciones tuvo una comisión directiva —o asesora, según el período—<sup>21</sup> que definiría los títulos a editar, al dejar esta de reunirse y por ende de cumplir funciones de dirección en 1992 devolvió al departamento a su dependencia directa del rectorado universitario.

Su financiamiento proviene del presupuesto central de la Universidad para el pago de los recursos humanos —casi todos funcionarios de planta— y de los fondos previstos para los diferentes programas de apoyo a publicaciones, que no son propios de la editorial sino de cada sectorial que abre los llamados anuales. La editorial es, en definitiva, un proveedor de servicios editoriales para los programas.

El segundo aspecto descriptivo que plantea De Sagastizábal se relaciona con los *tipos de estructuras* de las editoriales.<sup>22</sup> El Departamento de Publicaciones ha

19 De Sagastizábal distingue entre las editoriales universitarias «que dependen directamente del rectorado o del vicerrectorado» y las que lo hacen «de la secretaría de Asuntos Académicos o de Extensión Universitaria» (2006: 120).

20 «Una de las formas de divulgación de los conocimientos científicos y de la actividad intelectual más eficaz que puede desarrollar la Universidad es la que se puede cumplir a través de un amplio plan de publicaciones, no solo de los trabajos científicos que se realizan en sus diferentes servicios, sino también de las obras importantes de autores nacionales y extranjeros» (*Plan Maggiolo*, citado por Polla, 2016).

21 Integrada, entre otros, antes del golpe de Estado, por Eduardo Galeano (Polla, 2016).

22 Los tipos de estructura describen los recursos humanos: cantidad, vínculo laboral y niveles de profesionalización. El mencionado autor incluye una posible clasificación, según cuenten con «comité editorial propio» o se guíen por «el referato externo» (De Sagastizábal, 2006: 120). Según él, un «modelo virtuoso» es aquel que implica «máxima autonomía», la conducción por parte de «un directorio u otro órgano similar que determina las políticas —inclusive los mecanismos de validación (referato, lectores especialistas u otro) y los procedimientos—», y un «estamento gerencial» que gestiona «las áreas básicas de la empresa [...] y lleva adelante la ejecución de las políticas» (2006: 124).

disminuido su personal, durante el período que se estudia, de cien funcionarios a alrededor de diez, que actualmente integran las áreas de producción editorial y de administración y ventas. Si bien los cargos de la primera área son técnicos, en contraste, los funcionarios vinculados a la promoción y a la venta se han formado en estos temas pero provienen del ámbito administrativo universitario. Como se dijo, integra desde 2008 la UCUR, junto con el Proyecto Portal, la Secretaría de Prensa del Rectorado, el Centro de Información Universitaria y el Departamento de Medios Técnicos (Polla, 2016).

Carece de un comité editorial y las decisiones sobre las ediciones se toman desde el Rectorado. Así, durante los rectorados de José Brovotto (1989 a 1998) «en la práctica los proyectos se seleccionaban en las distintas facultades y se presentaban a la agenda del Departamento», pero quien «decidía muchas de las publicaciones que se hacían y que pagaba Rectorado» era el secretario técnico del rector (Polla, 2016). De la misma forma, antes de que se integrara a la UCUR, el rectorado de Rodrigo Arocena había decidido que se creara en el Departamento de Publicaciones la colección Clásicos Universitarios, en cuyo marco se reeditaron obras de referencia de las ciencias sociales y las humanidades, sin que mediara la opinión formal de un comité de expertos.

Un tercer aspecto describe la *producción bibliográfica*.<sup>23</sup> Como se adelantó, si bien Ediciones Universitarias publica una cantidad de títulos nada despreciable para el medio, el catálogo que estos conforman no responde a decisiones propias de la editorial, sino que se organiza actualmente a partir de los programas de apoyo a publicaciones de las sectoriales de Investigación,<sup>24</sup> de Enseñanza<sup>25</sup> o de Educación Permanente,<sup>26</sup> de la colección Clásicos Universitarios, de las Ediciones del Rectorado

23 La producción bibliográfica da cuenta de los «perfiles del catálogo», la cantidad de títulos editados y los «mecanismos para la aprobación de originales» (De Sagastizábal, 2006: 111). Para consultar el catálogo de Ediciones Universitarias véase [http://www.universidad.edu.uy/pmb/opac\\_css/](http://www.universidad.edu.uy/pmb/opac_css/) (consultado el 28 de junio de 2017).

24 Por más información sobre la Comisión Sectorial de Investigación Científica (csic), puede consultarse en <<http://csic.edu.uy/>>. La información específica sobre el Programa de Apoyo a Publicaciones puede verse en <<http://csic.edu.uy/renderPage/index/pageId/140>> y la relativa al programa «Artículo 2» en <<http://csic.edu.uy/prensa/renderItem/itemId/38730/refererPageId/445>> (consultado el 12 de agosto de 2016).

25 Más información sobre la Comisión Sectorial de Enseñanza (cse), puede obtenerse en <<http://www.cse.udelar.edu.uy/>> (consultado el 12 de agosto de 2016). El llamado 2017 a publicación de manuales de enseñanza (esta vez online) puede verse en <<http://www.cse.udelar.edu.uy/wp-content/uploads/2016/11/Bases-manuales-didacticos-2017-ultima.pdf>> (consultado el 23 de junio de 2017).

26 Por más información sobre la Unidad Central de Educación Permanente puede consultarse en <<http://www.eduper.edu.uy/>>. El llamado 2015 a publicaciones puede consultarse en <http://www.eduper.edu.uy/noticias/convocatoria-publicacion-o-edicion-de-material-educativo-2015/> (consultado el 12 de agosto de 2016).

—de corte más institucional—<sup>27</sup> y de títulos sueltos que se editan con aval del gobierno central a pedido de los servicios universitarios o por vinculación directa de los autores con el Rectorado. Así, por ejemplo, durante los rectorados de Rafael Guarga (1998-2002 y 2002-2006), «se resolvió publicar solo las obras que contaran con el aval de autoridades universitarias: que estuvieran refrendadas por cartas de decanos u otras autoridades» (Polla, 2016).

A continuación se ofrecen algunos ejemplos de la percepción de los autores/investigadores acerca de las políticas editoriales de la Udelar.<sup>28</sup>

El programa de manuales didácticos da mucho apoyo en horas para apoyo editorial, generación de recursos didácticos, etcétera [BO6].

... Es una de las grandes carencias que siempre ha tenido la Universidad. Como esta realidad cambió apuesto a las publicaciones porque entiendo son de buena calidad y a nivel académico al ser arbitradas otorgan prestigio que valoro [BO61].

... los largos tiempos de edición de Udelar implicaban que, al publicarse el libro, hubiera que reactualizarlo en forma completa [AC71].

Al carecer de un comité editorial, las decisiones en torno a la construcción de su catálogo están distanciadas del Departamento de Publicaciones y atadas a las definiciones de las autoridades de la Universidad, cuyo aval suele bastar para que una publicación cuente con el sello editorial.<sup>29</sup> Esto ha sido así para el período estudiado, con el matiz de que los servicios han ido creando paulatinamente sus propios departamentos de publicaciones (o los han reconvertido a partir de sus oficinas de apuntes), en sintonía con lo que se observa en universidades como la de Buenos Aires (De Sagastizábal, 2002: 11). Entonces, si bien muchos de los originales —más que nada aquellos seleccionados por programas de apoyo a publicaciones— «gozan del aval que el campo científico exige», aún «no han sido evaluados para saber si [...] [satisfacen] la necesidad de sus lectores» (2006: 145).

En relación con lo mencionado, así perciben algunos de los autores consultados las posibilidades reales de presentar sus trabajos para ser editados por la Universidad:

Porque en 1990-1991 no había mecanismos para publicar un trabajo fruto de una DT en música [P16].

27 Pueden consultarse aquí: <[http://www.universidad.edu.uy/bibliotecas/?page\\_id=471](http://www.universidad.edu.uy/bibliotecas/?page_id=471)> o en <[http://www.universidad.edu.uy/pmb/opac\\_css/index.php?lvl=etagere\\_see&id=4](http://www.universidad.edu.uy/pmb/opac_css/index.php?lvl=etagere_see&id=4)> (consultado el 12 de agosto de 2016).

28 La nomenclatura utilizada para referenciar los ejemplos corresponde a la ubicación de las respuestas en la planilla de sistematización de respuestas de la encuesta.

29 El Departamento de Publicaciones fue cambiando su catálogo, que a comienzos del período que se estudia —y antes también— estaba compuesto mayoritariamente por textos de apoyo para el dictado de clases y que, para la primera década del siglo XXI, está integrado mayoritariamente por los productos de investigaciones y por publicaciones institucionales. Esto podría afirmarse también para los departamentos de publicaciones de las facultades e institutos.

[Ediciones] Trilce se interesó en publicar el texto inmediatamente, mientras que no parecía haber caminos previstos en la Universidad [Q16].

No existe mecanismo para publicar tesis de posgrado [AI85].

En el momento de la edición no había programa de publicaciones [AO62].

... en la Universidad no hay un sistema para presentar manuscritos [AO77].

Necesitaba una editorial que pudiera hacerse cargo de la traducción del original en inglés [AI62].

Se trató de una publicación que requirió determinada calidad y un *timing* muy específico [AO85].

A este respecto, De Sagastizábal establece que «las editoriales universitarias no logran hacer «la necesaria distinción entre lógica académica y lógica editorial»» (2006: 144). Además, muchas veces se considera a la editorial universitaria como una mera «agencia de servicios editoriales, o más precisamente, una oficina de impresiones», que permite a los investigadores «mojonar una trayectoria académica» (2006: 145), de modo que los títulos editados «rara vez son el fruto de una propuesta de la editorial para salir al encuentro de los lectores» (2006: 148) y en general «buscan satisfacer las demandas de sus docentes», ya que se publica «para que el docente o investigador tenga su ISBN y su libro para justificar su sostenimiento en el sistema de incentivos» (Friera, 2008). Esta descripción parece coincidir con lo que se observa para el caso de las Ediciones Universitarias. El siguiente ejemplo corresponde a la respuesta de uno de los autores consultados:

Cada vez más se nos exige publicar en la carrera académica, pero a su vez es una obligación para que sea realmente un aporte a la gente [AU109].

En lo que respecta a los *criterios de gestión* (que incluyen los mecanismos de fijación de precios, los procedimientos, los modos de relación con los autores), la editorial universitaria fija sus precios teniendo en cuenta que se trata de libros subvencionados, de modo que resultan en ejemplares baratos en relación con el promedio del mercado nacional. En este sentido, Aguilar afirma que uno de los desafíos de las editoriales universitarias es que

... deben tratar de encontrar equilibrio entre aquellas colecciones que, si están dirigidas a un público de docentes o estudiantes, requieren de un PVP accesible (porque compiten con la fotocopia u otros materiales) y otras colecciones que, en función de su producción, insumen mayores costos y se dirigen a un público más especializado, por lo que el precio acompaña ese perfil (2012a: 73).

En lo que hace a los *procedimientos*, el circuito de producción se inicia con el ingreso a la editorial de un título aprobado previamente para seguir una ruta bastante estándar por las distintas instancias del proceso de edición. Así, se corrige y se diagrama dentro del Departamento de Publicaciones para enviar el archivo final

a imprentas previamente licitadas. Durante este proceso, la *relación con los autores*<sup>30</sup> implica un diálogo con ellos para el trabajo específico de cada área técnica, pero los aspectos vinculados con el contrato de edición y su relacionamiento administrativo usualmente se desarrollan fuera del departamento en las sectoriales centrales o el Rectorado. Así lo ven algunos de los autores consultados:

El proceso de edición es muy atento y exhaustivo, lo que garantiza un buen libro, en lo que respecta a su aspecto más importante: el contenido (BJ71)

La edición es vistosa y linda y además soy Dedicación Total, por ende prefiero publicar en la Udelar para devolver algo del conocimiento generado (BE49).

Entre las opciones planteadas, Junta Nacional de Drogas o el servicio de publicaciones de Humanidades, la calidad mayor de edición la tiene este servicio (BO39).

Es de orden agregar que muchos de los libros editados en el seno de la Udelar se disponibilizan en línea luego de seis meses de impresos, según consta en el contrato de edición,<sup>31</sup> lo que más allá de su posible repercusión en las ventas no se ha resuelto de modo de favorecer su recepción entre los lectores

Uno «de los grandes problemas sin solucionar de la industria editorial y uno de los más determinantes en el campo de la edición universitaria» (Aguilar, 2012a: 75) — que surge en la entrevista con la jefa de publicaciones y que señalan De Sagastizábal y Uribe—es el de la distribución.<sup>32</sup> En los últimos años, la editorial universitaria ha perdido un punto de venta importante y ha pasado a compartirlo con el Centro de Información Universitaria en un local dentro del edificio central de la Udelar. No tiene otros puntos de venta y su distribución es limitada en las librerías locales. Tampoco cuenta con políticas claras de promoción de su catálogo ni ha incursionado en la venta en línea o en la impresión a demanda. Esta dificultad no es extraña al resto del continente, donde es usual que la venta y la distribución del libro universitario «se concentre en las bocas de venta pertenecientes a la institución» (De Sagastizábal, 2006: 169).

30 En general, «el trabajo de los autores carece de la retribución que determinan la ley o las prácticas habituales en el circuito comercial», porque suele entenderse desde la institución universitaria que «la sola difusión de la obra se percibe como suficiente pago por el trabajo intelectual» (De Sagastizábal, 2006: 164).

31 Para el caso de la Universidad de la República, el contrato que se firma entre esta y los autores que editan, al menos en la csic, es el que puede verse en <<http://www.propiedadintelectual.udelar.edu.uy/wp-content/uploads/2014/09/Contrato-de-Cesi%C3%B3n-de-Derechos-tipo-Derechos-de-autor.odt>> (consultado el 11 de agosto de 2016).

32 De Sagastizábal hace especial hincapié en las «estrategias de ampliación de mercados», la distribución y las «actividades de promoción y marketing» (2006: 111). En lo que respecta a este eje, el autor señala que «la edición universitaria de la región no suele concebir un plan estratégico acerca de cómo hacer para que sus libros se encuentren con sus lectores, aun en aquellas editoriales que se proponen satisfacer la demanda del público general, más allá del universitario» (2006: 168).

En el momento en que publiqué dicho libro (2000), la visualización pública de los libros de ediciones universitarias era extremadamente reducida [W69].

No lo publicamos por editorial sino en una imprenta. La temática era inabordable para una editorial. Son libros que no se venden [AC37].

Hubiera preferido otra editorial —como permitía antes el programa— pues tienen mayor circulación a nivel nacional [BJ96].

Por la distribución extramuros de la universidad [W65].

... La editorial Banda Oriental solo participó en llevar el libro a la imprenta [...], vigilar la edición y encargarse de entregar parte de la edición al distribuidor (Gussi). El 100% de los libros de la edición me fue entregada (una parte a Gussi y el resto a mí)[BW66]

La fhce se ocupó del diseño [...]. También de la distribución, que fue muy problemática [CD66].

El libro se regala, lo que permite hacerlo llegar a un «público objetivo», pero no se llega a otros círculos, ya que no se lo difunde por los canales de distribución de los libros[CC76].

Igualmente, asumiendo que en el campo académico se solapan autores y lectores, cabría preguntarse si en Uruguay los textos de autores propios de la Udelar se incorporan a las bibliografías de los cursos que se dictan en ella o si se cumple lo que De Sagastizábal recoge para las universidades de la región, en el sentido de la casi nula inclusión «de textos propios de cada casa de estudios como parte del programa de cada materia», lo que implica que «los alumnos de las universidades [...] comprarán ediciones comerciales importadas y, en menor medida, también comprarán ediciones comerciales locales» (2002: 12).

#### LOS AUTORES UNIVERSITARIOS

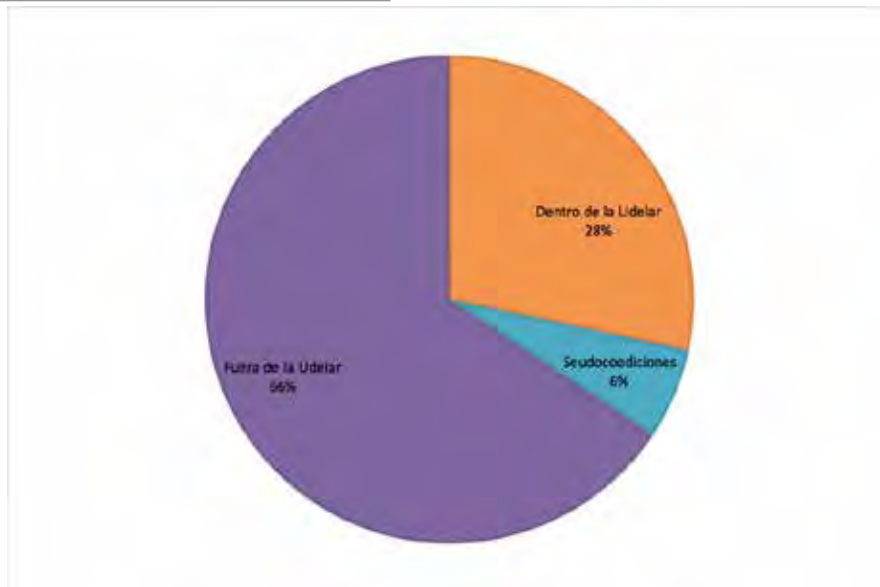
Como se explicó en la sección «Materiales y método», se trabajó con un total de 1575 títulos,<sup>33</sup> que se dividen en el gráfico 1 según las tres categorías ya reseñadas: ediciones hechas completamente en el seno de los servicios editoriales universitarios, seudocoediciones y ediciones fuera de la Universidad de la República. Así, 28 % de los títulos se editaron dentro de la Udelar, 6 % son títulos seudocoeditados y el 66 % del total se editó fuera de la institución.

