

Índice

Introducción

A propósito del desarrollo de la industria editorial
y las interpretaciones históricas de algunos de sus tópicos

Viviana Román 7

Construyendo el mundo editorial en Argentina en los inicios
del siglo XX

Beatriz Cecilia Valinoti 27

Los Pensadores: Educación en hábitos y contenidos

Florencia Paine Ubertalli Steinberg 67

Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (1938)

Alejandra Giuliani 93

Instituciones y estrategias empresariales. El sector editorial
en castellano en la Edad Dorada (1950 - 1973)

María Fernández Moya 121

Las editoriales universitarias. Los caminos de la profesionalización

Flavia Costa y Leandro de Sagastizábal 157

Reseña:

Carrión, Jorge. *Librerías*, Anagrama, Colección Argumentos,
Barcelona, 2013, 342 pp.

Mariana Kunst 183

Normas para publicación 187

Las editoriales universitarias: los caminos de la profesionalización

Flavia Costa
(CONICET-IDAES/ Directora de la Diplomatura de
Estudios Avanzados en Edición - UNIPE)
Leandro de Sagastizábal
(Presidente de la CONABIP/Director de la Diplomatura
de Estudios Avanzados en Edición - UNIPE)

Resumen

Este artículo analiza algunos elementos relacionados con el proceso de profesionalización que se ha venido dando en las editoriales de las universidades nacionales argentinas en la última década. Como en otras actividades profesionales o disciplinas académicas, una serie de elementos resultan indicadores del grado de madurez que estas instituciones van desarrollando u obteniendo, así como la medida en que se acercan a su consolidación.

En el caso que nos ocupa, identificamos los siguientes elementos: concretar espacios de asociacionismo, integrar espacios cada vez más visibles en las organizaciones que representan al sector editorial, participar en ferias locales e internacionales, promover instancias de capacitación y formación de sus integrantes y producir libros de muy buena calidad. Además de otros aspectos que justifican y nos impulsan a su estudio en particular dentro del heterogéneo campo de la producción editorial, como son la cantidad de esos emprendimientos culturales y de sus producciones, y la identidad adquirida dentro y fuera del campo de la vida universitaria.

Describir ese camino, dotarlo de una historia propia, identificar el rol clave del Estado en este proceso, proponer algunas definiciones específicas para el mismo y contextualizarlo en el conjunto de la producción editorial son algunos de los objetivos de este artículo.

Palabras clave

Profesionalización editorial; Editores universitarios; Asociacionismo; Formación de equipos.

University presses: the paths of professionalization

Abstract

This article discusses some of the elements related to the process of professionalization that has been taking place in argentinian university presses in the last decade. As in other professional activities or academic disciplines, a number of elements indicate the degree of maturity that these institutions are developing or obtaining and to what extent they approach their consolidation.

In the specific case we are studying, we identify the following actions: materialization of areas of partnership, participation in management levels in the organizations that represent the publishing industry, presence in local and international fairs, promotion of training instances of its members and production of books of very good quality. There are also other aspects that justify and drive us to this particular study within the heterogeneous field of publishing, as well as the amount of those cultural undertakings and their productions, and the identity they acquired inside and outside the field of university life.

Some of the objectives of this article are: to describe this path, providing it with its own history, identify the key role of the State in this process, propose some specific definitions, and contextualize this path in the whole field of publishing.

Key words

Editorial professionalization; University editors; Partnership; Team training and formation.

Introducción

En la última década, las editoriales de universidades públicas han experimentado un proceso de expansión que se manifiesta en hechos notorios: crecimiento del número de casas editoriales activas;¹ creación

¹ Según datos de 2015 de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN), entre los años 2005 y 2015, los sellos editoriales universitarios pasaron

a finales de 2013 de la Librería Universitaria Argentina;² participación de sus miembros en las cámaras profesionales del sector y, en particular, en la Cámara Argentina del Libro, donde en los últimos años los editores universitarios han ocupado diferentes posiciones en sus órganos de conducción; políticas públicas de apoyo específicas para el sector; presencia en Ferias Nacionales e Internacionales; creación de espacios de capacitación profesional y de formación académica, por citar sólo algunos datos³.

