

LAS UNIVERSIDADES COMO CASAS EDITORIALES

A partir del desarrollo europeo de la imprenta de tipos móviles (ca. 1440) la función editorial irá incorporándose a las tareas de difusión del conocimiento propias de las Universidades. Como ejemplo citemos la publicación de la importantísima *Gramática* de Antonio de Nebrija en 1492 por parte de la Universidad de Alcalá de Henares. O aun más cercano a nosotros, la puesta en marcha de la primer imprenta de América, la de México, en 1539, seguida de la fundación de la primera universidad en este Continente, la de México también, en 1553. A partir de estos casos es fácil entender el que la alianza entre ambas instituciones haya seguido consolidándose con el paso del tiempo, de tal suerte que las universidades más prestigiosas del mundo cuentan con importantes casas editoriales desde las cuales difunden no sólo el saber que se genera intramuros, sino también todas aquellas aportaciones que, independientemente de su procedencia, sirven y enriquecen a la comunidad científica y cultural del mundo entero. MIT Press, Harvard University Press, University of Chicago Press, Oxford University Press, London Press, Universidad Complutense de Madrid, o la Imprenta Universitaria de la UNAM, son sólo algunos de los nombres más conocidos de esta venturosa relación.

Las imprentas universitarias no sólo cumplen con la función de difusión, sino que también colaboran de manera relevante en la educación y formación de los futuros profesionistas que se harán cargo, a su vez, del periodismo, la literatura en general, el diseño gráfico y editorial, la dirección de arte, y, por supuesto, la edición de libros y revistas. Por otra parte, son la vía natural a través de la cual sus maestros y demás colaboradores pueden dar a conocer sus trabajos de investigación o creación, su participación en la resolución de casos, o en el auxilio a sus comunidades. Sobre decir que la reputación ganada por quienes en esta institución –la imprenta universitaria- fueron preparados o a través de la cual se dieron a conocer, es prestigio asegurado no sólo para la casa editora, sino para la universidad que le da cobijo.

Pensar hoy día en una imprenta universitaria resulta mucho más sencillo que en el pasado. Por una parte, contamos con sistemas de impresión y encuadernación mucho más baratos que el tradicional offset, que además requiere de enormes tirajes que justifican su costo y uso. Nuevos, más versátiles y amigables programas de diseño también contribuyen al abatimiento del precio de producción de un libro. Por otra parte, es insoslayable la presencia y creciente importancia de los llamados *e-books*, que sin duda están llamados a ser el futuro de la industria editorial que se verá profundamente transformada por ellos, y que, como se entenderá, su realización resulta, por lo pronto, más económica que cualquier otro trabajo sobre papel. Pero la principal

ventaja de la imprenta universitaria es que cuenta con el insustituible insumo que las hace posible: el talento y capacidad de quienes generan el conocimiento y la creación artística, sus maestros, alumnos, y comunidad inmediata. La reunión, motivación y encauzamiento de esta fuerza es la mejor garantía del éxito que puede alcanzar una empresa de este tipo.

Xavier Moyssén L.

CRGS

División de Arte. Arquitectura y Diseño

Departamento de Arte