

La Imprenta: Ochenta años de cultura para ver y leer

Esta edición de la Agenda Cultural celebra los ochenta años de la Imprenta de la Universidad de Antioquia, un hecho verdaderamente relevante tanto en la vida universitaria como en el acontecer de la ciudad y del país, si tomamos en cuenta que es esta una experiencia singular en el concierto nacional: pocas universidades cuentan con su propia imprenta, casi ninguna imprime en sus propios talleres sus libros, revistas, y materiales académicos. Y aunque lo anterior no se cumple en un 100% en la imprenta universitaria, sí ocurre en un alto porcentaje.

Gran diferencia hay, como es obvio, entre los tiempos pasados artesanales y limitados en la calidad de la edición de nuestra imprenta, y lo que hoy vemos como resultado de un trabajo consciente y profesional, del cual es posible decir, sin temor a equivocación o a falsas valoraciones, que está a la altura de buena parte de la edición que se realiza afuera, en la empresa privada, más rica en recursos económicos y más productiva en tal sentido, también por obvias razones.

El libro, la revista, el folleto, el afiche, el plegable de arte o de ciencias naturales, etc., que hoy sale de la Imprenta de la Universidad de Antioquia son bellos objetos hechos con gusto, con diseño, cuidados en su forma, pero cuidados también en la imperiosa necesidad de que salgan bien escritos, sin errores garrafales, sin graves vergüenzas gramaticales, lo cual, hay que decirlo, ocurre con frecuencia en ediciones de gran nombre y confección en tirajes comerciales. En tiempos en los cuales, en palabras (grosso modo) de Jorge Orlando Melo, los medios de comunicación y las burocracias oficiales están acabando con el español.

Es frecuente oír elogios de propios y extraños a las ediciones de la Universidad, y encontrar sus hermosos ejemplares de diversos géneros en librerías y en centros culturales de la ciudad y del país, lo cual tiene que ser un verdadero incentivo para continuar modernizando y haciendo cada vez más eficiente una empresa universitaria que, al lado de la Biblioteca y de los medios de comunicación, son llamados, en parte, a hacer que nuestra cultura universitaria supere los incipientes niveles que sugiere el consumismo y la anomia de las grandes empresas “culturales”, que buscan solo lucro y más anomia.

Luis Germán Sierra J.