---

33 Luego de eliminar los títulos duplicados fruto de su consignación por parte de cada uno de sus coautores o cocompiladores.

GRÁFICO 1.

DÓNDE HAN SIDO EDITADOS LOS LIBROS DE LOS UNIVERSITARIOS EN URUGUAY, 1985-2016, SEGÚN CONSIGNAN SUS PROPIOS AUTORES



Fuente: elaboración propia a partir de datos procesados desde el SNIde la ANII, disponibles en <[http://www.sni.org.uy/listado\\_de\\_investigadores](http://www.sni.org.uy/listado_de_investigadores)>.

Que la mayoría de los autores haya editado fuera de su ámbito de desarrollo académico no resulta sorprendente luego de conocer la realidad de las Ediciones Universitarias. Como evidencian las respuestas de los autores, es probable que la falta de políticas editoriales claras, la ausencia de un catálogo consistente y sostenido por el referato o la validación académica sistemática además de un conocimiento de las demandas de los lectores, la poca claridad en los procesos de selección de originales, sumada a la evidente dificultad para la venta y la distribución de sus ediciones, sean definitorias a la hora de elegir dónde editar.

Cabe detenerse en este punto para explorar si, por otro lado, para los investigadores de la Universidad de la República el prestigio fue una razón para elegir dónde editar. Se entiende que el prestigio implica en el imaginario de los autores la transferencia de capital simbólico que conllevan estas las operaciones de marcación que Pierre Bourdieu menciona en su texto «Las condiciones sociales de la circulación internacional de las ideas (2002a).

Bourdieu se refiere a la importación y exportación de ideas de un campo nacional a otro y señala que se da un conjunto de operaciones sociales desde el campo de



origen hacia el de recepción en el campo intelectual de uno y otro campo nacional. Así, Bourdieu señala que existen una «operación de selección (¿qué se traduce?, ¿qué se publica?, ¿quién traduce? ¿quién publica?)», una «de marcación (de un producto previamente «sin marca») a través de la casa de edición, la colección, el traductor y el prologuista» y, finalmente, una «de lectura (lectores aplicando a la obra categorías de percepción y problemáticas que son el producto de un campo de producción diferente)» (2002a: 3). Estas operaciones son traspolables al análisis de un campo nacional y permiten analizar, en este caso particular, cómo influyen —sobre todo la de marcación (una cubierta, un prologuista específico, una editorial concreta o una de sus colecciones)— en las decisiones de los investigadores a la hora de editar.

Cabe problematizar también si, en el caso de estudio, no hay cierto solapamiento entre autores y lectores —ambos conformando el campo académico— de modo que las operaciones de lectura y las de marcación se retroalimentan y refuerzan el imaginario acerca del prestigio. En este sentido, a diferencia de los ejemplos que brinda Bourdieu, habría cierta conciencia sobre las operaciones de selección y de marcación que influyen en las decisiones.

Así, tanto para decidir si editar dentro de la Universidad de la República o en editoriales comerciales del medio, los autores consideraron el prestigio como una razón de peso. Es importante tener en cuenta acerca de los ejemplos que presentaremos a continuación, que son solo eso: ampliaciones voluntarias de una respuesta previa, de opción múltiple, sobre las razones que llevaron a la decisión de dónde publicar, de manera que no son representativos de las respuestas concretas sobre el tema. En una etapa posterior de esta investigación contaremos con la sistematización de las respuestas obligatorias.

De quienes ampliaron su respuesta sobre su decisión de editar fuera de la Universidad, algunos autores ampliaron sus respuestas y explicaron:

El prestigio es la razón principal, y si bien en una perspectiva muy acotada la Udelar lo tiene, está lejos de alcanzar un reconocimiento similar al que tienen otras ediciones universitarias de América Latina y todavía más lejos de las de habla inglesa [Q26].

... el proceso de arbitraje del capítulo así como la editorial dan garantías de calidad e implican un mayor reconocimiento [AC7].

Ediciones de la Banda Oriental es una de las editoriales más prestigiosas en lo que a libros de historia se refiere [AO96].

Si bien, como muestra el relevamiento de los cvuy, la mayoría de autores editó en editoriales comerciales, entre aquellos que sí lo hicieron en la Udelar, hubo algunos que consideraron que el sello de la Universidad de la República otorgaba prestigio a sus publicaciones, unos por los procesos de selección de originales mediante arbitraje o revisión de pares:

Es más reconocida una publicación universitaria (que pasa por referato) que una edición independiente [AZ12].

En mi caso, la evaluación de pares establecida en la convocatoria a publicaciones de csic fue un factor central al momento de decidir dónde publicar [BO42].

Publicar en una editorial universitaria implica que el libro fue arbitrado [AZ76].

Asegura académicamente la producción escrita [B]70].

Por el control de calidad, exigencia y capacidad de difusión del libro, por otra parte, la trayectoria y reconocimiento nacional e internacional de la Udelar [BO33].

Otros, de entre quienes editaron en los servicios de publicaciones, simplemente entendieron que la «marca» de Ediciones Universitarias transfiere prestigio:

Considero que lo más prestigioso para un docente/investigador es que la universidad en la que trabaja publique sus investigaciones [B]71].

El mérito que significa siendo la Universidad [de la República la] más grande de Uruguay [BO73].

En un primer acercamiento, surge que de los títulos editados en la Udelar, casi una tercera parte ha sido editada por los programas de publicación de las sectoriales de investigación o enseñanza —que explícitamente abren llamados para los miembros de la comunidad académica—.<sup>34</sup> Es pertinente aclarar que otros libros surgidos en la propia institucionalidad universitaria se han editado en editoriales comerciales del medio, sea porque al momento de la edición la Universidad no contaba con mecanismos dentro de los llamados de las sectoriales que obligaran a editar en el Departamento de Publicaciones —como ya se vio— o porque persisten mecanismos formales que otorgan los fondos para editar fuera de la Udelar, como se expresa en algunas respuestas de los investigadores:<sup>35</sup>

34 Es pertinente aclarar, en relación con estos llamados, que hasta 2011 el Programa de Apoyo a Publicaciones de la csic entregaba el dinero a los docentes cuyos trabajos resultaran seleccionados y estos editaban en editoriales comerciales o con editores profesionales o simplemente entregaban sus textos a imprentas. Esto implica una dificultad en el registro, que debe tenerse en cuenta y que podría relevarse caso a caso, que tiene que ver con que algunos libros editados en esas condiciones aparecen como coediciones y otros figuran como libros editados fuera de la Universidad. En este sentido, las respuestas obtenidas a partir de la encuesta a los autores permitirán un mejor discernimiento.

Puede ampliarse información sobre este llamado en <<http://www.csic.edu.uy/renderPage/index/pageId/140>>, ya que sus bases se han ido modificando en el correr del período de estudio, no solo en lo concerniente al proceso de edición, sino también al de revisión de pares de los originales presentados a concurso. Este llamado selecciona actualmente alrededor de 25 títulos anuales, que han ascendido a más de cincuenta en algunas de sus ediciones en el tiempo que lleva activo.

35 Ejemplos de esto son títulos del Espacio Interdisciplinario o aquellos editados mediante el programa «Artículo 2» (para más información sobre esta última modalidad, considerada de divulgación o de aporte a la comprensión pública de temas de interés general, véase <<http://www.csic.edu.uy/renderPage/index/pageId/141>>).

Recibimos el apoyo de la CSIC para publicaciones, pero en esa época (2010) no había un sistema propio en la Udelar, sino que había que contratar una editorial externa. En este caso fue Fin de Siglo [AC10].

En aquel momento, el único modo conocido era aspirar a CSIC y que CSIC diera el dinero para publicarlo donde fuera más barato [AO2].

De los títulos editados fuera de la Universidad, alrededor del 10 % aparece editado por organismos internacionales o estatales y menos de la mitad proviene de editoriales privadas de mayor o menor envergadura y pocas imprentas. El resto se reparte entre organizaciones no gubernamentales o de la sociedad civil. Aquí conviene recordar que muchos investigadores son contratados por organismos del Estado o internacionales para desarrollar estudios —sobre todo en el área social—, cuyo informe es editado por los mismos organismos —y también coeditado o «seudocoeditado», según surge también en la sección «Materiales y método» de este trabajo—. También debe apuntarse que algunas de las ediciones que aparecen como comerciales pueden provenir de fondos de la propia Universidad de la República, aunque esta no figure como coeditora (esto aparece con mayor claridad cuando se trata de títulos publicados en imprentas o por servicios editoriales que no necesariamente conforman una editorial industrial profesional).

Además de las apreciaciones hechas en «Materiales y método» sobre las coediciones, se puede agregar que así como «la coedición de las publicaciones es un recurso de las editoriales universitarias» (Uribe, 2006: 48) en la región, en Uruguay su porcentaje no resulta significativo en relación con las ediciones realizadas dentro de la Universidad o completamente fuera de ella. Cabe agregar que las cifras obtenidas en la sistematización de este estudio indican que la tercera parte de las «seudocoediciones» se hacen con organismos internacionales o estatales. En este sentido, los autores han respondido acerca de cómo consignan la participación de la Universidad en este tipo de coediciones mostrando un abanico de posibilidades:

Se coloca el logo de la Udelar, del programa o del servicio (Z90, AF11, AL11, AR11, AL20, AR25 y otros)

Se consigna la pertenencia de los autores (AL28, T106, BZ111)

Se menciona en los agradecimientos (AL15, AR15, AR17, T62)

Se presenta como coedición (AR2, Z26, AF38, AL62, AL64, AL75, AL103)

## CONCLUSIONES

Tres hipótesis se plantearon al comienzo de este trabajo en relación con las ediciones de los investigadores de la Universidad de la República categorizados en el SNI. Por un lado, que estos investigadores e investigadoras editan mayormente fuera de la Universidad y, desprendidas de esta primera, que no hay en la Universidad una

política editorial concreta en relación con las publicaciones de sus investigadores al tiempo que el prestigio que las operaciones sociales de marcación otorgarían a los libros editados fuera de la Universidad impulsa a los autores universitarios a buscar editoriales comerciales, a pesar de que, como se vio en la sección «Discusión» otros consideran que la Universidad sí otorga prestigio. Sin embargo, el prestigio asociado a la Universidad está, justamente asociado a la institución y no a su editorial, matiz en el que deberá seguir hilando esta investigación.

A partir de la información sistematizada de los cvuy en el SNI y de la que surgió de las encuestas a los autores —aún en proceso, como se dijo—, puede afirmarse que los investigadores de la Universidad de la República eligen editar sus libros fuera de ella y que cuando lo hacen en su editorial es porque se han presentado a llamados específicos a publicaciones. Si estos programas de apoyo a publicaciones son parte de una política editorial es una cuestión menos sencilla, ya que si bien promueven la edición en la Universidad, no han sido diseñados en el seno del Departamento de Publicaciones ni forman parte de un conjunto de líneas editoriales o colecciones que conformen un catálogo previamente diseñado.

Resta seguir profundizando en distintos aspectos de las ediciones de las y los investigadores de la Universidad de la República, en el sentido de conocer de primera mano y sistemáticamente cuáles han sido los motivos para editar fuera o dentro de. Es necesario también continuar indagando en estudios caso a caso para conocer con mayor detalle las características de las tres categorías que se construyeron para este estudio así como cuáles operaciones de marcación desde el ámbito privado y el público repercuten en el imaginario de nuestros investigadores y autores universitarios. Cabe seguir preguntándose también hasta dónde se solapan los campos de producción y recepción en el caso de nuestra academia y cómo las operaciones de marcación son más o menos evidentes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

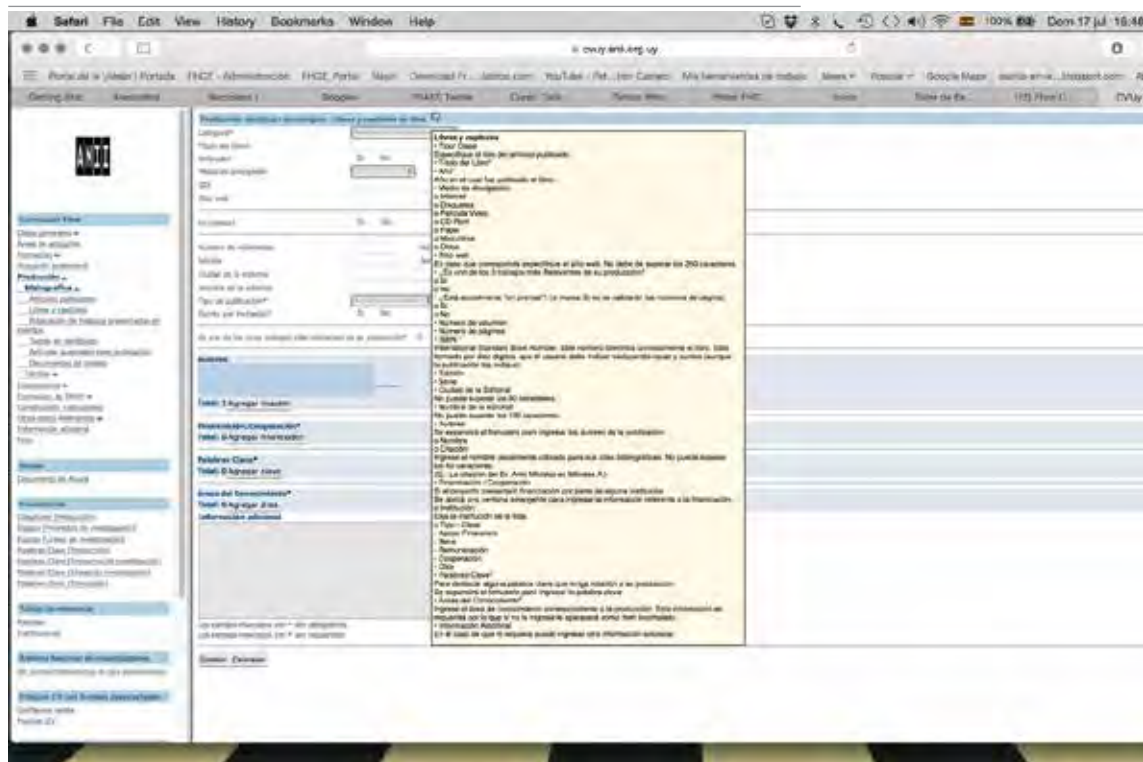
- AGUILAR, A. M. (2012a). «Estrategias de visibilidad en la editorial universitaria. El caso de la editorial de la Universidad Nacional de Quilmes», en BROITMAN, ANA ISABEL, *Pensar la edición. Los editores y el campo editorial*, Buenos Aires: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires.
- (2012b) «Visibilidad en las editoriales universitarias: el encuentro con el lector», *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, 31 de octubre al 2 de noviembre de 2012, La Plata, Argentina. Disponible en <[http://memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.1918/ev.1918.pdf](http://memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1918/ev.1918.pdf)> [Consultado el 30 de julio de 2016].
- AROCENA, R. (2014). *Trabajando por una Segunda Reforma Universitaria: La Universidad para el desarrollo*, Montevideo: Universidad de la República, 2014.
- BOURDIEU, P. (2002a). «Las condiciones sociales de la circulación internacional de las ideas», en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n.º 145, pp. 3-8. doi: 10.3406/arss.2002.2793.
- (2002b). *Campo de poder, campo intelectual*, Buenos Aires: Montessor.
- (2012). *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires: Eudeba.

- DE SAGASTIZÁBAL, L. (2002). «Informe sobre la situación y perspectivas de las editoriales universitarias en Argentina», en *La Educación Superior en América Latina*, n.º 9, IESALC-Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la República Argentina.
- (2006). «Estudio comparativo de las editoriales universitarias de América Latina y el Caribe», en RAMA, C.; URIBE, R. y DE SAGASTIZÁBAL, L., *Las editoriales universitarias en América Latina*, Bogotá, IESALC-CERLALC.
- FRIERA, S. (2008). «A sacar los libros de los claustros», *Página/12*, 27 de junio de 2008, Disponible en <<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/2-10469-2008-06-27.html>> [Consultado el 31 de julio de 2016].
- MIHAL, I. (2011). «Bibliodiversidad: una mirada a las políticas culturales estatales», ponencia presentada en el *II Seminário Internacional Políticas Culturais*, Fundação Casa Rui Barbosa, Río de Janeiro.
- POLLA, R. (2016). «Breve historia de publicaciones y ediciones universitarias (1957-2014)». Montevideo, Universidad de la República, 2016 [mimeo].
- RAMA, C. (2006). «Los desafíos de las editoriales universitarias de América Latina en la sociedad del saber», en RAMA, C.; URIBE, R. y DE SAGASTIZÁBAL, L., *Las editoriales universitarias en América Latina*, Bogotá: IESALC-CERLALC.
- RUIZ SERNA, L. (2011). «Políticas editoriales que contribuyen a la generación de una producción científica de alta calidad y con impacto social. Caso Universidad Antonio Nariño en Bogotá, Colombia», ponencia presentada al *XVIII Congreso Nacional de Divulgación de la Ciencia y la Técnica y 2.º Congreso Estatal de Difusión y Divulgación de la Ciencia y la Tecnología*, Morelia, Michoacán, octubre de 2011, Disponible en <[http://www.someditcyt.org.mx/congreso\\_2011/memorias/congreso18\\_54.pdf](http://www.someditcyt.org.mx/congreso_2011/memorias/congreso18_54.pdf)> [Consultado el 31 de julio de 2016].
- TABAROVSKY, D. (2012). «Libros públicos», *Perfil.com*, 28 de enero de 2012, Disponible en <[http://www.perfil.com/ediciones/2012/1/edicion\\_646/contenidos/noticia\\_0018.htm](http://www.perfil.com/ediciones/2012/1/edicion_646/contenidos/noticia_0018.htm)> [Consultado el 31 de julio de 2016].
- URIBE, R. (2006). «La edición de libros en las universidades de América Latina y el Caribe», en RAMA, C.; URIBE, R. y DE SAGASTIZÁBAL, L., *Las editoriales universitarias en América Latina*, Bogotá, IESALC-CERLALC.