Consideramos que esta expansión, que ha sido advertida por los propios directores de estas editoriales y por la (todavía exigua) literatura

de ser 12 a ser 30. Para comprender este dato, brindado en una encuesta por los propios directores editoriales, hay que tener en cuenta al menos tres datos relevantes. Primero, que la mencionada encuesta fue respondida hasta el momento sólo por 30 universidades, no obstante fueron convocadas 40 que, se sabe, tienen sello editorial. Segundo: si bien en varias universidades coexisten diferentes centros, institutos e incluso facultades que publican materiales, cada universidad está representada en la REUN por un solo sello, que es autorizado para ello por su rector. Por ejemplo, la Universidad de Buenos Aires está representada sólo a través de Eudeba. Por otro lado, en la encuesta se consignó la fecha de inicio de actividades de la editorial en tanto tal; esto es, en algunos casos se consigna como fecha de creación el año en que se refundó la editorial sobre la base de un antiguo centro de publicaciones o una imprenta.

² La Librería Universitaria Argentina (LUA), primera librería y centro cultural dedicado de manera no exclusiva pero sí primordial a los libros universitarios, fue inaugurada oficialmente el 9 de diciembre de 2013 en la intersección de las calles Lavalle y Montevideo de la ciudad de Buenos Aires. Nace de una iniciativa del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) a través de su Red de Editoriales de las Universidades Nacionales de la Argentina (REUN), y contó desde sus inicios con el apoyo de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación de la Nación. En Internet: www.cin.edu.ar/libreria-y-centro-cultural-del-sistema-universitario-argentino/ Última visita: 15 de diciembre de 2015.

³ Ver en este sentido Costa, Flavia y de Sagastizábal, Leandro, “La profesionalización de los editores universitarios en la Argentina”, en *Actas de las Jornadas de Historia de las políticas editoriales en la Argentina*, julio de 2015, Museo del Libro y de la Lengua, Biblioteca Nacional de la República Argentina, 2015, [en prensa], así como los Informes, Memorias y otros Documentos de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales, en su sitio web: www.reun.com.ar/documentos.php

sobre el tema⁴, pone de manifiesto que asistimos a un momento relevante de profesionalización de la actividad, cuyas características e hitos centrales nos proponemos aquí identificar, en la certeza de que esta tarea todavía no ha sido realizada y que puede ser útil para la planificación y la consolidación de este valioso proceso. Entendemos que este momento de profesionalización implica una continuación pero también algunas discontinuidades respecto de las décadas anteriores, en las que la actividad editorial dentro de las universidades estuvo marcada por una importante heterogeneidad. Por un lado, las editoriales universitarias que se concebían a sí mismas como tales aparecían como herederas de la experiencia pionera del mítico editor Boris Spivacow, fundador en 1958 de la primera editorial universitaria de la Argentina: el sello Eudeba, de la Universidad de Buenos Aires. Experiencia ésta de una significación

⁴ Entre la bibliografía que reflexiona sobre el tema, cabe citar de Sagastizábal, Leandro, *Informe sobre la situación y perspectivas de las editoriales universitarias en Argentina*, IESALC/Unesco, Buenos Aires, 2002; y de Sagastizábal, Leandro, *Estudio comparativo de las editoriales universitarias de América Latina y el Caribe*, Programa del Observatorio de la Educación Superior del Instituto de Educación Superior para América Latina y el Caribe, IESALC/Unesco, Caracas, 2005; de Diego, José Luis (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*, Fondo de Cultura Económica, México/Buenos Aires, 2006; Aguilar, Anna Mónica, “Visibilidad en las editoriales universitarias. El encuentro con el lector”, en *Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, La Plata, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012; Centeno, Rafael “Circulación y fronteras comerciales del libro universitario”, *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, 2012; La Plata, Argentina, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012; Costa, Flavia y Gazzera, Carlos, “Políticas editoriales y universidades públicas”, en *Los desafíos de la cultura. Voces del Fénix, La revista del Plan Fénix*, año 4, N° 29, Buenos Aires, octubre 2013. Esta bibliografía se ha ocupado de relevar aspectos de la historia e incluso de la práctica de los editores, de señalar las etapas del proceso de consolidación de la actividad en la Argentina y enumerar los principales ciclos y actores. Aún no se ha trabajado sobre el concepto específico de este artículo ya que son muy recientes los cambios que dan cuenta del mismo y que elementos considerar a la hora de hablar de su dinámica. Además, para una mirada de conjunto en clave estadística de la situación actual de la industria editorial en Argentina resulta de interés ver *El Libro Blanco de la Industria Editorial Argentina 2016*, Informe de datos estadísticos, Cámara Argentina de Publicaciones (CAP), 2016.

