

Associações fortalecem editoras latino-americanas

Flavia Natércia

Editoras universitárias que sobrevivem apenas da comercialização dos livros e periódicos que publicam são raras, mesmo na rica América do Norte. “De acordo com nosso último questionário anual, respondido por 63 das 100 editoras que podiam submeter seus dados, em média 80% do retorno financeiro dessas saem das vendas. Outros 20% vêm de subsídios da universidade (8%), levantamento de fundos e doações (4%) e outras atividades (8%)”, afirma Peter Givler, diretor-executivo da [Associação Americana de Editoras Universitárias](#) (AAUP).

Givler nega a existência das tendências apontadas pelo colega Lindsay Waters, editor da [Harvard University Press](#), de que estariam publicando grande quantidade de material irrelevante, tornando-se mais comerciais e cada vez mais voltadas à produção de periódicos em vez de livros. Os 125 membros da AAUP publicam por ano algo em torno de 10 mil livros e mais de 700 periódicos, e têm ocupado um espaço crescente no mercado editorial universitário da América Latina.

Segundo Cláudio Rama, ex-diretor do [Instituto Internacional da Unesco para a Educação Superior na América Latina e no Caribe](#) (Iesalc), enquanto boa parte das editoras comerciais latinas foi absorvida por grandes casas editoriais, sobretudo espanholas, a região tem “ilhas” onde as editoras são assumidas pelas universidades como instrumentos importantes para seu próprio desenvolvimento, têm catálogos de qualidade e usam de profissionalismo na gestão de suas publicações.

De acordo com estudos de caso feitos pelo [Centro Regional para o Fomento do Livro na América Latina e no Caribe](#) (Cerlalc) em parceria com o Iesalc, em 2006 havia 554 editoras universitárias na América Latina e no Caribe, que representavam 5,3% do total de editoras e eram responsáveis por 10% das novidades publicadas. As experiências do México, da Colômbia e do Brasil merecem destaque. “Diria que são países cujas editoras universitárias, apesar das distâncias e temas de compatibilidade ou política, trataram de organizar ou fazer coisas por terem detectado a importância de unir-se em associações”, avalia Jaime Iván Hurtado Bonilla, gerente da [Libreria de la U](#), portal de publicações universitárias, científicas e culturais.

“O caso da Colômbia, com a [Associação de Editorias Universitárias da Colômbia](#) (Aseuc), é destacado na região, como também o que se faz no Brasil por meio da [Associação de Editoras Universitárias do Brasil](#) (Abeu) e no México pela [Red Nacional Altexto](#) e suas iniciativas de conformar sua associação”, diz Bonilla. A Abeu existe há 20 anos e congrega 106 editoras; a Aseuc nasceu em 1990 e conta hoje com 39 universidades associadas; e a Red Nacional Altexto, criada em 2006, reúne 32 instituições. “Além da Aseuc, contribuiu para a melhoria da situação na Colômbia o compromisso das universidades com a cultura da editora e, naturalmente, nossos autores, os professores”, acrescenta Juan Felipe Córdoba, diretor do [Centro Editorial Universidade do Rosário](#) e presidente da Aseuc.

Córdoba ressalta a importância da atuação da Unesco na região, por meio do Cerlalc e do Iesalc; e Bonilla destaca a Associação de Editoras Universitárias da América Latina e Caribe (Eulac). E as editoras latinas também têm se beneficiado das novas tecnologias de informação e comunicação. “A Universidade do Rosário publica cerca de 70 livros por ano. Usamos todos os mecanismos possíveis – meios de comunicação, nossos distribuidores Siglo del Hombre Editores (venda em livrarias), eventos acadêmicos, feiras de livros e a [lalibreriadelau.com](#). É um trabalho permanente”, diz Córdoba.

A Libreria de la U nasceu há 4 anos e já agrega 70 editoras e algo em torno de 15 mil títulos em todas as áreas do conhecimento. O portal recebe mais de 6 mil visitantes por dia. Seus livros foram enviados para todos os continentes, inclusive a África. “O crescimento impressionante que nosso portal teve nesses anos se deve não somente ao fato de que se trata de um site especializado, no qual se vendem livros online, mas também porque nos convertimos em aliados das universidades e outras instituições científicas e editoriais de tipo técnico”, conta Bonilla.

Para ele, as editoras européias e norte-americanas têm claro o exercício da comercialização, o que se reflete na consolidação de selos editoriais fortes que, inclusive, colaboram para o fortalecimento e o posicionamento permanente das universidades. “Mas é preciso lembrar, aqui, que há uma relação direta entre o investimento que se faz na pesquisa e a publicação que deriva desta — uma relação definitiva, sobre a qual se pode fazer toda uma dissertação”, pondera. Em comparação, “na América Latina costumamos ser mais românticos ou, provavelmente, demasiado centrados no acadêmico e menos no administrativo; em alguns casos, não muito competentes para liderar projetos editoriais de alto nível”, conclui.

Na região, as dificuldades a serem enfrentadas são muitas. Os estudos de caso nacionais feitos pelos órgãos da Unesco indicam que a maioria das instituições padece da ausência de políticas de comercialização, do desenvolvimento de catálogos sem uma exaustiva análise dos mercados para essas publicações, da falta de mecanismos de gerenciamento autônomos e profissionais, da subordinação das gerências a sistemas burocráticos de autorização, da carência de flexibilidade administrativa e financeira e de uma quase nula existência de mecanismos e modalidades de distribuição e de funcionamento nos sistemas de comercialização.

Mesmo assim, está em discussão a formação de um Mercado Comum do Livro Universitário na América Latina, com mecanismos para eliminar os obstáculos à circulação de obras técnicas e literárias, bem como dos periódicos, como as taxas consulares, as autorizações para importação e a exigência de depósitos prévios.