ANEXO I.

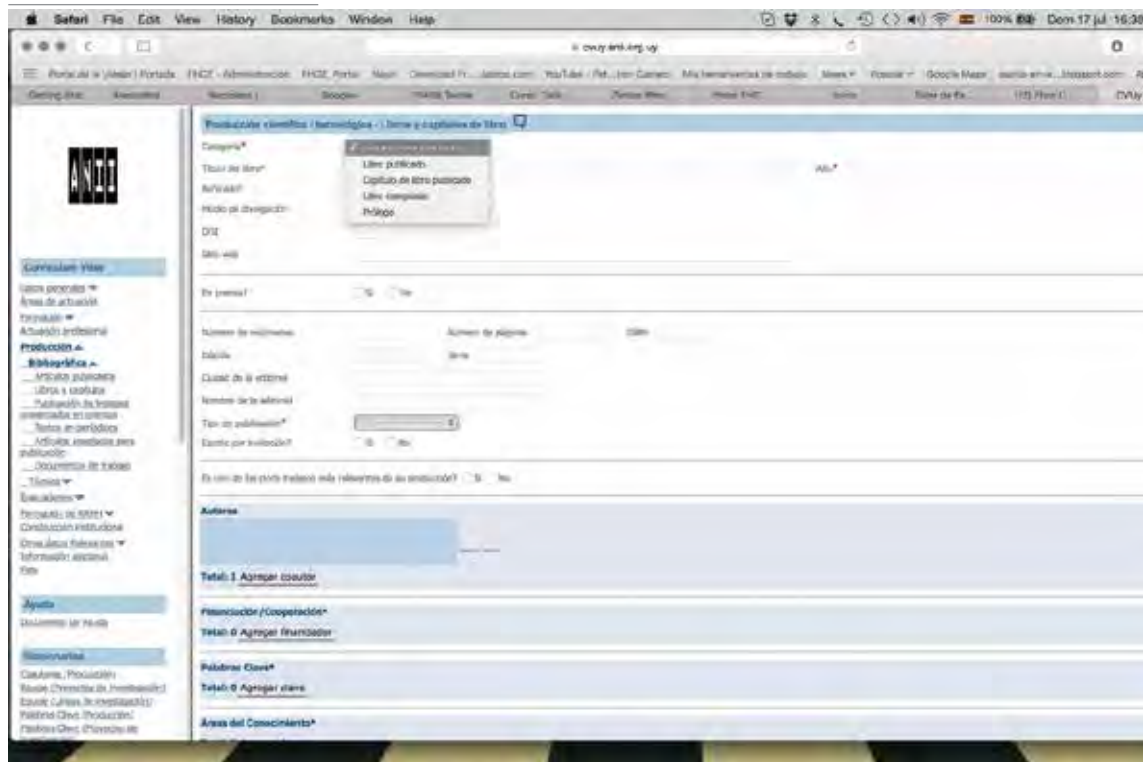
SECCIÓN «LIBROS PUBLICADOS» DEL CVUY DEL SNI

IMAGEN 1. INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO DE LA SECCIÓN  
«PRODUCCIÓN CIENTÍFICA/TECNOLÓGICA – LIBROS Y CAPÍTULOS DE LIBRO»



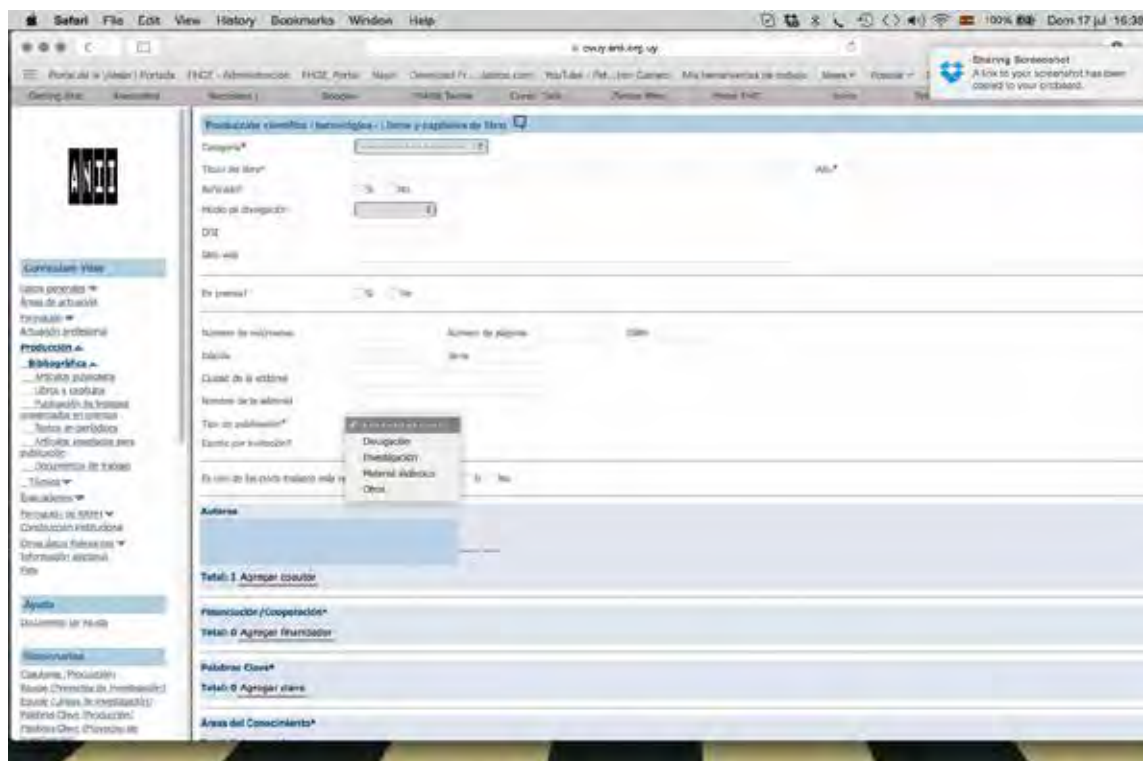
Fuente: captura de pantalla tomada de cvuy.anii.org.uy

**IMAGEN 2.** OPCIONES DE LA «CATEGORÍA»: LIBRO PUBLICADO, CAPÍTULO DE LIBRO PUBLICADO, LIBRO COMPILADO, PRÓLOGO



Fuente: captura de pantalla tomada de [cvuy.anii.org.uy](http://cvuy.anii.org.uy)

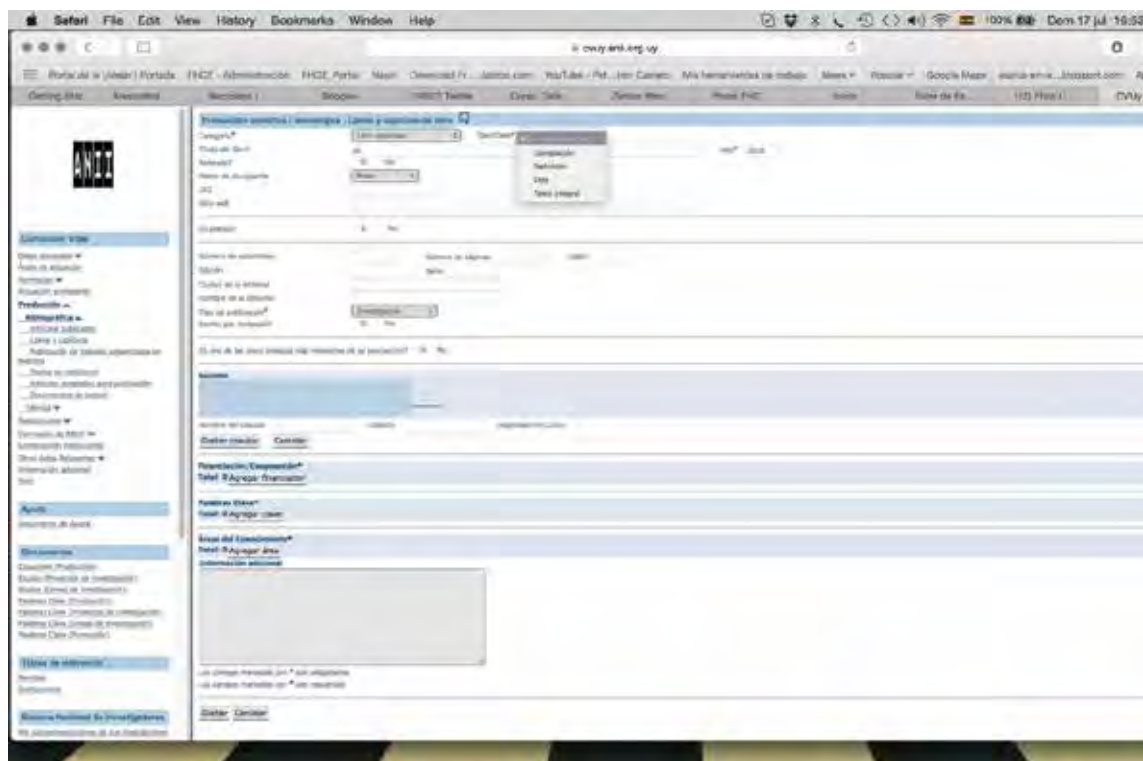
**IMAGEN 3.** «TIPO DE PUBLICACIÓN»: DIVULGACIÓN, INVESTIGACIÓN, MATERIAL DIDÁCTICO, OTROS



Fuente: captura de pantalla tomada de cvuy.anii.org.uy

**IMAGEN 4.** OPCIONES PARA «LIBRO PUBLICADO» EN EL CAMPO «CATEGORÍA»: COMPILACIÓN, DEFINICIÓN, OTRA, TEXTO INTEGRAL





Fuente: captura de pantalla tomada de cvuy.anii.org.uy

## ANEXO II.

### FORMULARIO DE ENCUESTA A AUTORES RELEVADOS

**Las ediciones de los universitarios en Uruguay**

Esta encuesta forma parte de la investigación "Las ediciones de los universitarios en Uruguay" (15/2016-4/2017) del Mestrado en Maestrías en Letras de la Unidad de Maestrías, Tercer Ciclo y Convocatorias de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad de la República.

Nombre completo

Pertenencia institucional

¿Conoce los programas de apoyo a publicaciones de Udelar? \*

1. Si
2. No

¿Cuántas publicaciones va a consignar? \*

1. 1
2. 2
3. 3
4. 4
5. 5

Section 3 of 16

**Publicación**

Título

¿Dónde publicó?

1. Editorial externa
2. Udelar

Sección 7 of 16

### Editorial externa

Esta sección corresponde a las publicaciones cuya

¿Por qué decidió publicar fuera de la Udelar?

- Por la calidad de la edición
- Por la rapidez
- Por prestigio
- Porque la distribución/venta es mejor
- Porque en la universidad no hay un sistema para present
- Porque me recomendaron una editorial específica

Otras

Amplíe brevemente la respuesta anterior

¿Qué tipo de participación tuvo la Udelar en la

Ninguna

- Financió la investigación o el grupo de investigación que
- Aportó la realización total o parcial del proceso de edición
- Aportó solo el financiamiento total o parcial para el proci
- Indirectamente a través de partidas de régimen de deduc

Si hubo financiación, ¿cómo fue el proceso para

Si hubo participación, ¿cómo se consionó en la

- No se consigna
- Se coloca el logo de la Udelar
- Se coloca el logo del programa o servicio
- Se lo presenta como coedición

¿Cómo llevó su investigación a la editorial externa?

- Por encargo de la editorial o del organismo editor
- Por mi iniciativa (del autor/investigador)

Otros comentarios

### Udelar

Esta sección corresponde a las publicaciones

¿Por qué decidió publicar en la Udelar?

- Por la calidad de la edición
- Por la rapidez
- Por el prestigio
- Porque estoy obligado/a por los lineamientos del prograr
- Por sugerencia de un colega o un superior

Otras

Exponga brevemente la(s) respuesta(s) elegida(s)

¿A través de qué programa o servicio publicó?

- CSIC, Programa de Apoyo a Publicaciones
- CSE
- CSEAM
- CSIC, Colección Artículo 2
- Espacio Interdisciplinario
- Oficina de Publicaciones de su servicio universitario o su

Otras

¿Cómo fue el proceso para obtener la financiación de la

¿Hubo participación externa en la financiación?

No

- Sí, de una empresa
- Sí, de un organismo público o internacional que aportó fi
- Sí, de un organismo público o internacional que financi

Otras

Otros comentarios

# LA EDITORIAL TIERRA NUEVA (1969-1982). TRADICIÓN PROTESTANTE, CONFIGURACIÓN DE CATÁLOGO Y LOS LIBROS DE PAULO FREIRE COMO *BEST-SELLER*

FEDERICO BRUGALETTA<sup>1</sup>

## INTRODUCCIÓN

La editorial Tierra Nueva fue creada a fines de 1969 en Montevideo en el marco de la Secretaría de Publicaciones de *Iglesia y Sociedad en América Latina* (ISAL, 1961-1975), un movimiento de filiación protestante fuertemente interpelado por la situación política y social del continente desde comienzos de la década del sesenta. Julio Barreiro (1922-2005) fue su director y máximo referente. Miembro de la Iglesia Metodista de la Aguada (Montevideo), Barreiro estudió abogacía en la Universidad de la República y se desempeñó allí como docente. En el marco de ISAL, a partir de 1967, ocupó la secretaría del *Departamento del Publicaciones* desde donde colaboró en la edición de la revista *Cristianismo y Sociedad*. Tras el golpe de estado de 1973, se exilió en Argentina donde continuó con la actividad editorial hasta su retorno definitivo a Montevideo en 1985.

El interés por esta editorial parte de un interrogante enfocado en la circulación material de saberes y prácticas pedagógicas asociadas a Paulo Freire ya que este sello desempeñó un rol clave en la edición de los libros de este pedagogo en castellano.<sup>2</sup> Sin embargo, en el campo de la historia de la educación la edición ha sido abordada indirectamente en tanto libros y manuales escolares han sido tomados como fuente para una historia intelectual de la pedagogía o de los contenidos escolares. En cambio, los campos de los estudios literarios, la bibliotecología y la historia cultural han consolidado líneas de investigación que toman la edición y sus agentes como un objeto en sí mismos.<sup>3</sup>

En términos teórico, se recuperan los aportes conceptuales de Robert Darnton en tanto pusieron en evidencia la necesidad de pensar los componentes de la edición no como compartimentos estancos sino como como elementos de un proceso de

<sup>1</sup> IdIHCS (CONICET-UNLP).

<sup>2</sup> El proyecto de investigación se desarrolla en el marco de la Maestría en Historia y Memoria y el Doctorado en Ciencias de la Educación de la FaHCE-UNLP bajo la dirección de Silvia Finocchio y Ana Barletta.

<sup>3</sup> Sorá, Gustavo (2011) «El libro y la edición en Argentina. Libros para todos y modelo hispanoamericano», *Políticas de la Memoria*, N° 10-12. Buenos Aires, CeDInCI, pp. 125-135.

comunicación interrelacionado que va del autor al lector pasando por gran variedad de actores intermedios (editores, traductores, librerías, distribuidores, comentaristas, entre otros) que requieren ser analizados con detenimiento y de modo específico.<sup>4</sup>

En esta línea, la figura de los editores y la conformación de catálogos aparecen como dos objetos predilectos para el desarrollo de estudios de casos en la historia de la edición. Como sostiene el editor italiano Roberto Calasso, el oficio del editor es una práctica social híbrida en donde se entrelazan las variables comerciales, sociales y simbólicas. El editor es un vendedor de libros pero también es un agente cultural, un intelectual que opera en el territorio de la circulación material de las ideas a medida que va configurando el catálogo.<sup>5</sup>

Al respecto, varias investigaciones han avanzado en estudios empíricos sobre los editores y la conformación del catálogo. En Argentina, cabe destacar las investigaciones sobre la figura de Boris Spivacow y el desarrollo de experiencias como EUDEBA y CEAL, así como investigaciones que han analizado otras figuras y empresas editoriales del siglo XX como Constancio Cecilio Vigil a cargo de la editorial Atlántida y Cesare Civita con la editorial Abril.<sup>6</sup> En el caso uruguayo, también hay investigaciones que trazan la historia de experiencias editoriales en la década del sesenta bajo las figuras de Benito Milla y la editorial Alfa o Ángel Rama y la editorial Arca.<sup>7</sup> En ambos trabajos se coincide en señalar la década del sesenta como especialmente prolífica en materia editorial en Montevideo.