cultural, académica y política tan vasta, y al mismo tiempo tan única,⁵ que ni la propia Eudeba en años posteriores, ni otras editoriales muy destacadas como la de las universidades nacionales del Litoral, de Quilmes o, más recientemente, de Villa María, pudieron ni habrían podido emular. Y sin embargo, no podían no referenciarse en ella, en la medida en que representaba el horizonte ideal –por admirable y por inalcanzable– al que aspiraban, en tanto editoriales capaces de incluirse en el vasto ecosistema del libro e incidir en él. Por otro lado, en otras casas de Altos Estudios se institucionalizaron en las últimas dos décadas, a partir de demandas internas y externas, espacios como centros de publicaciones u oficinas de apuntes que cumplían algunas de las tareas propias de las editoriales (como reunir y publicar materiales impresos de docentes e investigadores) pero no otras igualmente relevantes, como la firma de contratos, la edición cuidadosa de los textos, o la difusión y circulación de los libros entre lectores reales o potenciales dentro y fuera de la comunidad de la propia universidad.

Entre uno y otro polos de esta heterogeneidad, está en juego la todavía relativa identificación por parte de las instituciones universitarias del papel central que juegan las mediaciones, y en particular la mediación editorial, en la vida académica y, más en general, en la vida cultural de la comunidad, universitaria o extrauniversitaria. Esto impacta en los criterios de selección de equipos editoriales; en la estabilidad de los directores; en los lineamientos para la definición del catálogo; en la presencia efectiva de los libros publicados por editoriales universitarias en las librerías, en los suplementos culturales y –en definitiva– en la experiencia concreta de autores y lectores. Precisamente para dar respuesta a algunos de estos problemas es que se han desarrollado en los últimos años diferentes estrategias que, en conjunto, denominamos los caminos de la profesionalización.

⁵ Tanto por sus características institucionales, en la medida en que es todavía hoy la única editorial universitaria estructurada como una Sociedad de Economía Mixta (formada por la Universidad y por capitales privados, lo que le da mayor versatilidad y autonomía para la toma de decisiones), como por el escenario histórico, cultural y político en el que se desarrolló, además de, indudablemente, por las cualidades personales del propio Spivacow.

De qué hablamos cuando hablamos de profesionalización

Como nuestro eje central es la profesionalización de la actividad, comenzaremos por enmarcar este concepto con algunas observaciones generales, para luego enumerar algunas realizaciones concretas en el caso específico de la edición universitaria.

¿A qué nos referimos cuando hablamos de *profesionalización* en el ejercicio de una actividad o rama del conocimiento? ¿Al manejo de ciertas destrezas cognitivas, culturales y tecnológicas que producen resultados satisfactorios? ¿A la capacidad de obtener esos resultados en tiempo y forma, con una calidad promedio o superior a la que predomina en un campo o ámbito de desempeño en un momento determinado?

En el caso de los libros, hay siglos de caminos recorridos por los diferentes actores vinculados a ellos, comenzando por los autores y los lectores, continuando con los impresores y los libreros. Todos han atravesado procesos de profesionalización vinculados a cuestiones como las que nos preguntábamos recién. En algún caso su profesionalización implicó el pasaje de una forma tecnológica a otra; en otros, la aparición del deseo de vivir de una actividad, para lo cual transformaron una práctica de índole intelectual y cultural en otra, similar en muchos aspectos, pero con fines económicos; en determinados momentos, se trató fundamentalmente de la posibilidad de asociarse con otros y crear una “masa crítica” capaz de establecer parámetros comunes de desempeño, cumplirlos y hacerlos cumplir. Ahora bien, en la actividad de producir libros hay un actor clave que es indudablemente moderno: el editor, cuyo nacimiento –coinciden los historiadores– data de fines del siglo XIX en casi todo el mundo. En la Argentina, su figura va adquiriendo nitidez en los primeros años del siglo XX y en un camino que tiene algunas características que enseguida describiremos. Lo que queremos destacar en primer lugar es que la profesionalización de los editores es, en principio, el proceso reflexivo a través del cual los distintos actores van adquiriendo los elementos que les permiten constituir y consolidar una identidad en tanto tales. Y en la medida en que se trata de una actividad, la de producir libros, que prácticamente nace a partir de una innovación tecnológica,⁶ su profesionalización no podrá ser