En esta ponencia me interesa caracterizar a la editorial Tierra Nueva en tanto vehículo material de circulación de ideas en la historia reciente de América Latina. Para ello, en un primer apartado, se intentará inscribir el proyecto editorial en una larga tradición de edición dentro del protestantismo. Asimismo, se analizará la biografía intelectual del editor y su participación en distintas experiencias editoriales del protestantismo uruguayo durante el siglo XX. En el segundo apartado, se describirá el catálogo conformado por más de sesenta títulos originales sobre diversas temáticas vinculadas a la teología, la política y la situación social de América Latina.

4 Darnton, Robert (2008) «Retorno a “¿Qué es la historia del libro?”», *Prismas. Revista de Historia Intelectual*, N° 12. Universidad Nacional de Quilmes.

5 Calasso, Roberto (2014). *La marca del editor*. Barcelona, Anagrama.

6 Véase Sorá, G. (2007). Centro Editor de América Latina. Capítulos para una historia». *Prismas*, 11(1), 289-294; Gociol, J. (2010). *Boris Spivacow: el señor editor de América Latina*. Buenos Aires, Capital Intelectual; Bontempo, M. P. (2012). Editorial Atlántida. Un continente de publicaciones, 1918-1936. Tesis de doctorado, Buenos Aires, Universidad de San Andrés; Scarzanella, E. (2016). Abril. *Un editor italiano en Buenos Aires, de Perón a Videla*. Buenos Aires, FCE.

7 Torres Torres, A. (2012). Benito Milla y el proyecto editorial montevideano de los sesenta, presentado como ponencia en el *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, La Plata; Rocca, P. (2012). Ángel Rama. Editor (de la literatura a la cultura: «Enciclopedia Uruguaya» y sus derivaciones», presentado como ponencia en el *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, La Plata.

Finalmente, en el último apartado se intenta se hace mención a la edición de los libros de Paulo Freire como los *best-sellers* de Tierra Nueva.

### TRADICIÓN PROTESTANTE Y EXPERIENCIA DE EDITOR

Las relaciones entre protestantismo y edición se remontan al origen mismo de la reforma religiosa iniciada por Lutero en el siglo XVI. El hecho de que las propuestas luteranas no hayan sucumbido como sus precedentes se debió en parte a la existencia de la imprenta tipográfica que permitió que sus ideas se multiplicaran a gran velocidad y alcanzaran un público lector más amplio.<sup>8</sup> Muchos de los impresores alemanes de las obras de Lutero eran sacerdotes o predicadores que concebían su tarea como una apuesta de evangelización en tanto que la función editorial se convirtió en una mediación entre el humanismo de los reformadores educados y las diferentes formas de cultura popular. Como sostiene Gilmont la propuesta luterana de «sacerdocio de todos los creyentes» animó a laicos a aproximarse directamente a las Sagradas Escrituras sin necesidad de mediaciones clericales en la lectura.<sup>9</sup> Por lo tanto, se produjo un aumento en la producción de biblias y literatura religiosa en lengua vernácula. Ginebra también se constituyó en un importante centro de producción editorial protestante vinculado al universo calvinista desde donde se exportaron textos reformistas a distintas partes del globo.

En la América Latina colonial, los textos protestantes sufrieron la censura propia de la inquisición católica en el continente.<sup>10</sup> Hacia principios del siglo XIX, las revoluciones liberales permitieron una apertura respecto del mercado del libro de origen no español y el ingreso de idearios protestantes. En este escenario se destacaron las asociaciones de promoción de la enseñanza y las sociedades bíblicas de origen protestante ya sean francesas o británicas.<sup>11</sup>

En el siglo XX, se pueden identificar emprendimientos editoriales protestantes vinculados a prensa periódica como *La Nueva Democracia* (circa 1930) y *La Reforma, El Predicador Evangélico* (1943) y *Cuadernos Teológicos* (1950-1967) en Argentina. Y revistas como *Arco Iris* para la infancia evangélica y *La Idea* de difusión doctrinaria en Uruguay. Estas iniciativas editoriales eran promovidas y distribuidas por dos

8 Eisenstein citada en McCleery, Alistair y David Finkelstein (2014) La aparición de la imprenta, En *Una introducción a la historia del libro*. Buenos Aires, Paidós, p. 103.

9 Gilmont, Jean-François (1998). Reformas protestantes y lectura, en Cavallo, G. y Chartier, R. *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus.

10 Bastian, Jean-Pierre (1994). La lucha contra los libros y los extranjeros. En *Protestantismo y modernidad latinoamericana*. México: FCE.

11 Roldán Vera, Eugenia (2011). Internacionalización pedagógica y comunicación en perspectiva histórica: la introducción del método de enseñanza mutua en Hispanoamérica independiente, En Caruso, Marcelo; Tenorth, Heinz Elmar (comp.) *Internacionalización. Políticas educativas y reflexión pedagógica en un medio global*. Buenos Aires: Granica.

grandes casas editoriales: *La Aurora* desde 1925 con sede en Buenos Aires y *Casa Unida de Publicaciones S. A. (CUPSA)* fundada en ciudad de México 1958. En Brasil, se destacan Imprensa Metodista de la ciudad de Sao Pablo y la editorial Paz e Terra que comenzó a funcionar en Río de Janeiro en 1966.

Muchos de estos emprendimientos fueron apoyados desde Europa a partir de agencias internacionales de promoción de la literatura cristiana. Desde 1910, distintas confesiones del denominada protestantismo histórico, comenzaron a confluir en búsqueda de una organización ecuménica que los aglutine. Recién en 1948, se logra consolidar institucionalmente esta idea con la creación del Consejo Mundial de Iglesias (CMI) con sede en Ginebra. En este marco, se funda en 1968 la *Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC)*, por sus siglas en inglés en donde confluyen en 1975 dos instituciones más: la *Agencia para el Desarrollo de Literatura Cristiana (ADCL)* y *Comité de Coordinación de la Radiodifusión Cristiana (CCBC)*. Ambas eran agencias de apoyo a producciones editoriales y medios de comunicación de las iglesias evangélicas en todo el globo.

Como sostiene Jean-Yves Mollier, la producción de libros religiosos no conviene ser analizada desde marcos meramente nacionales ya que las oficinas en donde estos se producen están insertas en dinámicas transnacionales.<sup>12</sup> El historiador del libro debe por tanto considerar la ambición hegemónica de quienes emprendieron estas ediciones, esto es, su vocación transnacional o universalista, como un «esfuerzo por la educación de las poblaciones y la preocupación por orientarlas hacia una visión compartida del mundo».<sup>13</sup> El autor propone pensar entonces en la categoría «impreso propagandístico» para poder ver las similitudes de producción entre libros de carácter religioso con lo de carácter político (como el caso de la difusión del Pequeño Libro Rojo de Mao por Ediciones del Pueblo de Beijing). Este cruce entre edición, religión y política de izquierda en perspectiva transnacional puede ser un observable claro en el caso de Tierra Nueva.

Como se indicó en la introducción, la editorial Tierra Nueva fue creada a fines de 1969 en Montevideo en el marco de la Secretaria de Publicaciones de *Iglesia y Sociedad en América Latina (ISAL 1961-1975)*. Julio Barreiro (1922-2005) fue su fundador y director durante toda la vida de la editorial que puede datarse hasta bien entrada la década del ochenta. Miembro de la Iglesia Metodista de la Aguada (Montevideo), Barreiro estudió abogacía en la Universidad de la República y se desempeñó allí como docente en la cátedra de Historia de la Ideas. En el marco de ISAL, a partir de 1967, ocupó la secretaría del Departamento de Publicaciones desde donde

12 Mollier, Jean-Yves (2012) «Historias nacionales e historia internacional del libro y la edición», *Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*. Facultad de Humanidades de la UNLP: <http://coloquiolibroyedicion.fahce.unlp.edu.ar/actas>. p. 267.

13 Idem, p. 268.

colaboró en la edición de la revista *Cristianismo y Sociedad*. Tras el golpe de estado de 1973 en Uruguay, se vio obligado a exiliarse en Argentina para continuar desde Buenos Aires con su actividad editorial. Retornó definitivamente a Montevideo en 1985, cuando en el marco de las políticas del periodo de la postdictadura uruguaya le fueron restituidos sus cargos en la universidad.

El agrupamiento ISAL constituía una red de militancia política y religiosa perteneciente al denominado protestantismo histórico que se desarrolló en América Latina a partir de 1961.<sup>14</sup> Interpelados por la situación social de América Latina y los movimientos políticos de izquierda originados a partir de la Revolución Cubana (1959), este grupo de cristianos intentó conjugar su tradición religiosa con la coyuntura de época desplegando un nuevo modo de ser cristianos al tiempo que se integraban desde su perspectiva confesional en la lucha política de las izquierdas del continente. Asimismo, cabe señalar que la experiencia de ISAL se gestó en el marco de una red transnacional de confesiones protestantes con sede en Ginebra (Suiza) nucleadas en torno al Consejo Mundial de Iglesias (CMI) desde donde sectores liberales progresistas seguían con atención «los rápidos cambios sociales» que se estaban desarrollando en el «tercer mundo» desde mediados de los años cincuenta.

Desde su creación, ISAL desarrolló un intenso trabajo editorial, destacándose la publicación de la revista *Cristianismo y Sociedad* (1963-1980) y la edición de varios libros cuyo contenido versaba en la intersección de la teología con las apuestas políticas de la izquierda latinoamericana. Las publicaciones de ISAL se distribuían en más de catorce países en toda América a través de una red de agencias de venta y librerías vinculadas a las asociaciones ecuménicas transnacionales y contaba con un servicio postal que convocaba con la suscripción al «decidido apoyo de los cristianos latinoamericanos». Algunas de las agencias distribuidoras eran Librería «La Aurora» en Argentina y Uruguay; la Imprensa Metodista en San Pablo, Brasil; Librería La Reforma en Puerto Rico, Librería Luz y Verdad en Lima, Perú; Librería El Sembrador en Santiago de Chile; Librería Odell en Matanzas, Cuba; entre otras.

En lo que respecta a la trayectoria biográfica de Julio Barreiro, fue un profesor universitario destacado en el campo de las Ciencias Políticas, escritor y editor. Nació el 21 de abril de 1922 en el barrio de La Aguada de Montevideo. Siendo un «converso» al protestantismo, desde joven durante la década del cuarenta dirigía las dos publicaciones periódicas del metodismo uruguayo, a saber, el periódico *La Idea* creado a principios del siglo XX y la revista para niños evangélicos *Arco Iris*. Ya siendo abogado, entre noviembre de 1964 y enero de 1966 desarrolló estudios de posgrado vinculados a las Ciencias Políticas en París donde tuvo oportunidad de

14 Por «protestantismo histórico» se hace referencia a aquellas iglesias que reconocen su origen en la Reforma de los siglos XVI-XVII. Distinguiéndolas de aquellas surgidas durante los siglos XIX y XX, como la Adventista, las pentecostales o los Testigos de Jehová que pueden considerarse evangélicas en general.



escribir una tesis sobre la concepción de hombre en la obra de Karl Marx. Tras su regreso a Montevideo, en 1967 se integró al grupo de ISAL como secretario de redacción de la revista *Cristianismo y Sociedad* encargándose además del Departamento de Publicaciones del sello ecuménico.<sup>15</sup>

Desde este Departamento de Publicaciones de ISAL comenzó a perfilar un proyecto editorial que sobrepasó la mera publicación de la revista *Cristianismo y Sociedad*. Desde finales de 1966, la editorial de ISAL estaba interesada en desarrollar una literatura de carácter popular que sirviese a los fines del «proceso de concientización del hombre latinoamericano». Por otro parte, si bien las publicaciones de ISAL se apoyaban en una extensa y consolidada red de editoriales ecuménicas latinoamericanas, la pretensión era trascender las fronteras del ámbito religioso a partir una iniciativa editorial que permitiera interpelar a otras comunidades de lectores. De este modo, tanto el interés por el trabajo de «concientización» en el marco de las apuestas políticas de fines de los sesenta como la apuesta de abrir un sello editorial propio llevó a que se creara a fines de 1969 la editorial Tierra Nueva. Un sello interesado en continuar con la línea editorial de ISAL compilando aquellos libros referido a los temas de las iglesias y la sociedad.

A fines de los sesenta, Julio Barreiro ya vislumbraba la existencia de un público lector interesado en este tipo de literatura y la posibilidad de encarar un emprendimiento viable que compitese con otros emprendimientos editoriales de corte confesional que predominaban en el mercado latinoamericano. Especialmente, hacía mención a editoriales católicas de España que hasta el momento eran las cuales hegemonizaban el mercado del libro religioso de América Latina. Además, de esta variable comercial, la editorial Tierra Nueva contaba con el apoyo mediante subvenciones de la Oficina de Publicaciones del Consejo Mundial de Iglesias (en adelante CMI), como parte de las apuestas de este organismo a los procesos de sus comunidades latinoamericanas.

Julio Barreiro fue objeto de persecución por parte del gobierno uruguayo por su activa militancia política en la Universidad de la República y en los grupos que apoyaban los vínculos entre el Movimiento de Liberación Nacional-Tupamaros y el incipiente espacio político que conformaría el Frente Amplio. Luego del asesinato de Acosta y Lara el 14 de abril de 1972 la casa de los Barreiro sufrió varios allanamientos<sup>16</sup>. En septiembre de 1973 lo dejan cesante de su cargo en la universidad y dos meses después es detenido por el Ejército durante 15 días donde fue muy maltratado como

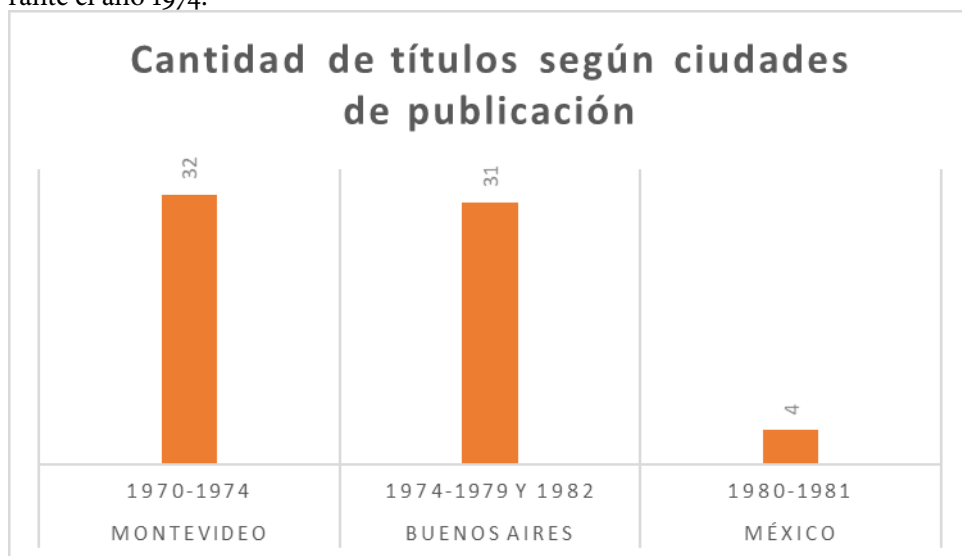
15 Reemplazó en el cargo a Hiber Conteris. Véase *Cristianismo y Sociedad* N°14, año V, 1967.

16 Armando Acosta y Lara —integrante de los grupos parapoliciales uruguayos— fue asesinado por un comando de Tupamaros desde las ventanas de la Iglesia Metodista Central. Una parte de los miembros de la organización armada ingresó por las oficinas de la editorial Tierra Nueva. Según narran los hijos de Barreiro, el ejército creía que Julio Barreiro había «entregado» las instalaciones de la iglesia para perpetrar el atentado. Entrevista realizada en Montevideo, el 23-7-2015.

sostienen sus hijos.<sup>17</sup> En enero de 1974, Julio Barreiro y su esposa Berta parten al exilio hacia Buenos Aires. Sin su cargo universitario y en el exilio, el único sustento de Julio Barreiro era el ingreso que le propiciaba el subsidio del CMI para el sostenimiento de la editorial Tierra Nueva. Trabajo al que se dedicó durante todos sus años en el exilio hasta su regreso a Uruguay en 1985.

### TIERRA NUEVA A TRAVÉS DE SU CATÁLOGO

En un folleto institucional del año 1982, la editorial Tierra Nueva comunicaba su catálogo como resultado de un «12 años de trabajo» al «servicio de América Latina». El folleto daba cuenta de un catálogo conformado por «71 títulos originales, 44 autores latinoamericanos, 31 autores inéditos» y más de 250.000 ejemplares distribuidos. Del total de los títulos editados, 67 corresponden al formato libro y el resto a los cuatro números de una publicación periódica llamada *Fichas Latinoamericanas* editada durante el año 1974.

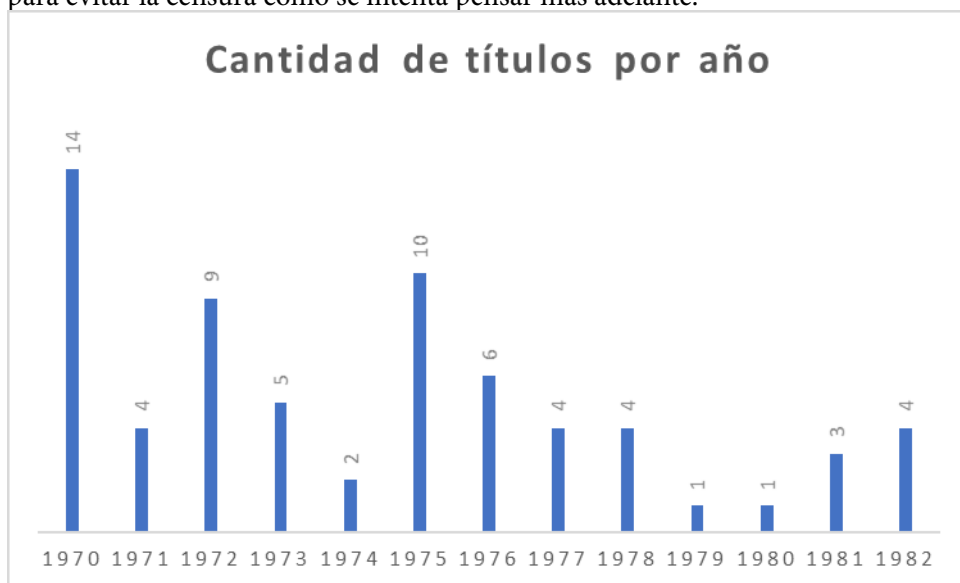


El folleto indica los datos de autor, año y lugar de edición, así como el número de ediciones. De este modo, se puede analizar la cantidad de títulos editados por Tierra Nueva entre 1970 y 1982 así como las distintas ciudades de publicación de los libros. Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, las dos ciudades que se reparten en proporciones similares la producción de libros de la editorial fueron Montevideo en el período 1970-1974 y Buenos Aires entre 1974 y 1982. Este dato permite mostrar la coincidencia de la dinámica editorial con la biografía de Julio Barreiro en tanto editor

17 Entrevista realizada por el autor a Eduardo y Álvaro Barreiro, Montevideo, el 23-7-2015.

en la medida que el cambio de lugar de la edición coincide con el período de exilio en Buenos Aires.<sup>18</sup>

Si se observa el siguiente cuadro, se puede apreciar la publicación de las primeras ediciones de los títulos a lo largo del tiempo. Los años 1970, 1972 y 1974 fueron aquellos donde más títulos nuevos se editaron. La primera caída significativa en el número se percibe entre 1973 y 1974 con el momento de mayor conflictividad política en Montevideo que desencadena el exilio del editor. En 1975, aparece como un segundo pico de producción con la casa editorial ya instalada en Buenos Aires. El golpe de Estado en Argentina no significa un detenimiento de la actividad editorial aunque sí una disminución de los títulos editados así como el despliegue de tácticas editoriales para evitar la censura como se intenta pensar más adelante.



Por otra parte, el folleto informa sobre las distintas colecciones que se fueron configurando en el catálogo. Los primeros 9 títulos publicados durante 1970 no se consigna pertenencia a una colección. El resto de las colecciones se conformarán sucesivamente con el correr de los años: 5 títulos pertenecen a la «Colección Literatura Diferente» (1970), 21 a la «Biblioteca Científica» (1971-1975), 19 a la «Colección Proceso» (1974-1978) y 13 a la «Colección Jesús de Nazaret» (1977-1982).

A continuación, se analizan los títulos de cada colección y los cambios en las líneas temáticas de la editorial a través de los años. Los primeros 9 títulos editados por Tierra Nueva en 1970 dan cuenta de las características políticas e intelectuales de

18 Sin embargo, cabe señalar la particularidad del período 1980-1981 aparece que cuatro libros fueron editados en la ciudad de México, probablemente junto a CUPSA. Relación con tácticas para evitar la censura y relación con el caso de Cartas a Guinea Bissau (1977).

su apuesta editorial. Hay un primer conjunto de títulos asociados a la pedagogía de la liberación: *La educación como práctica de la libertad* y *Pedagogía del Oprimido* de Paulo Freire, un libro anónimo titulado *Se vive como se puede* que recupera una experiencia de «aplicación del método de Paulo Freire» en un cantegril de Montevideo en 1968 y el libro *Conciencia y Revolución* donde varios integrantes de ISAL teorizan a partir de los postulados freireanos sobre la necesidad de que «el hombre se concientice [...] para que pueda nacer el Hombre Nuevo».

El segundo conjunto de títulos desarrolla el otro eje temático de Tierra Nueva, las relaciones entre religión y política articulando tradiciones cristianas y marxistas. Se destacan allí: *Ideología y Fe* de André Dumas —profesor de la Facultad de teología protestante de París—, *América Latina: el imperio Rockefeller* escrito por Paulo Schilling —militante político brasileiro exiliado en Uruguay en 1964—, *El evangelio para los ateos* de Józef Hromádka —teólogo de Checoslovaquia que discutía con las posturas ortodoxas del régimen soviético respecto a la religión en el socialismo—, *Jaramillo, un profeta olvidado* de Raúl Macín —quién recupera la figura de un líder campesino protestante asesinado en México en 1962—, por último, el título *Religión: ¿opio o instrumento de liberación?* del teólogo brasileiro Rubem Alves —obra de referencia de la denominada Teología de la Liberación en clave protestante—.

Los catorce títulos editados en 1970 se completan con la primera colección definida como tal denominada «Colección Literatura Diferente». Los cinco títulos que conforman esta colección pertenecen al género de la narrativa: las novelas *La Ciudad* y *La máquina de pensar en Gladys* de Mario Levrero, la novela *El habitante* de José Pedro Díaz, y una serie de cuentos de diferentes autores reunidos en dos títulos: *¿Tiene Ud. una cabeza en su casa?* y *Llegan los dragones*. Esta colección pequeña de narrativa uruguaya puede comprenderse por la afición de Julio Barreiro por la literatura desde sus propias producciones de literatura infantil y cuentos en los cincuenta, sin embargo, no continuó en el tiempo en relación con otras líneas temáticas de la editorial.

La colección «Biblioteca Científica» se configuró entre los 1971-1975 con un total de 21 títulos. Siendo la colección más numerosa Tierra Nueva, allí se despliegan con claridad tres líneas temáticas que dieron forma a la apuesta editorial: pedagogía, teología y estudios sociales sobre América Latina.

En materia de educación, son editados dos títulos de Pierre Furter, *Educación y Reflexión* en 1971 y *Educación y vida* en 1972. El autor nacido en Suiza en 1931, provenía del campo de la filosofía de la educación pero se desempeñó durante varios años como consultor de la UNESCO en América Latina trabajando tanto en Brasil como en Venezuela. En ese tiempo de trabajo latinoamericano, sus intervenciones contribuían con miradas renovadas sobre la planificación educativa y las teorías del desarrollo. Por otro lado, en continuidad con las apuestas que dieron surgimiento a

la editorial, se editan en dos títulos de Paulo Freire *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural* en 1973 y *Acción cultural para la libertad* en 1975.

Un segundo conjunto de títulos de la colección Biblioteca Científica reúne a una serie de autores que desarrollaron estudios sociales en América Latina sobre distintos temas como urbanismo, problemática indígena, sindicalismo, entre otros. Allí se encuentran: *Hilda (protesta contra una madre)* de 1971 escrito por José Carrel donde se denuncia la situación de la infancia huérfana en Uruguay, el libro *La situación del indígena en América del Sur* de 1972 coordinado por el austríaco Georg Grünberg, *Aspectos políticos de la planificación en América Latina* de 1972 escrito por el sociólogo argentino Marcos Kaplan o el libro *Las FFAA uruguayas en la crisis continental* de Gabriel Ramírez. En el año 1973, se editaron *América Latina: urbanización y vivienda* del arquitecto uruguayo Rafael Lorente, *Movimiento sindical: ¿factor de cambio?* del sindicalista uruguayo Héctor Rodríguez y en 1975, *Familia y sociedad* escrito por Sergio Bagú, Carlos Valle y Waldo Villalpando, entre otros. Asimismo, se encuentran el libro *Galerías de la muerte* (1972) de Gregorio Iriarte —sacerdote católico boliviano, director de la radio Pío XII (1964) e impulsor de la Asamblea Permanente de Derechos Humanos de Bolivia (APDHB)— donde denuncia las condiciones de vida de los mineros bolivianos en La Paz.

El último conjunto de títulos de la colección Biblioteca Científica estaba conformado por libros concernientes a la denominada teología de la liberación. Se publican dos libros de Hugo Asmann *Opresión-liberación: desafío de los cristianos* en 1971 y *Habla Fidel Castro sobre los cristianos revolucionarios* en 1972. Asmann (1933-2008) era un teólogo católico brasileño que se exiló en Uruguay luego del golpe en Brasil de 1964. Por otra parte, se editaron textos propios miembros de ISAL como el libro *De la iglesia y la sociedad* en 1971 que reunía textos de Rubem Alves, Julio Barreiro y Waldo Villalpando o el texto del pastor metodista uruguayo Emilio Castro, *Realidad y Fe* en 1972. En esta línea de textos producidos por el movimiento ISAL se encuentra el título *América Latina: Movilización popular y fe cristiana* de 1972, donde reunían una serie de documentos tratados en las asambleas del movimiento respecto al modo de contribuir de los cristianos a los procesos revolucionarios que avizoraban en el continente. En esta línea de construcción de vínculos entre política revolucionaria y religión se editaba en 1973 el libro *Fe y política* del sociólogo y teólogo de la Universidad de Barcelona Pedro Negre Rigol. Textos de Pedro Negre se incluyendo además en una compilación titulada *Pueblo oprimido, señor de la historia* de 1972 junto a otros autores como José Miguez Bonino y Orlando Fals Borda. Por su parte, José Miguez Bonino formaba parte como autor del libro *Cristianos por el socialismo* de 1973 y *Espacio para ser hombres* de 1975. Miguez Bonino fue un destacado teólogo protestante argentino quien durante el Concilio Vaticano II fue el único observador protestante latinoamericano.

Por su parte, la colección «Proceso» reunía 19 títulos editados entre 1974-1978. Se trata en ese sentido, de la primera colección producida íntegramente desde Buenos Aires. La gran mayoría de los títulos referían a temáticas sociales y políticas del continente como se puede apreciar en el siguiente cuadro. Es interesante reflexionar aquí las peripecias de la edición en tiempos de dictaduras. Por un lado, la editorial tuvo que dejar de funcionar en Montevideo por el golpe de 1973. La Buenos Aires de aquellos tiempos fue vista como una alternativa aunque el escenario político cambió vertiginosamente hacia el año 1975 convirtiéndose en una especie de callejón sin salida para muchos exiliados uruguayo.<sup>19</sup> El golpe de Estado de 1976 en Argentina no supuso un cierre de la editorial, aunque sí quizás algunos cambios en cuanto a las lógicas de edición como se expresa en la correspondencia de Julio Barreiro respecto a la autocensura.

Autores de la colección «Proceso»	Títulos	Año
Couriel, Alberto	Las empresas internacionales	1974
Guglielmelli, Juan E. (Gral R); Schilling, P. y otros	Una situación explosiva: la Cuenca del Plata	1974
Gorostiaga, Xavier	Panamá y la zona del canal	1975
Urrea Veloso, P.	La guerra del banano	1975
Quagliotti de Bellis, B.	Uruguay en el Cono Sur: destino geopolítico	1975
s/d	La iglesia y la junta militar de Chile	1975
Egas, J. M.	Ecuador y el gobierno de la Junta Militar	1975
Assmann, Hugo; De Santa Ana, Julio y otros	Dominación y dependencia	1975
Freire, Paulo; Iván Illich, Pierre Furter y Julio Barreiro	Educación para el cambio social	1975
Bach, Luis	El Pacto Andino y la integración latinoamericana	1976
Negre Rigol, Pedro; Albó, Javier y otros	Reformas agrarias en América Latina	1976
Iriarte, Gregorio	Los mineros bolivianos	1976
Guglielmelli, Juan E. (Gral R)	Argentina, Brasil y la bomba atómica	1976
Villalpando, W y Glenda da Fonseca	Defensa de los Derechos Humanos	1976
Dickinson, Richard	Tiempos de Liberación	1976
Sábato, Jorge; Barnaby, Frank y otros	Energía nuclear, una opción para el desarrollo	1977
Bologna, Alfredo Bruno	Conflicto Honduras-El Salvador	1977
Macín, Raúl	Eva no fue una mujer	1977
Tourn, Giorgio	Amos, Profeta de la justicia	1978

19 Markarian, V. (2006). Idos y recién llegados: La izquierda uruguaya en el exilio y las redes transnacionales de derechos humanos, 1967-1984. Correo del Maestro.

La última colección de Tierra Nueva que recorre el período 1977-1982 da cuenta de este proceso de «despolitización». Esta colección denominada «Jesús de Nazaret» estuvo bajo la dirección de José Miguez Bonino y sus títulos hasta 1978 daban cuenta un lenguaje religioso más críptico seguramente a la censura dictatorial. Otras de las estrategias, fue la edición de los libros en la ciudad de México como en los casos de los títulos publicados en los años 1980 y 1981. Hacia el año 1982, sin embargo, se puede notar un regreso al lenguaje político de la teología de la liberación quizás ante signos de debilitamiento de la dictadura.

Autores de la Colección «Jesús de Nazaret»	Título	Año
Miguez Bonino, José y otros	Jesús: ni vencido ni monarca celestial	1977
Jonge, M. de	Jesús: inspirador y aguafiestas	1978
Santa Ana, Julio De	La Iglesia y el desafío de la pobreza	1978
Furter, Pierre	Dialéctica de la esperanza	1978
Alves, Rubem A.	El enigma de la religión	1979
Ríos, Roberto E.; Pagura, Federico; Boff, Clodovis y otros	Puebla y Oaxtepec	1980
Pixley, Jorge V.; Croatto, Severino y otros	Misión profética de la iglesia	1981
Olmedo Requena, Luis	Fe cristiana y violencia revolucionaria	1981
Alves, Rubem A.; Zwinglio Dias; Libanio J. B. y otros	Reconciliación y mundo nuevo	1981
Frei Betto	Oración en la acción	1982
Girartet, Giorgio	A los cautivos, la libertad. Lectura política del Evangelio según San Lucas	1982
Leobaupin, Ivo	La bienaventuranza de la persecución	1982
Alves, Rubem A.	La teología como juego	1982

Esta caracterización general del catálogo de Tierra Nueva permite dar cuenta de su especificidad. Esto es, una editorial nacida en el seno de una experiencia religiosa que aspiraba a llegar a lectores pertenecientes al mundo de las izquierdas latinoamericanas. Ahora bien, si se analiza el número de reediciones de los libros pertenecientes al catálogo, la gran mayoría de ellos presenta una sola edición (58/67). En cambio, solo 9/67 títulos tuvieron más de una edición. Particularmente, los libros de Paulo Freire resultaron ser los que mayores ediciones tuvieron lo cual puede ser un indicio del mayor éxito comercial de la editorial. Por ejemplo, el libro *La educación*

como *práctica de la libertad* contaba con 29 reediciones entre 1970 y 1982; *Pedagogía del Oprimido* con 25 reediciones y *Extensión y Comunicación* con 11 ediciones.

## LOS LIBROS DE PAULO FREIRE COMO BEST-SELLERS

Según una de las bibliografías más completas sobre de Paulo Freire, su obra está compuesta por 56 títulos de libros si se contabilizan aquellos producidos entre 1959 y 1995.<sup>20</sup> Algunos de estos títulos han sido traducidos a más de 17 idiomas y difundidos por diversas editoriales a lo largo de todo el globo. Solo en Brasil, más de veinte editoriales han publicado textos de Freire en lengua portuguesa entre las que se destacan: Paz e Terra (Río de Janeiro), Cortez Editora (Sao Pablo) y Vózes (Petrópolis).

Editoriales no brasileras que publicaron libros de Paulo Freire			
Nombre de la editorial	Ciudad	País	Idioma
Christentum zur Theologie Befreiung	Múnich	Alemania	Alemán
Rowehlt	Hamburgo	Alemania	Alemán
Christian Ejlers	Copenhague	Dinamarca	Danés
La Aurora	Buenos Aires	Argentina	Español
Búsqueda	Buenos Aires	Argentina	Español
CIDOC	Cuernavaca	México	Español
DEC-CIEC	Bogotá	Colombia	Español
Editorial América Latina	Bogotá	Colombia	Español
ICIRA	Santiago de Chile	Chile	Español
Marsiega	Madrid	España	Español
Siglo XXI	Buenos Aires/México/ Madrid	México/Argentina/ España	Español
Sígueme	Salamanca	España	Español
Tierra Nueva	Montevideo/Buenos Aires	Uruguay/Argentina	Español
Zero	Madrid	España	Español
Udako Euskal Unibertsitatea	Bilbao	País Vasco	Euskadi
Éditions d'Alsace	París	Francia	Francés
Les éditions du Cerf	París	Francia	Francés
Maspero	París	Francia	Francés
LP3ES	Jakarta	Indonesia	Indonesio

20 Gadotti, Moacir y Torres, Carlos Alberto (2001). Paulo Freire. Una biobibliografía. Siglo XXI: México.



Bergin & Garvey Publishers	Hadley	EEUU	Inglés
Center for the Study of Development and Social Change	Cambridge	EEUU	Inglés
Continuum	Nueva York	EEUU	Inglés
Ecumenical Press Service	Ginebra	Suiza	Inglés
Herder and Herder	Nueva York	EEUU	Inglés
McGraw Hill	Nueva York	EEUU	Inglés
Penguin Books	Londres	Inglaterra	Inglés
Writers and Readers	Londres	Inglaterra	Inglés
Arnoldo Mondadori Editori	Roma/Milán	Italia	Italiano
Aki Shobo	Tokio	Japón	Japonés
In der Toem	Baarn	Holanda	Neerlandés
Afrontamento	Porto	Portugal	Portugués
Edicoes BASE	Lisboa	Portugal	Portugués
Ministério da Educacao e Desportos	Sao Tomé	República de Sao Tomé e Príncipe	Portugués

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, en el mundo hispanoparlante fueron varias las editoriales que publicaron al menos un libro de Paulo Freire. Allí se destacaron las ediciones de ICIRA (Santiago de Chile), CIDOC (Cuernavaca) y Búsqueda o La Aurora (Buenos Aires). Sin embargo, Tierra Nueva fue la primera editorial con contar con los «derechos exclusivos» de editar las obras más importantes de Freire. Como se analiza más adelante, luego Siglo XXI continuará con estos derechos hasta la actualidad.