⁶ Una innovación que habría de tener enorme éxito, a juzgar por su duración, que superó los tres siglos, si contamos desde la prensa de imprenta con tipos móviles

la adquisición de un conjunto de conocimientos de una vez y para siempre, sino la adquisición de aquellas aptitudes nodales para trazar estrategias y movilizar procedimientos institucionales, recursos económicos, tecnologías, relaciones interpersonales y criterios sociales, culturales, intelectuales y estéticos para resolver de la manera más satisfactoria el vínculo entre un proyecto imaginado y su materialización.

Para ejemplificar esto podemos contrastar las destrezas que fueron necesarias en un editor hasta no hace muchos años y las que parecen ser prioritarias hoy, cada día con mayor intensidad. Por caso: si hasta hace una década se construía un mercado de lectores a través de las reseñas de los libros en los suplementos culturales de los diarios de mayor tirada, en la actualidad ese objetivo parece también perseguirse desarrollando la comunicación a través de las llamadas redes sociales. O si, como sostiene Fernando Esteves en su *Manual de supervivencia para editores del siglo XXI*⁷, hasta hace poco los libros en papel eran “estáticos” en cuanto a sus contenidos, hoy es posible diseñar libros que prefiguren una cierta interacción con el lector, así como incluir audios, videos, infografías animadas, conexiones con sitios web, etcétera.

Incumbencias profesionales y asociacionismo

Dicho esto, cabe considerar una serie de condiciones que fue consiguiendo en nuestro país la actividad editorial a lo largo del tiempo, seleccionando aspectos del ejercicio de esa actividad que podríamos considerar que marcan su crecimiento, su dinámica o su madurez, es decir, que van describiendo un proceso de profesionalización.

La primera condición ha sido el hecho de adquirir identidad definiendo lo que hoy llamaríamos una “incumbencia profesional”, algo que ocurrió promediando el siglo XX, cuando los editores dejaron de ser los impresores o los libreros que editaban libros, sino quienes –como afirmó Ricardo Rojas al inaugurar la Feria del Libro de 1943– contrataban a un autor y publicaban un libro por su cuenta y riesgo.

moderna de Johannes Gutenberg y Peter Schöffer, en torno a 1450, hasta la aparición de la prensa rotativa de Richard Hoe, en 1846.

⁷ Esteves, Fernando, *Manual de supervivencia para editores del siglo XXI*, Eudeba, Buenos Aires, 2014.

Independientemente de que algunas editoriales siguieran manteniendo imprentas propias, este primer paso significó que la prioridad comenzaba a estar en el armado de un catálogo, otorgando coherencia a líneas temáticas, incorporando diseños propios y otras acciones como la mencionada de buscar un vínculo contractual directo con un autor.

Unos años antes, el sector había conseguido otro elemento importante de madurez profesional: el asociacionismo, es decir, la capacidad de generar junto a sus pares instituciones que los representen y los fortalezcan en sus demandas y objetivos. Así, producto de esos intereses compartidos, nació en 1938 la Cámara Argentina del Libro (CAL), surgida originalmente como Sociedad de Editores y, en 1941, constituida ya en Cámara. La CAL cuenta hoy con más de 500 socios entre editores, distribuidores y librerías, de los cuales unos 350 son editoriales. Y en un mercado heterogéneo, compuesto por grandes grupos transnacionales y muchas otras empresas medianas y pequeñas, mayormente de capitales nacionales, con diferente historia y trayectoria en el país, ella representa hoy la voz de las Pymes. En efecto, además de la CAL, existe en la Argentina una segunda Cámara, la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP), nacida en 1970, y que cuenta hoy con aproximadamente 65 asociados. La CAP reunía originalmente de manera central a empresas editoras de revistas y a importadores, si bien contaba también entre sus socios a empresas productoras de libros. Hacia comienzos de la década de 2000, y a partir de una serie de conflictos dentro de la CAL, la CAP vivió un transformación que la llevó a representar los intereses de editoriales de libros, en particular de las grandes editoriales y las empresas transnacionales como Penguin Random House y Planeta, aunque no exclusivamente, ya que algunas empresas participan en ambas cámaras; entre ellas, Eudeba.⁸