Existen indicios de que Julio Barreiro comenzó a intercambiar correspondencia con Paulo Freire alrededor del año 1967 con el fin de organizar un encuentro de formación con el pedagogo en Santiago de Chile. En mayo de 1968, fue organizado entonces un «seminario de capacitación para la concientización» conjuntamente por ISAL, el Movimiento Estudiantil Cristiano (MEC) y el Instituto de Capacitación e Investigación para la Reforma Agraria (ICIRA). En el marco de la capacitación, estos protestantes uruguayos le presentaron al pedagogo brasileño un «Proyecto-Piloto» de «aplicación del método Freire» en una barriada de Montevideo.<sup>21</sup>

En septiembre de 1968, Julio Barreiro como secretario de publicaciones de ISAL edita en un suplemento especial de la revista *Cristianismo y Sociedad* las transcripciones de la capacitación brindada por Freire en Santiago de Chile. Los textos son

21 La experiencia de alfabetización fue realizada en un barrio popular de Montevideo en 1968. Fue publicada en formato de libro bajo el título *Se vive como se puede* de editorial Tierra Nueva.

presentados como materiales «imprescindibles para todos aquellos que deseen aplicar el método del Prof. Paulo Freire en el proceso de concientización del pueblo latinoamericano». La «nota explicativa» aclara que es «excelente material, pues muestra una nueva concepción de la educación, con una pedagogía propia, capaz de conducir al hombre desde su condición de ser un simple objeto dentro de la actual sociedad, hasta su debido lugar, el de ser SUJETO en el proceso histórico de un nuevo mañana».

Bajo el título de «Contribución al proceso de concientización en América Latina», el suplemento de ISAL recopilaba los «apuntes» y textos producidos durante la capacitación realizada en Chile.<sup>22</sup> Fue una edición «no comercial» presentada celosamente como material reservado de «uso interno» para ISAL. Se hacía mucho énfasis en que los autores habían cedido los derechos de publicación a la Secretaría de Publicaciones del movimiento protestante. De este modo, es posible sostener que este número especial de la revista *Cristianismo y Sociedad* es la primera publicación de textos de Paulo Freire en Montevideo y que fue distribuido por la amplia red de librerías y editoriales evangélicas asociadas a ISAL por toda América Latina.<sup>23</sup>

Un año más tarde, en el N°21 de la revista *Cristianismo y Sociedad*, aparece por primera vez una publicidad de la editorial Tierra Nueva ofreciendo a los lectores evangélicos el libro de Paulo Freire *La educación como práctica de la libertad* que había salido a la venta en noviembre de 1969. El texto en cuestión es presentado como la «concepción revolucionaria de la alfabetización», como «un libro distinto y de total actualidad». Según planteaba la publicidad, con el «método Paulo Freire» buscaba provocar en el analfabeto «un desarrollo de su conciencia política con vistas a su participación en el proceso de liberación nacional».

En el número siguiente de la revista, ya el año 1970, la misma sección publicitaria promocionaba «una NUEVA editorial para una NUEVA realidad con NUEVOS títulos y autores». El énfasis puesto en la publicidad resaltaba el carácter novedoso de

---

22 El índice del suplemento está compuesto por los siguientes textos: «La alfabetización de adultos», «La concepción 'bancaria' de la educación y la deshumanización. La concepción problematizadora de la educación y la humanización», «Investigación y metodología de la investigación del tema 'generador'», «A propósito del tema generador y del universo temático», «Relación bibliográfica: consideraciones críticas en torno del acto de estudiar», escritos por Paulo Freire; «Sugerencias para la aplicación del método en terrero», escrito conjuntamente por Paulo Freire y Raúl Velozo Fariás; «Dialéctica y libertad: dos dimensiones de la investigación temática» por José Luis Fiori y «Aprender a decir su palabra: el método de alfabetización del profesor Paulo Freire» por Ernani María Fiori. Muchos de estos textos serán reescritos por Freire para la publicación de *Pedagogía del Oprimido*, así como utilizados por Tierra Nueva como prólogo en este mismo libro como en el caso del texto del Prof. Ernani María Fiori.

23 Cabe señalar que no puede afirmarse que son los primeros textos de Paulo Freire publicados en idioma español. El ICIRA contaba propia editorial, la cual editó libros del pedagogo en este mismo período aunque su circulación estaba circunscripta, en principio, a Chile.

la apuesta editorial así como de los libros ofrecidos en diálogo con una realidad que se presentaba asimismo con movimientos de cambios.

Al tiempo que anunciaba la novedad, la publicidad festejaba la publicación de la segunda edición de *La educación como práctica de la libertad* señalando que el libro se había convertido en un *best-seller* ya que la primera edición se había agotado en apenas cinco semanas. Téngase en cuenta que cada tirada de los libros de Paulo Freire en Montevideo fue de 3000 ejemplares. Si se suman los ejemplares de las cuatro reediciones de este libro que la editorial Tierra Nueva publicó por sí sola, entre fines de 1969 y principios de 1971 la cifra imitaba los 8000 ejemplares de *Cien Años de Soledad* de Gabriel García Márquez publicados en 1967 por editorial Sudamericana de Buenos Aires que suele tomarse como referencia para dar cuenta del denominado «boom literario latinoamericano».<sup>24</sup>

Además de *La educación como práctica de la libertad* (1969), la editorial Tierra Nueva editó de Paulo Freire los libros *Pedagogía del Oprimido* (1970), *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural* (1973), *Acción cultural para la libertad* (1975), y más tarde, *Cartas a Guinea-Bissau. Apuntes de una experiencia pedagógica en proceso* (1977).<sup>25</sup> Todos estos textos compartieron rasgos similares en lo que respecta al tamaño, diseño y presentación que los distinguen como objetos propios de la editorial Tierra Nueva y le dieron su forma distintiva ante los lectores de la pedagogía freireana en los años setenta. A modo de ejemplificación de estas variables, se analiza aquí el caso de la primera edición de *La educación como práctica de la libertad* de 1969 por ser la primera que inaugura la serie.

En primer lugar, se puede observar que los ejemplares de escasas dimensiones no superaban los 16,5 cm de alto x 10,5 cm de ancho. En términos de formato, todos los libros de Tierra Nueva tenían un tamaño pequeño bajo la lógica de los «libros de bolsillo» que permitían abaratar costos y tornarlos en objetos manejables. Sus escasas dimensiones y maniobrabilidad los hacían propicios para ser leídos en cualquier tiempo y lugar; así como la calidad media del papel lo distinguía de aquellas ediciones más robustas y con tapas duras de circulación más restringida.

24 La primera edición fue en noviembre de 1969, la segunda en mayo de 1970, la tercera en octubre de 1970 y la cuarta en febrero de 1971, todas en Montevideo. A partir de la quinta edición comienza a publicarse en co-edición con Siglo XXI desde Buenos Aires. Según el catálogo histórico de editorial Siglo XXI, hasta el 2005 el libro llevaba contadas cincuenta y dos reediciones. Al menos hasta la décimo novena edición, fue coeditada junto a Tierra Nueva.

25 Este último título no figura en el folleto de catálogo de Tierra Nueva de 1982 pero hay correspondencia que confirmar que fue el último libro de Freire editado por Julio Barreiro junto a Arnaldo Orfila Reynal. Si bien no se ha podido confirmar cuándo efectivamente y por qué, a partir de ese momento editorial Siglo XXI se quedará con los «derechos exclusivos en castellano» de los libros Paulo Freire.

Asimismo, la portada de *La educación como práctica de la libertad* de 1969 presenta colores fuertes y contrastantes con una ilustración en el centro de Horacio Añón en donde dos campesinos dirigen la mirada sobre las páginas de un libro mientras en la otra mano sostiene sus herramientas de trabajo.<sup>26</sup> Cabe señalar además que los textos de Freire contenidos en el libro fueron traducidos de la versión en portugués de la editorial *Civilização Brasileira S.A.* La encargada de dicha tarea fue Lilián Ronzoni, traductora y empleada administrativa de Tierra Nueva.

Retomando los aportes de Calasso, interesa particularmente detenerse en los textos de editor que acompañan a los propios del autor ya que representan efectivamente la letra del editor, una obra propia que busca persuadir a posibles compradores y presentar su selección cultural. Es tan importante este texto auxiliar que, un poco irónicamente, el editor italiano afirma que entre el formato de tapa y el mensaje de contratapa el lector define si se lleva o no el libro. Véase por ejemplo, cómo Julio Barreiro presentaba la novedad pedagógica a los posibles lectores:

¿Qué significa educar, en medios de las agudas y dolorosas transformaciones que están viviendo nuestras sociedades latinoamericanas, en esta segunda mitad del siglo XX? Paulo Freire nos contesta diciendo que la educación verdadera es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo. La pedagogía de Paulo Freire es, por excelencia, una «pedagogía del oprimido». No postula, por tanto, modelo de adaptación, ni de transición, ni de «modernidad» de nuestras sociedades. Postula modelos de ruptura, de cambio, de transformación social [...] Y aquí está el QUID de toda la cuestión. La pedagogía del oprimido se convierte en la práctica de la libertad (del original de 1969, Montevideo).

En este fragmento como el prólogo también escrito por Julio Barreiro, se insiste con esta asociación entre pedagogía y procesos políticos de liberación. Asociación que había motorizado a los miembros del movimiento de ISAL a entrar en contacto con el pedagogo en Chile y emprender la divulgación de su obra. El «quid» de la cuestión estaba en la novedad de la propuesta, una novedad que dialogaba de cerca con las apuestas políticas de amplios sectores asociados a los movimientos populares de América Latina a principios de 1970. Con las siguientes palabras culminaba Julio Barreiro la presentación del libro: «No perdemos nada si intentamos una nueva pedagogía. Por el contrario, podemos ganar una nueva sociedad, un nuevo hombre, un nuevo mañana».

Por otro lado, son también significativos los datos de producción que aportan las notas de impresión de los libros. La editorial Tierra Nueva tenía un arreglo con

26 Horacio Añón fue el ilustrador de muchos de los libros de Tierra Nueva. Nació en Montevideo en 1940, estudió Arquitectura pero se dedicó al diseño gráfico y la fotografía. Trabajó para muchas editoriales tales como Taurus, Biblioteca de *Marcha*, Revista Uruguaya de Psicoanálisis y Banda Oriental. Véase Gustavo Remedi y Ximena Moraes (2009). *Relevamiento del diseño gráfico en Uruguay*, disponible en: [www.cdu.org.uy/admin/en/Files/downloadFile/690](http://www.cdu.org.uy/admin/en/Files/downloadFile/690)

la denominada Comunidad del Sur, un taller gráfico dirigido por anarquistas que hacían las impresiones «en forma cooperativa» muy probablemente por la época con una máquina de linotipo. Cabe señalar asimismo que la logística de la distribución en las oficinas de la editorial en Montevideo era realizada de modo bastante artesanal. Según sus propios testimonios, los hijos de Julio Barreiro junto a sus amigos estaban encargados de la atención al público en la librería que quedaba ubicada a un lado de la Iglesia Metodista Central en el centro de la ciudad. Al mismo tiempo eran responsables de recibir los pedidos que llegaban desde el exterior, armar los atados de libros, que luego eran cargados en una camioneta y despachados por correo aéreo.<sup>27</sup>

Sin embargo, esta logística de la distribución no les permitía suplir la demanda creciente de los libros de Paulo. Como sostienen los hijos de Julio Barreiro, él era consciente de la existencia de un mercado ilegal de «ejemplares piratas» de los libros de Freire en la calle Corrientes en Buenos Aires pero Tierra Nueva era incapaz de contrarrestarlo por sí sola. Quizás este fue uno de los motivos principales que llevaron a Julio Barreiro a establecer una alianza con Arnaldo Orfila Reynal de editorial Siglo XXI. Alianza que le permitió rápidamente sortear los problemas de distribución y traspasar las fronteras del mercado puramente evangélico y uruguayo.

La editorial Siglo XXI había sido creada en México en 1965 por Arnaldo Orfila Reynal tras su polémico desplazamiento como director del Fondo de Cultura Económica.<sup>28</sup>

Como sostiene Gustavo Sorá cuando Orfila Reynal inicia Siglo XXI en 1965, su propuesta editorial se enmarcó en un proceso de «profesionalización de las ciencias sociales» y por la «avanzada política de izquierdas marcada por el tercermundismo y la revolución cubana».<sup>29</sup> La alianza de co-edición con Siglo XXI le permitía a Tierra Nueva llegar a un mercado de lectores vinculados a las universidades y el pensamiento progresista de toda América Latina más allá de la red de distribución ecuménica.

Además de sus sedes en México y Madrid, Siglo XXI tenía una filial en Buenos Aires creada alrededor del 1971 en vinculación con los intelectuales ligados al grupo cordobés de Pasado y Presente como Héctor Schmucler y Enrique Tandeter. Una nota en el diario *La Opinión* de Jacobo Timerman el 7 de mayo de 1971 publicitaba

27 Entrevista realizada por el autor a Eduardo y Álvaro Barreiro, Montevideo, el 23-7-2015.

28 Arnaldo Orfila Reynal nació Argentina en la ciudad de La Plata en 1897, fue alumno de la primera cohorte del Colegio Nacional de la Universidad Nacional de La Plata donde luego obtendría el grado de Doctor en química a inicios de la década del veinte. Con el movimiento de la reforma universitaria fue un reconocido líder político y promotor cultural integrándose a redes intelectuales internacionales que lo llevarían hasta México a fines de la década del treinta.

29 Sorá, G. (2008). Edición y política. Guerra Fría en la cultura latinoamericana de los años '60», en *Revista del Museo de Antropología*, 1 (1), Córdoba, Argentina.

la creación de la filial editorial.<sup>30</sup> En dicha nota, el propio Orfila Reynal ofrecía una mirada sobre la potencialidad del mercado editorial latinoamericano de lectores universitarios: «el mercado latinoamericano requiere en esos casos 2 ó 3 mil ejemplares por país, actualmente... pero la misma cantidad consumen países como los de Europa o Estados Unidos, aunque generalmente se crea que sus tiradas inmensamente mayores».

El mercado que quería abastecer Siglo XXI estaba principalmente conformado por sectores juveniles vinculados a las universidades, el pensamiento de izquierda y las proclamas de transformación social.<sup>31</sup> En esta visión se puede comprender el interés de Orfila Reynal por los libros de Paulo Freire. De hecho, por motivos que aún no se ha podido dilucidar pero que esperamos hacerlo en el marco de esta investigación, la editorial Tierra Nueva luego de la edición de *Cartas a Guinea-Bissau* de 1977 va a ceder los derechos de publicación de los libros de Paulo Freire en castellano a Siglo XXI. Hasta el día de hoy, los libros de Paulo Freire constituyen unos de los libros con mayores ventas y número de ediciones dentro del catálogo de la editorial.

## A MODO DE CIERRE

En este trabajo se procuró inscribir a la editorial Tierra Nueva en una larga tradición de edición dentro del protestantismo. Asimismo, se dio cuenta de la trayectoria de Julio Barreiro como editor y sus apuestas para trascender el público lector evangélico en el marco de acercamientos políticos e intelectuales de los cristianos con las izquierdas latinoamericanas. La caracterización del catálogo en su extensión a través de los años y los autores permite visibilizar estas redes intelectuales y políticas así como la especificidad del público lector al que se apuntaba. En este sentido, fueron los libros de Paulo Freire aquellos que efectivamente rompieron el cerco confesional. La alianza con editorial Siglo XXI fue una plataforma de despegue para un problema de distribución que hizo de los libros del pedagogo brasilero el mayor éxito de ventas de la editorial.

Quedan sin embargo varias aristas para ser desarrolladas a partir de esta caracterización general que me gustaría esbozar aquí a modo de interrogantes abiertos para continuar con la investigación a futuro. En primer lugar señalar que en el marco del proceso de búsqueda de documentación, he podido acceder al fondo documental de la editorial Tierra Nueva que se encuentra en una biblioteca protestante de Flores, ciudad de Buenos Aires. El fondo documental contiene mayoritariamente

30 «Orfila Reynal anunció la creación de la editorial Siglo XX argentina», 7 de mayo de 1971, *La Opinión*, Buenos Aires.