En el caso de las ediciones universitarias, este asociacionismo es reciente: la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN), dependiente del Consejo Interuniversitario Nacional, se creó

⁸ Para una breve pero sustanciosa reseña de la evolución de ambas cámaras, ver Román, Viviana, “Estrategias empresariales de las pymes editoriales argentinas a principios del siglo XXI”, *Revista Latina de Sociología*, N° 3, Universidad de La Coruña, España, 2013.

en 1995⁹ con el objetivo principal de “generar un instrumento eficaz para favorecer la promoción, producción, transmisión y circulación del conocimiento y la producción científica y literaria de las Instituciones Universitarias Nacionales, bajo la forma de productos editoriales”, así como de “propiciar el sostenimiento y crecimiento de las Editoriales Universitarias existentes y la creación de editoriales en todas aquellas Instituciones Universitarias Nacionales donde no cuenten con éstas”,¹⁰ tal como menciona el estatuto original de la Red. En el momento de su creación, contaba con 25 miembros; en la Asamblea General de 2014 asistieron 44 representantes de Editoriales Universitarias nacionales.

Es significativo que en sucesivas reformulaciones de este estatuto, se incorporaron nuevos objetivos, entre los cuales cabe destacar los de “Promover la utilización de adelantos tecnológicos”, “Promover la innovación editorial”, “Contactar referentes nacionales e internacionales en las distintas áreas relacionadas con la producción editorial a efectos de eventuales tareas de capacitación, asesoramiento y apertura e investigación de potenciales mercados” y “Estimular la profesionalización a través de la capacitación y formación de los recursos humanos que participan de las editoriales sobre temas pertinentes y sujetos a las necesidades que surjan en el seno de la REUN a solicitud de las editoriales universitarias”, como signos de crecimiento en la especificidad de las demandas y necesidades visualizadas por el conjunto.

De manera coincidente con el incremento de la acción colectiva, en los últimos años la edición universitaria ha adquirido un lugar más visible dentro del sector. Pueden interpretarse como indicios de esta mayor visibilización tres hechos. Por un lado, que desde 2013 las estadísticas de la CAL incluyen en la lectura del registro de ISBN la categoría “Los actores del sector”, a través de la variable “Distribución de títulos según tipo de empresa / entidad”. Allí distinguen entre (a) Empresa editorial,

⁹ La REUN fue creada en 1995. Las reuniones preparatorias se iniciaron en 1994 y hay antecedentes de trabajo previo que se remontan a 1985. También existe desde 2009 la Red de Editoriales de Universidades Privadas (REUP), constituida en el seno del Consejo de Rectores de Universidades Privadas, en una reunión a la que asistieron representantes de 14 universidades. Actualmente, el catálogo 2015 de la REUP reúne la producción de 21 editoriales de universidades privadas.

¹⁰ Estatuto 2007 de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales.

(b) Empresa comercial, (c) Edición de autor, (c) Universidad pública, (d) Institución privada no educativa, (e) Entidad pública + Organismo oficial, (f) Universidad privada y (g) Institución educativa. Para ese año, las publicaciones de Universidades públicas representaron el 6% de los títulos registrados en el ISBN; esto es, 1.690 títulos sobre un total de 27.757 registrados ese año. Cabe mencionar que las principales productoras, las Empresas Editoriales, constituían ese año el 55 % del total, con 15.358 títulos registrados. Y las Universidades privadas, el 1 %, con 363 registros.