31 Es el mismo mercado que percibe Orfila en el proyecto inicial de EUDEBA continuado por Boris Spivacow. Véase al respecto los comentarios que se realizan: Weimberg, Gregorio (2006) *El libro en la cultura latinoamericana*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

correspondencia enviada y recibida por Julio Barreiro en su actividad como director entre 1974 y 1983. Hasta el momento, he podido relevar un total de seis cajas con documentos de archivos, en las cuales se contabilizan más de 100 carpetas con correspondencia organizadas según destinatarios (autores, otros editores, miembros de organizaciones protestantes, etc). Lamentablemente, no se han encontrado en dicho archivo las cartas entre Julio Barreiro y Paulo Freire lo cual permitiría avanzar en un análisis de la relación entre editor-autor tal como se hace en muchas investigaciones.<sup>32</sup> Sin embargo, si se encontraron otros destinatarios que permitirían reconstruir indirectamente ese vínculo. Por ejemplo, en la Caja 23, carpeta 10, se ha encontrado más de 100 folios de correspondencia entre Julio Barreiro y Arnaldo Orfila Reynal mantuvieron entre 1974 y 1983, especialmente sobre la edición del libro *Cartas a Guinea Bissau*. Asimismo, el análisis de la correspondencia permitiría complementar el análisis del catálogo a fin de describir el conjunto de relaciones que el editor establece con distintos actores en el proceso de producción editorial.

Otros interrogantes que se abren a partir de esta descripción general de la editorial, su editor y catálogo, es la necesidad de pensar distintas escalas de análisis respecto al mercado editorial. Sería necesario aún reponer los contextos nacionales del mercado editorial en cada una de las etapas de la editorial. Esto es, poder caracterizar la situación del mercado editorial uruguayo entre 1968 y 1973 en un marco de fuerte dinamismo del sector pero también de avance del autoritarismo por parte del mercado. Asimismo, sería necesario una caracterización de los distintos escenarios en los que Julio Barreiro ejerció su actividad de editor en el exilio en Buenos Aires. Esto es, diferenciar aspectos económicos del mercado en el período 1974-1983 de aspectos políticos relativos a la censura ideológica. Sin embargo, esta caracterización de los escenarios nacionales de producción editorial no puede perder de vista el carácter transnacional de la editorial y su conexión con los circuitos tanto cristianos (CMI, con sede en Ginebra) como progresistas (Siglo XXI, con sede en México).

Finalmente, en cuanto a la edición de las obras de Paulo Freire, quizás sea necesario en términos metodológicos realizar un análisis de los procesos de edición de cada título en particular. De este modo, poder ponderar con mayor precisión el lugar que ocupa Tierra Nueva en el proceso de circulación de las ideas pedagógicas en relación a otras editoriales como ICIRA de Chile, Herder and Herder de Estados Unidos, Mondadori de Italia o Paz e Terra de Brasil. Esto permitiría además poner en evidencia algo no problematizado en detalle en este trabajo que son los procesos de traducción de su obra a varios idiomas y los distintos agentes introductores de sus textos a distintos mundos lingüísticos.

---

32 de Diego, José Luis (2015) «Cortázar y sus editores», *La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición*. Buenos Aires, Ampersand, pp. 165-188.

## EDITORAS INDEPENDENTES NO BRASIL: O MERCADO DA BIBLIODIVERSIDADE

SAMARA MÍRIAN COUTINHO<sup>1</sup>

O mercado editorial brasileiro passou por inúmeras mudanças desde as primeiras publicações impressas no país, que ocorreram —oficialmente— a partir do dia 13 de maio de 1808, com a fundação da Imprensa Régia no período colonial. Desde lá, o Brasil passou por uma longa jornada nessa área, inicialmente com editores estrangeiros, como Pierre Plancher, Baptiste Louis Garnier e os irmãos Laemmert, depois, também, com editores brasileiros. Divididos entre casas tipográficas e livrarias, é imprescindível citar pioneiros como Paula Brito e Pedro Quaresma.

Os produtores e veiculadores de livros, inicialmente, se concentravam no Rio de Janeiro que, até então, era também a capital do país. São Paulo, com um desenvolvimento cultural relativamente tardio, teve um crescimento expressivo na produção livreira por meio de uma reforma educacional iniciada em 1890, que implementou escolas populares semelhantes a modelos europeus e norte americanos. A queda do analfabetismo e o grande número de exemplares necessários para abastecer o currículo dessas escolas, fizeram com que a cidade se tornasse a «capital dos didáticos».<sup>2</sup> A *Semana De Arte Moderna*, acontecida em 1922, também foi um marco, pois levou à cidade uma gama de intelectuais que queriam difundir suas produções por meios impressos. Segundo Alessandra El Far, em *o Livro e a leitura no Brasil*,

... foi nesse cenário que surgiram livraria Saraiva, Schmidt Editora, José Olympio, Livraria Melhoramentos, Civilização Brasileira, Paz e Terra, Globo, L&PM, Zahar (depois Jorge Zahar), Companhia das Letras, Record, Rocco, Vozes, dentre várias outras, que definitivamente dinamizaram o comércio de livros no país (EL FAR, p. 42).

As editoras citadas tiveram seus inícios em diferentes décadas do século XX, porém majoritariamente sediadas no eixo Rio-São Paulo e sob efeito de uma forte política protecionista em termos de mercado editorial, que vigorou até a década de 1990, quando a economia foi oficialmente aberta para a entrada de capital estrangeiro com menor tributação alfandegária. É nesse contexto que pode-se dizer que um dos fatores mais relevante para este estudo foi o advento da globalização, pois ela modificou as relações que envolvem o capital e a prestação de serviços de uma maneira

1 Graduanda em Letras —tecnologias em edição— no Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG, Brasil)

2 Denominação dada por Márcia de Paula Gregorio Razzini, encontrada na página 101 do livro *Impresso no Brasil*.



em que a produção e a distribuição dos bens de consumos não se limitassem mais aos seus próprios territórios nacionais. Isso impactou no funcionamento de grandes empresas, que acabaram se tornando multinacionais atuantes em diversos países e em praticamente todos os setores industrializados. Segundo David Harvey, autor do livro *O enigma do capital*:

Desde os anos 1970 e mais intensamente a partir dos anos 1980, vários países assistem a um acelerado processo de internacionalização, financeirização e concentração de propriedade em diversos setores econômicos. Tal processo tem transformado os arranjos produtivos locais, inserindo sujeitos e instituições em sistemas globais de trabalho, consumo e geração de capital (HARVEY, 2010, p.45).

O mercado editorial no Brasil foi altamente permeável às mudanças na economia mundial, que aliadas à imunidade tributária do livro<sup>3</sup> —garantida na constituição de 1988—<sup>4</sup> deixaram o mercado muito atrativo para investidores nacionais e estrangeiros. Assim, aquisições, fusões e joint-ventures tornaram-se cada vez mais comuns, concentrando, gradativamente, os capitais financeiros, intelectuais e simbólicos «nas mãos» de grandes corporações. Segundo José Muniz Jr. na publicação *O grito dos pequenos*, o processo de concentração está ocorrendo de três formas: «horizontal (aquisições dentro do um mesmo setor); vertical (aquisições dentro de uma mesma cadeia de produção); e conglomeral (fusões entre empresas de diferentes setores).» (2010, p. 8). Dessa maneira, pode-se dizer que atualmente há um oligopólio na produção livreira nacional, ou seja, poucas empresas detêm o controle da maior parcela do mercado.

... o ingresso de capitais estrangeiros, favorecido por determinadas políticas econômicas, reconfigurou o espaço ocupado pelas editoras. Empresas estrangeiras de diferentes origens, atraídas pela expansão desses mercados consumidores, vieram para disputar espaço com as já atuantes nos mercados locais ou trataram de fagocitá-las, principalmente em nichos de retorno mais garantido. Algumas das empresas que atuam na região, hoje, figuram entre as maiores editoras do mundo: Planeta, Prisa-Santillana, SM, Cengage Learning, Pearson, MacMillan, Hachette, ReedElsevier, McGraw-Hill etc. (MUNIZ, 2012, p.2).

Com a formação de um sistema oligopólico dentro de um mercado cultural, um problema tornou-se muito latente para os sujeitos da cadeia produtiva: a concentração dos capitais intelectuais. Caracterizada por Jonh B. Thompson no livro

3 «... a imunidade tem como meta a redução do custo do produto, favorecendo a veiculação de informações, do ensino, da educação e da cultura. Por isso está destinada, em primeiro lugar, a beneficiar o consumidor que sofrerá, finalmente, pelo mecanismo dos preços, a transferência do encargo financeiro dos impostos incidentes sobre a produção e a comercialização do papel, do livro, dos jornais e periódicos» (BALEIRO, 2010, p. 341).

4 Excerto da Constituição Federal Brasileira de 1988: «Art. 150. Sem prejuízo de outras garantias asseguradas ao contribuinte, é vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios: [...] VI— instituir impostos sobre: [...] d) livros, jornais, periódicos e o papel destinado a sua impressão».

*Mercadores da Cultura*, ela «consiste nos direitos de conteúdo intelectual que uma editora possui ou controla, que são certificados pela quantidade de contratos que ela tem com autores e outros agentes que pode explorar por meio de publicações e da venda de direitos subsidiários.» (THOMPSON, 2011, P.11) ameaçando assim, a bibliodiversidade. O editor, responsável pela curadoria das obras a serem publicadas tem a função de selecionar o que será levado ao público, como citado pelo sociólogo José Muniz Jr.:

O editor é aquele que restringe o debate público ao regular a mediação entre produtores de mensagens e os sujeitos aos quais essas mensagens se destinam. Ao exercer o papel de avaliar originais para publicação, ele acaba por determinar, ao menos provisoriamente, quais textos circularão na sociedade. Se não isso, é pelo menos responsável por dar existência privilegiada a certos autores em detrimento de outros que então passam a ocupar uma posição marginal no mercado simbólico que desejam fazer parte (2010, p.4).

Dessa forma, o editor pode tornar-se um profusor ou censor dos conteúdos publicados, e, se esta função cabe a poucos indivíduos dentro da cadeia oligopólica, a tendência é que as publicações fiquem sujeitas a restrições embasadas nas políticas da empresa e no gosto pessoal de quem faz a seleção dos originais. Assim, a bibliodiversidade — termo inspirado no conceito de biodiversidade que se refere à necessidade de diversidade na produção editorial e nos acervos disponibilizados aos leitores em bibliotecas, livrarias e outros ambientes— tornou-se uma pauta imprescindível nos debates sobre cultura, livros e veiculação de saberes. Do receio a essa ameaça, um movimento, que já existia anteriormente, ganhou um escopo mais robusto: as editoras auto-intituladas independentes.

Segundo André Schiffrin, em *O comércio dos livros*:

As grandes editoras sempre estiveram entre nós. [...] Mas a história editorial é muito mais que uma relação de número de venda. As questões importantes concernem ao que é publicado, às opções disponíveis e às novas ideias, seja na ficção, seja na não-ficção, que eram oferecidas ao público. A história também levanta questões sobre o relacionamento entre alta cultura e grande público durante o processo de industrialização. Como as próprias editoras se transformaram e qual foi o efeito dessas mudanças nas pessoas que trabalhavam com edição de livros? (2000, p.21).

Acredita-se que parte dessa resposta encontra-se na figura do editor independente e, por consequência, em seus pequenos negócios, que, ressignificaram as práticas e estratégias de mercado, ao não corroborarem, ou não encontrarem espaço na cadeia das grandes. Assim, consideram-se editoras independentes,<sup>5</sup> as casas editoriais

5 A conceituação do termo independente encontra-se em um terreno espinhoso, largamente discutido pelo autor José Muniz em seus trabalhos acadêmicos. A definição encontrada nesse texto é a que foi compilada pela autora por meio de estudos e análises do discurso dos agentes produtores de livros independentes.

que pautam por sua autonomia, não estando sujeitas —em caráter de submissão— aos demais players do mercado, nem às políticas de gestão de negócios que não sejam as definidas pelo próprio corpo editorial. Elas, geralmente, têm o seu próprio dono como editor, o que lhes garantem grande liberdade na produção dos livros. Comumente, essa liberdade é difundida, no meio literário, relacionada aos conteúdos textuais, seja na escolha de autores desconhecidos, ou na publicação de gêneros textuais considerados à margem do consumo de massa.

Pode-se dizer, também, que há uma relação direta de afeto do editor com os conteúdos e gêneros escolhidos, visando, pelo menos inicialmente, a possibilidade de publicar materiais que o agradam, sem pensar necessariamente no lucro, prática inversa à das grandes editoras. Essas constatações vêm de um processo de observação de diferentes casas que têm essa adjetivação e se manifestam cotidianamente em redes sociais, na produção de feiras e eventos que evocam um *ethos* de artefício que rechaça a prática das grandes. Esse excerto, retirado da descrição da página do Facebook da feira *Textura*,<sup>6</sup> traz um depoimento que ilustra parte do imaginário coletivo que tem se criado com o movimento:

De acordo com Lucas Brandão, um dos idealizadores da Textura, a ideia surgiu do desejo de expandir novos modos de fazer literatura e de colocar o texto em prática em diferentes formas artesanais. «É uma feira pequena na quantidade, mas grande em outros aspectos. O independente, neste contexto, é entendido como uma vertente artística que não está inserida no mercado de produção massiva. O artista independente realiza a própria produção. Ele mesmo faz o livro e, muitas vezes, o edita. Além disso, pretendemos privilegiar a cultura local e suas variadas facetas», explica (FEIRA TEXTURA#3, 2017).

Nesse trabalho, o objetivo não é aprofundar no conceito do editor independente, e sim perceber como estes, a partir da sua auto-intitulação, estão realizando seus processos de produção e circulação de materiais. Por isso, é necessário retomar a discussão sobre a globalização apresentada na introdução, pois ela foi um efeito direto dos avanços tecnológicos e da internet, que impactou no «modus operandi» das editoras e não apenas na formação de oligopólios no mercado.

O avanço tecnológico, principalmente após o ano de 2005 proporcionou o acesso de pequenos produtores a *softwares* de edição de uso doméstico e a gráficas digitais. Essas tecnologias inovadoras, possibilitaram que pequenos editores produzissem materiais com qualidade semelhante à grandes editoras, que antes detinham grande parte do poder de produção por usarem gráficas *offsets*, elevadíssimo custo de impressão em tiragens abaixo de 150 exemplares. A forma de venda também sofreu grandes mudanças com as *e-commerces* que facilitaram a comercialização, criando uma ponte direta entre os leitores e o material do pequeno produtor, que antes era

6 A *Textura* é uma pequena feira de impressões e literatura realizada em Belo Horizonte, MG.

muito limitado à venda em livrarias, passando por distribuidores. O custo para colocar um livro em uma *megastore* é impraticável para editores com pequeno capital de giro.

Por meio da *web* e das redes sociais, foram criados coletivos que conceberam feiras de publicações independentes fazendo uso da própria internet para divulgar e mobilizar produtores e consumidores. Assim, houve um aumento exponencial de feiras de publicações independentes; como pioneiras pode-se citar a *Feira Plana*, em São Paulo; a *Tijuana*, no Rio de Janeiro e a *Primavera dos Livros*, que é realizada pela LIBRE<sup>7</sup> em diferentes cidades do Brasil. Com essa conformação mercadológica pode-se produzir e imprimir em pequenas escalas, sem ter um grande impacto no valor do livro unitário, estimulando o ideário «faça você mesmo».

Dentro do imenso universo de casas editoriais auto-intituladas independentes, duas editoras foram escolhidas como *corpus* de análise deste trabalho por terem visibilidade dentro do mercado e se auto-sustentarem: *Editora Patuá* e *Lote 42*. Ambas estão sediadas na cidade de São Paulo, sendo que a primeira foi fundada no início de 2011 e a segunda no final de 2012. Elas não possuem vinculação com nenhuma entidade governamental, privada ou filantrópica, nem recebem proventos fixos de outras instituições. Nos dois casos, as publicações são integralmente financiadas pelas editoras, que realizam gratuitamente todo o trabalho de edição do livro —registro, revisão, design, projeto gráfico, diagramação, ilustração, impressão, divulgação e venda—. Apesar de terem o modalizador independente em comum, suas práticas de mercado possuem inúmeras diferenças que demonstram a diversidade que existe nesse campo em que o capital simbólico possui tamanha potência.

A Editora Patuá, especializada em Literatura Brasileira Contemporânea, publica poesia, conto, crônica e romance. O nicho de poesia, representa cerca de 90% das publicações, o que a fez conhecida como uma editora que publica esse gênero considerado marginalizado. Com o *slogan* «livros são amuletos», seu catálogo conta com mais de 500 títulos publicados nos 6 anos de existência. Conhecida também por sempre concorrer em prêmios literários, autores —com obras agenciadas pela editora— já conquistaram duas vezes o *Prêmio São Paulo de Literatura* e duas vezes o *Prêmio Jabuti*, consideradas premiações de alto renome no país. A editora possui um espaço físico no formato de bar/livraria, chamado Patuscada, localizado no bairro Vila Madalena, um reduto boêmio da capital paulista. Nele são realizados, principalmente, lançamentos, sarais e recitais. A independente ficou conhecida, a partir de reportagens e vídeos que ressaltavam a imagem de uma «editora de um homem só»<sup>8</sup>, pois o poeta e editor Eduardo Lacerda, também dono, gerenciou e cuidou de todas

7 Liga Brasileira de Editoras.

8 Por exemplo a entrevista concedida ao Sampa Criativo, um canal colaborativo de expressão e articulação, disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=gCocuUeqVSo>

as etapas das publicações —exceto diagramação e capa— sozinho, durante 5 anos de funcionamento. Agora ele conta com mais uma pessoa na equipe e trabalha com dois freelancers para diagramar e ilustrar os livros.