En segundo lugar, y en el mismo sentido, en agosto de 2015 la CAP publica el informe *El libro blanco de la industria editorial argentina*, en el que organiza el mapa de las editoriales argentinas a partir de cinco tipos: (a) Editoriales Comercialmente Activas, (b) Ediciones de Autor, (c) Editoriales Universitarias, (d) Ediciones de Organismos Públicos y (e) Ediciones Ocasionales. Según este informe, realizado sobre la base de tres fuentes (ISBN 2014, consultora Promage y datos de la propia CAP), el 42% del total de títulos publicados en 2014 fue editado por las Editoriales Comercialmente Activas, mientras que las Editoriales Universitarias publicaron el 8% de los títulos del año, con 2.227 títulos.¹¹

En tercer lugar, es también parte de esta nueva visibilidad el crecimiento en presencia y cantidad de títulos en el stand que se ocupó de gestionar la exhibición y ventas de las editoriales de las universidades nacionales en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires. En efecto, la REUN estuvo representada en la FILBA de manera ininterrumpida entre 2005 y 2015, gracias al apoyo de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación. En una curva que fue siempre ascendente, cabe mencionar los extremos: en 2005 se presentaron en un stand de 40 metros² libros de 22 editoriales, que exhibieron un total de 756 títulos, mientras que en 2015 se presentaron 36 editoriales con 1.290 títulos, en un stand de 102 metros². Si bien no se cuenta con datos comparativos de ventas desde 2005, en 2015 se vendieron más de dos mil quinientos ejemplares; como dato relevante puede añadirse que las cinco primeras

¹¹ *El Libro blanco...* señala que en 2014 se publicaron en total 28.010 títulos, de los cuales 11.824, un 42 %, fueron publicados por las Editoriales Comercialmente Activas; 5.098, el 18%, fueron Ediciones de Autor; 2.227, un 8%, fueron editados por Editoriales Universitarias; 841, un 3%, fueron ediciones de Organismos Públicos y 8.020, el 29%, fueron ediciones ocasionales.

editoriales en ventas ese año (las editoriales de las universidades nacionales de General Sarmiento, Buenos Aires, Quilmes, Cuyo y Villa María) son editoriales destacadas por su gestión, con direcciones en varios casos concursadas, con catálogos y diseños muy cuidados y títulos que proceden tanto de académicos de la propia universidad como de autores de relevancia en sus campos de conocimientos, traducidos de diferentes lenguas.¹²

Formación, internacionalización, reflexividad

Siguiendo con los aspectos de la profesionalización, un sector profesional crece cuando es capaz de consolidar un espacio de estudio y jerarquización de sus prácticas. De allí que es relevante que la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires se propusiera hace veinte años, conjuntamente con la Cámara Argentina del Libro en tanto institución representativa de los editores, la creación de un ámbito de estudios relacionado con la actividad: la carrera de Edición. Y que a partir de allí se fueran consolidando otros espacios de formación de profesionales vinculados con la edición. Por mencionar algunas desarrolladas en universidades públicas, cabe citar la Maestría en Edición dictada en el marco de la Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata, la Escuela de librerías de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF) así como una titulación a término emprendida en 2013 por la Universidad Nacional de Entre Ríos, entre otras iniciativas.

Por otro lado, una dimensión clave de la actividad, que hace a su supervivencia, es la internacionalización, aun cuando se realice en pequeña escala. De allí que la presencia en Ferias Internacionales ha sido otra de las estrategias puestas en marcha, particularmente impulsada por la REUN y apoyada desde el Programa de Promoción de la Universidad Argentina (PPUA), del Ministerio de Educación de la Nación, para consolidar el proceso de profesionalización de los editores que la integran. En efecto, a partir de la creación del PPUA, entre las diferentes acciones impulsadas por ese Programa, una se refirió a la ayuda parcial para que las editoriales universitarias viajaran a las Ferias Internacionales de Frankfurt y/o Guadalajara.

¹² Informe General Librería, presentado al CIN y a la REUN por la gerencia de la Librería Universitaria Argentina, 2015.

Como soporte clave de estas acciones, en una práctica profesional es indispensable la capacidad reflexiva, que se verifica cuando los integrantes de un campo pueden pensar sistemáticamente sus prácticas, eventualmente teorizar sobre ellas, y logran generar ámbitos de transmisión, algo que ha venido ocurriendo de manera periódica en los últimos años en materia de edición. Ejemplos recientes de esto han sido la celebración en 2012 del Primer Coloquio Argentino sobre el Libro y la Edición, en la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP); la realización por tres años consecutivos, entre 2013 y 2015, de las Jornadas de Investigación en Edición, Cultura y Comunicación, en el seno de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA; la celebración en julio de 2015 de las Jornadas de Historia de las políticas editoriales en la Argentina, en el Museo del Libro y de la Lengua, así como diferentes jornadas de discusión, como “La agenda del libro argentino hoy: panorama, avances y desafíos”, realizada a finales de 2015 en el Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES). En lo que se refiere a edición universitaria específicamente, el desarrollo de las Jornadas de las Editoriales Universitarias (JEU), que se llevan a cabo en la Feria del Libro de Buenos Aires de manera sostenida desde el 2011, organizadas por la Cátedra de Edición editorial de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA, Ediciones UNL, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes, Eudeba y Fundación El Libro.

Desde el punto de vista de la institucionalización de estos espacios de reflexión e investigación, cabe mencionar en la última década, además de investigaciones en el marco de ámbitos como el Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales de la UNLP, el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, el Centro de Documentación y de Investigación de la Cultura de Izquierdas en Argentina (CeDInCI) o el Departamento de Ciencias Sociales de Universidad Nacional de Quilmes, cabe destacar el despliegue de ámbitos específicos, como el Programa Cultura Escrita, Mundo Impreso, Campo Intelectual (CeMiCi) que funciona desde 2006 en la Universidad Nacional de Córdoba, el Núcleo de Estudios sobre el Libro y la Edición que dirige Alejandro Dujovne en el IDES y el reciente Programa Mundos del Libro, creado en 2014 en el marco de la editorial de la Universidad Pedagógica (UNPE).

En síntesis: el proceso de profesionalización de una actividad tiene cuando menos dos grandes dimensiones. Una que se expresa en la consolidación de redes o instituciones de quienes comparten esa actividad, como la herramienta necesaria para optimizar y dar visibilidad a las realidades específicas, y otra que es la facilitación y el impulso de los ámbitos para la adquisición de un bagaje de competencias que se van perfeccionando y consolidando a través del tiempo, así como para reflexionar y discutir acerca de la historia, el sentido y la dirección de la tarea en común.

Desafíos de la edición universitaria

Entre las misiones indelegables de las editoriales universitarias está la de comunicar a la sociedad el saber producido en las universidades. Esta tarea, junto a los objetivos institucionales de enseñanza e investigación, definen prioridades y lógicas que en distintos divergen puntos respecto de las prioridades y lógicas de una editorial no universitaria. Ahora bien: esta divergencia no significa que un editor universitario no requiera el conocimiento de las herramientas específicas y de las competencias útiles consolidadas a lo largo del tiempo por el sector editorial no universitario. Es posible debatir acerca de cómo valorar, priorizar, congeniar o articular principios político-institucionales, culturales y científicos con las necesidades profesionales y los saberes prácticos necesarios para el ejercicio de las actividades editoriales; pero un editor no puede dejar de conocerlos, precisamente para poder evaluar si y cómo implementarlos.

Un documento elaborado para fundamentar el motivo de la realización de las Jornadas de las Editoriales Universitarias (JEU) antes mencionadas¹³ señala que la labor editorial en las universidades constituye un espacio particular dentro del campo de la edición. Fundamentalmente es así porque se ve sometida a la presión de dos lógicas orientadas por los objetivos con los que se piensa el objeto libro. Por un lado, que se desarrollan en el marco de instituciones académicas cuyas funciones primordiales

¹³ “¿Por qué las jornadas de edición universitaria?”, documento presentado en las pre-jornadas realizadas en el marco de la FILBA el 22 de abril de 2010 (JEU, 2010). Blog de las Jornadas de Edición Universitaria. Disponible en: <http://jornadasdeedicionuniversitaria.blogspot.com.ar/p/por-que-organizamos-las-jornadas-de.html> (último acceso: noviembre de 2015).

son la docencia, la investigación y la extensión, y en las que una publicación es pensada como el correlato *natural* de esas funciones. Por otro, las editoriales universitarias enfrentan los problemas propios de organizar (y sostener en el tiempo) una *empresa de cultura*, es decir, un emprendimiento que debe disponer de presupuestos, profesionales especializados, procedimientos administrativos y conocimientos eficaces para hacer libros y para lograr que los mismos lleguen a sus lectores.

Podemos agregar que esa doble condición establece tanto una función de servicio cuya razón de ser es posibilitar que los conocimientos generados en los ámbitos de estudio e investigación sean ampliamente comunicados a la sociedad, como una exigencia de que esa tarea sea llevada adelante con experticia.