A editora Lote 42 se diz «uma editora sem preconceitos quanto a suportes», no catálogo possui 29 publicações, dentre elas 6 fanzines e 23 livros dos mais diversos gêneros: quadrinhos, livro de colorir, cartas, contos, romances, haicais, inqueritos policiais e livros de imagem. Uma frase muito proferida pelos seus proprietários é: «Um livro da marca não se esgota na última palavra.». Segundo a editora Cecília Arbovale<sup>9</sup>, isso explicita a relação intensa que a editora possui com a web, pois cada livro lançado possui um *hotsite* ou um *minidoc* disponibilizado na plataforma *Youtube* ou nas redes sociais. Ela ficou conhecida pelo público por meio de uma inusitada campanha de marketing na Copa do mundo realizada no Brasil, que posteriormente ficou conhecida como *Promoção do 7x1*.<sup>10</sup> Na campanha, a proposta baseada no jogo Brasil x Alemanha, propagou que a cada gol sofrido pelo Brasil seria concedido um desconto de 10% acumulativo ao comprador. Logo, com um resultado completamente inusitado em termos esportivos, os leitores puderam adquirir as obras com 70% de desconto. Como a Patuá, A Lote 42 também possui um espaço físico, a *Banca Tatuú*, localizada no bairro de Santa Cecília, conhecido como o «bairro dos jornalistas». É uma banca como as de jornais, mas que comercializa apenas publicações independentes de editoras de todo o país. O corpo editorial é composto por três jornalistas: João Varella, Cecília Arbovale e Thiago Blumenthal. A parte de design gráfico, diagramação e produção gráfica são, na grande maioria das vezes, feitas por agências de designers, como a *Casa Rex*, ou *freelancers*.

Para melhor ilustrar o *ethos* que cada editora cria a partir da enunciação de si mesmas seguem dois excertos extraídos dos sites, respectivamente, da Editora Patuá e da Lote 42:

A Editora Patuá —Livros são amuletos— é uma alternativa no mercado editorial: com o objetivo principal de publicar bons autores que ainda não encontraram espaço nas grandes editoras, mas que também não desejam pagar pela edição da própria obra, pretendemos apresentar ao público livros com excelente qualidade gráfica e, sobretudo, literária (EDITORA PATUÁ, 2017).

A Lote 42 entende a web como uma poderosa aliada para disseminar a cultura, respeitando os preceitos dos bons livros impressos. [...] A Lote 42 responde às demandas de um público que cada vez mais exige qualidade de reflexão. A Lote 42 tem como propósito editorial pensar a sociedade em que vivemos, demarcar e estender

9 Na entrevista concedida ao programa Culturall, da TV Horizonte disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=Duz\\_MaryK78&t=630s](https://www.youtube.com/watch?v=Duz_MaryK78&t=630s)

10 Como explicitada na reportagem do jornal Estadão de São Paulo, disponível em <http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,copa-do-mundo,por-promocao-na-copa-editora-tera-de-vender-livros-70-mais-baratos,1525666>

nossos papéis sociais e políticos, transformar o estado passivo da matéria que insiste em inércia, proporcionar o acesso à reflexão e à imaginação (LOTE 42, 2017).

Em uma primeira análise das informações apresentadas, já pode-se inferir inúmeras diferenças e semelhanças das duas independentes. Ambas financiam integralmente as publicações; possuem locais físicos de venda nos quais possuem outras formas de renda que não são apenas os livros editados por eles mesmos; possuem pequeno corpo editorial; trabalham com terceirizados, e enunciam prezar pela alta qualidade dos títulos em um discurso engajado. Nas diferenças, percebe-se a Patuá com um discurso mais conservador ao colocar os livros físicos como sagrados e restringindo os gêneros literários aos canônicos; enquanto a Lote 42 se mostra mais inovadora, interagindo com outros suportes de leitura e diversificados gêneros. Quando analisamos mais a fundo o «modus operandi» das duas, é que ficam mais evidenciadas as diferenças. A imensa disparidade no número de livros publicados é compreensivelmente justificada pelo modo de escolha dos originais, pela estratégia de marketing e vendas, e, principalmente, pelos projetos gráficos.

Ambas possuem a opção de receber os originais por e-mail, entretanto, grande parte da seleção do acervo da Patuá é feita a partir da leitura desses originais, enquanto a Lote 42 muitas vezes busca textos que já tenham relevância na internet. A estratégia de marketing está intrinsecamente ligada à forma de venda. Nas duas, esta é feita diretamente com a editora, ou seja, não existe o papel da distribuidora. Ambas possuem o local físico para venda, *site*, *e-commerce* e utilizam do espaço de feiras independentes que acontecem em todo o país para comercializarem seus livros. A Lote 42, inclusive, organiza uma feira anual chamada *Miolos*, que está na sua terceira edição, sendo realizada na Biblioteca Pública Mário de Andrade, em São Paulo. Porém, as estratégias são diametralmente opostas: a Lote 42 faz uma preparação e uma campanha de marketing extensa para cada título, produzindo *teasers* com os bastidores da produção, realizando pré-vendas e eventos de lançamento de alto impacto. Tudo isso com muita interatividade no *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Youtube* e no *Website* da editora. Os livros são impressos com uma tiragem de 500 a 1500 exemplares e conseguem um escoamento muito considerável.<sup>11</sup>

Na editora Patuá, o lucro está no grande número de lançamentos que são o carro chefe de vendas, com o lançamento de 2 a 3 títulos em uma semana, a alta rotatividade de autores e pessoas próximas a estes, impulsionam a venda de outros títulos, que também ficam expostos no local. Não há grande investimento em campanhas de marketing e as redes sociais são majoritariamente utilizadas para eventos semanais com os nomes dos títulos lançados. O grande mote da Editora Patuá está na *persona* do editor Eduardo Lacerda que em seu perfil pessoal do *Facebook* conta com 4.999 amigos e 4.219 seguidores. É principalmente por meio desse perfil que são divulgados

11 Observação feita por meio de dados da e-commerce, na qual vários títulos aparecem esgotados.

detalhes dos lançamentos e textos que sempre interpelam os leitores quanto ao número dos títulos de livros que têm comprado. A página da editora também é constantemente atualizada. As tiragens são pouco expressivas, geralmente são produzidos 100 exemplares em gráficas digitais, com raras reimpressões. É um pequeno negócio que consegue sua sustentabilidade por uma cadeia de interesses: autores que querem ser publicados vão a muitos lançamentos e compram livros, quando chegam ao patamar de serem lançados, outros tantos prestigiam o evento, além de familiares e amigos dos autores. Assim, ela tem uma postura mais intimista, com um capital simbólico altíssimo por publicar um nicho com grande apelo intelectual, mas pouco explorado em grandes editoras. Parte da publicidade vem, também, de notas e reportagens que saem em grandes veículos de comunicação quando seus livros concorrem à prêmios relevantes.

A última diferença a ser citada, mas uma das mais relevantes é quanto a forma do livro impresso. Os aspectos gráficos são imprescindíveis quanto se fala do projeto de um livro e suas escolhas dizem muito sobre a editora. Dentro do caráter independente, esse é um ponto crucial, visto que grande parte das vendas é feita em feiras e a estética colabora em muito na hora da escolha do leitor. A editora Patuá possui certa constância nos formatos dos seus livros que, geralmente são brochuras em formatos 14 x 21 (ou similares). As capas são flexíveis com orelhas medianas, sem aplicação de acabamentos especiais. O miolo é majoritariamente impresso em papel pólen possui apenas uma cor na impressão. Essas especificações demonstram um perfil de livro que possui um custo de produção barato, sem intervenções artesanais, mas que é considerado extremamente cômodo por leitores e de fácil portabilidade. Apesar do investimento baixo em termos de produção gráfica, as edições possuem refino estético, advindo de designers que exploram bem os recursos tipográficos e imagéticos.

Em contrapartida, a editora Lote 42 produz livros altamente sofisticados, muitos com intervenções artesanais, apesar da alta tiragem. O valor de capa somente fica praticável no mercado por causa desse alto número de exemplares, impressos em gráficas *offset*. Tamanho é apreço estético com os projetos gráficos, que em cada *hotsite* dos livros da editora, existe uma sessão que explica como foram pensados e produzidos. Torna-se impossível fazer uma generalização acerca desse tema, mas para a melhor visualização das escolhas gráficas serão citados três excertos retirados do site, referentes aos títulos escolhidos.

*42 Haicais e 7 Ilustrações*, dos autores João Varella e FP Rodrigues<sup>12</sup>, é a oitava publicação da editora. Possui encadernação brochura, com dimensões de 14 x 21 x 0,5 cm, 64 páginas, e foi lançado em 2014:

Publicar os poemas escritos à mão foi o ponto de partida para o projeto gráfico, [...] Ficam evidentes as marcas da escrita, como letras apagadas, folhas amassadas

12 VARELLA, J.; RODRIGUES, F. P., *42 Haicais e 7 ilustrações*. 1ª edição. São Paulo: Lote 42, 2014.

e demais intervenções. As ilustrações [...] feitas a lápis, seguem a mesma proposta. A capa é branca, apenas com título e nomes dos autores bastante discretos. Nela foi aplicada, um a um, tinta acrílica com estêncils dos números 42 e 7. Dessa forma, o livro ganhou textura e uma nova camada de leitura. São mil exemplares, mas cada um é um (LOTE 42, 2017).

O livro *Queria ter ficado mais*<sup>13</sup>, organizado pela editora Cecilia Arbolave, traz 12 autoras: Barbara Heckler, Bruna Tiussu, Cecília Araújo, Cecilia Arbolave, Clara Averbuck, Clara Vanali, Florencia Escudero, Isis Gabriel, Ligia Braslauskas, Livia Aguiar, Luciana Breda e Olívia Fraga. Os textos vêm dentro de envelopes, amarrados com uma cinta, e possui as dimensões 16 x 11 cm. Foi lançado em 2015 e é nono livro da editora.

Reúne 12 histórias escritas por mulheres em diferentes cidades do mundo — da vizinha Buenos Aires à longínqua Tóquio. O projeto gráfico dialoga com o universo das viagens: cada um dos capítulos foi impresso em folhas soltas, dobradas e acomodadas dentro de envelopes, como se fossem cartas enviadas dos lugares que as autoras visitaram. [...] Possui aquarelas da ilustradora Eva Uviedo, inspiradas nos textos, apresentam as regiões retratadas antes de o leitor embarcar na leitura [...] Por fim, uma cinta ainda amarra os 12 envelopes e permite que os envelopes se misturem e ganhem uma nova ordem a cada leitura (lote 42, 2017).

Quanto ao livro *Lululux*,<sup>14</sup> o mais diferenciado de todos os publicados, é do autor Gustavo Piqueira e foi lançado em 2015. É o décimo quarto livro da editora e possui as dimensões 32,5 x 23,5 x 6,8 cm:

É uma narrativa impressa subdividida em 34 partes. Não se trata, contudo, de 34 capítulos. Na verdade, chega a ser difícil classificar *Lululux* como livro, pois seu formato afasta-se do habitual códice e apresenta-se como um conjunto narrativo de jantar: 20 guardanapos, 06 jogos americanos e 08 porta-copos. *Lululux* tem tiragem única de 600 exemplares numerados, impressos em serigrafia nas oficinas gráficas de Casa Rex, acondicionados numa caixa de pínus também impressa em serigrafia (LOTE 42, 2017).

Para finalizar, cabe ressaltar que todo esse estudo, contextualizado desde os primórdios do mercado editorial brasileiro, pretendeu demonstrar como as transformações no mercado editorial, principalmente a concentração dos capitais financeiro, intelectual e simbólico impactaram na cadeia produtiva, causando o receio que a bibliodiversidade fosse diretamente afetada. Nesse cenário, as editoras auto-intituladas independentes se multiplicaram, tornando-se um movimento que se fortalece à medida que cria uma espécie de "ethos" antagônico ao das grandes editoras.

Com a finalidade de se estabelecerem, foi necessária a ressignificação de estratégias e práticas de mercado, mas estas não acontecem de forma homogênea, como

13 ARBOVALLE, C. (org). *Queria ter ficado mais*. 1ª edição. São Paulo: Lote 42, 2015.

14 PIQUEIRA, G. *Lululux*. 1ª edição. São Paulo: Lote 42, 2014.



visto no estudo de caso comparativo entre as editoras Patuá e Lote 42. Com muitas diferenças e semelhanças, as casas estudadas demonstram a diversidade que as tornam fomentadoras da bibliodiversidade. Suas autonomias ficam evidenciadas desde a liberdade na escolha dos gêneros publicados até na materialidade do livro, passando pela venda e pelas estratégias de marketing. Sobremaneira, constatou-se que as independentes são vitais para que a cultura livreira não se limite a modelos pautados apenas no capitalismo neoliberal, ao fazerem escolhas que também envolvem grande afetividade entre o editor e o livro.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARBOVALLE, C. *Cecilia Arbovalle no Culturall*. Entrevista concedida ao canal do Youtube Lote 42. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=Duz\\_MaryK78&t=63os](https://www.youtube.com/watch?v=Duz_MaryK78&t=63os)>. Acesso em: 04 ago 2017
- ARBOVALLE, C. (org). *Queria ter ficado mais*. 1ª edição. São Paulo: Lote 42, 2015.
- BALEEIRO, Aliomar. *Limitações Constitucionais ao Poder de Tributar*. 7 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2010.
- Banca Tatuí. *ASSUNTO/SOBRE*. Disponível em: < <https://www.bancatatu.com.br/> >. Acesso em: 12 de ago. 2017.
- BRAGANÇA, A.; ABREU, M. (Org.). *Impresso no Brasil*. São Paulo: UNESP, 2011.
- BRASIL. Constituição (1988) *Constituição da República Federativa do Brasil*: Texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com as alterações adotadas pelas Emendas Constitucionais nº 1/92 a 32/2001 e pelas Emendas Constitucionais de Revisão nº 1 a 6/94. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2001. 405 pp.
- DOLZAN, M. *Por promoção na Copa, editora terá de vender livros 70% mais baratos*: Editora paulista Lote 42 prometeu 10% de desconto a cada gol que o Brasil sofresse durante a semifinal contra a Alemanha nesta terça. O Estado de São Paulo, São Paulo, 08 jul 2014. Disponível em: < <http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,copa-do-mundo,por-promocao-na-copa-editora-tera-de-vender-livros-70-mais-baratos,1525666> >. Acesso em: 03 ago 2017
- Editora Lote 42. *42 Haicais e 7 ilustrações*. Disponível em: <<http://www.lote42.com.br/42haicais/projeto-grafico.html>>. Acesso em: 12 de ago. 2017.
- Editora Lote 42. *Queria ter ficado mais*. Disponível em: <<http://www.lote42.com.br/queriaterficado-mais/projeto-grafico.html>>. Acesso em: 12 de ago. 2017.
- Editora Lote 42. *Lululux*. Disponível em: <<http://lote42.com.br/lululux/a-producao.html> >. Acesso em: 12 de ago. 2017
- Editora Lote 42. *ASSUNTO/SOBRE*. Disponível em: < <http://www.lote42.com.br/> >. Acesso em: 12 de ago. 2017
- Editora Patuá. *ASSUNTO/SOBRE*. Disponível em: < <http://www.editorapatua.com.br/> >. Acesso em: 12 de ago. 2017.
- FEIRA TEXTURA #3. [comentário pessoal]. Facebook. 17 maio 2011. Disponível em: <[https://www.facebook.com/events/1863032727040525/?active\\_tab=about](https://www.facebook.com/events/1863032727040525/?active_tab=about)> . Acesso em: 12 ago 2017.
- LACERDA, E. *Editora Patuá - Eduardo Lacerda*. Entrevista concedida ao canal do Youtube Sampa CriAtiva. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=gCocuUe9VSo> >. Acesso em: 04 ago 2017
- EL FAR, A. *O livro e a leitura no Brasil*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- HARVEY, D. *O Enigma do Capital: e as crises do capitalismo*. São Paulo: Boitempo Editorial. 2011.

- MUNIZ JR., J. S. *O grito dos pequenos: independência editorial e bibliodiversidade no Brasil e na Argentina*. In: III Simpósio Internacional de Comunicação e Cultura na América Latina, São Paulo, 2010. Disponível em: [http://www.balaoeditorial.com.br/downloadable/download/sample/sample\\_id/6/](http://www.balaoeditorial.com.br/downloadable/download/sample/sample_id/6/). Acesso em 15 de junho de 2017.
- MUNIZ JR., J. S. *Políticas editoriais, políticas públicas: análise de cinco vozes críticas às transformações do campo editorial*. In: INTERCOM — SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2012, Fortaleza. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2078-1.pdf> >. Acesso em 15 de junho de 2017.
- MUNIZ JR., J. S. *Girafas e bonsais: editores 'independentes' na Argentina e no Brasil (1991-2015)*. 2016. Tese (Doutorado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.
- PIQUEIRA, G. *Lululux*. 1ª edição. São Paulo: Lote 42, 2014.
- SCHIFFRIN, A. *O negócio dos livros*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2000.
- THOMPSON, J. B. *Mercadores de Cultura: o mercado editorial do século XXI*. Tradução de Alzira Allegro. São Paulo: Editora Unesp, 2011.
- VARELLA, J.; RODRIGUES, F. P., *42 Haicais e 7 ilustrações*. 1ª edição. São Paulo: Lote 42, 2014.