El documento mencionado describe la problemática de las editoriales universitarias de la siguiente manera:

Un conjunto de tensiones, entonces, suele recorrer las prácticas de quienes se desempeñan en esos espacios: la dificultad para pensar en términos editoriales dentro del campo académico, la disociación entre el libro como bien cultural y como mercancía, y la aparente contradicción entre socialización del conocimiento y necesidades de comercialización o entre la construcción de un catálogo y la demanda de que se publiquen las producciones académicas de los docentes, entre otras.

A lo largo del tiempo, las editoriales universitarias han hecho recorridos diversos en el intento de articular esas lógicas que, de algún modo, las constituyen. Y, por otra parte, cada una ha desarrollado sus propias estrategias y políticas editoriales en función del perfil institucional de cada universidad y del lugar que esta le ha asignado. Esas experiencias –que aportan la riqueza de la diversidad, entre otras cosas, en la manera en que cada una resuelve problemáticas comunes– son una referencia obligada para encarar un trabajo compartido en este campo¹⁴.

¹⁴ JEU, 2010. Blog de las Jornadas de Edición Universitaria (JEU). <http://jornadasdeedicionuniversitaria.blogspot.com.ar/>

No existen estudios específicos sobre los procesos de profesionalización referidos a los casos de las editoriales universitarias. Por ello, a los efectos de aportar elementos para construir un modelo analítico, quizá sea útil apelar a los escritos que sí existen sobre los caminos y las dificultades de las empresas familiares, que en su gran mayoría son pequeñas y medianas empresas (pymes).

Según señala Javier Francisco Rueda Galvis en su artículo “La profesionalización, el elemento clave de la empresa familiar”¹⁵, una de las principales razones del fracaso de las pymes familiares latinoamericanas radica en la ausencia de planeamientos estratégicos de los emprendimientos. Menciona también otro factor: que el 70 por ciento de los empleados de esas empresas no ha participado de procesos de selección de personal. Apelando a Cristina Girardo, afirma que un primer paso hacia un proceso gradual de cambios se da en el momento en que la empresa diseña puestos de trabajo acordes a las capacidades y potencialidades laborales de los trabajadores, y no a las preferencias personales u otro tipo de decisión que no se relaciona con la disposición respecto de la tarea a realizar¹⁶. En este tipo de organizaciones, entonces, hay dos aspectos a fortalecer: su capacidad para desarrollar estrategias de largo plazo y su modelo de incorporación y formación de las personas que en ellas trabajan.

Cuando se mencionan en esos estudios las dificultades de las pymes para llevar adelante acciones eficaces de crecimiento, siempre están presentes las dificultades para encarar tareas de capacitación en el marco de jornadas laborales tan extensas como intensas, los cambios tecnológicos, el relativo o escaso conocimiento de las características de los mercados a los que se dirigen, las dificultades en las comunicaciones para hacer conocer sus producciones, entre otras.

En una primera mirada exploratoria a las editoriales de las instituciones universitarias argentinas, cabría señalar algunas características comunes que constituyen un desafío:

¹⁵ Rueda Galvis, Javier Francisco, “La profesionalización, el elemento clave de la empresa familiar”, en proyecto del DEA, Diploma de Estudios Avanzados de la Universidad de la Salle de Colombia, 2011.

¹⁶ Girardo, Cristina, “La importancia de la profesionalización de las organizaciones del tercer sector”, en *Revista: Documento de discusión sobre el tercer sector*, N° 13, México DF, 2001.

1) La incipiente constitución del campo, que marca la escasez de modelos a seguir sostenidos en el tiempo, que puedan aplicarse a realidades muy heterogéneas. El modelo de Eudeba, que es sin dudas emblemático para el sector, tiene características difíciles de reproducir, empezando por su cualidad de empresa mixta y pasando por el hecho de que su catálogo editorial ha sido diseñado desde sus orígenes para fortalecer el vínculo de la universidad con la sociedad, antes que en un canal para la producción escrita de docentes e investigadores.

2) Las tareas cotidianas en una editorial universitaria difieren en gran medida de las de una editorial comercial, ya que una parte muy importante de sus acciones están regidas por el modelo de administración de una institución pública: manejos de expedientes, topes y controles estrictos de gastos, reglamentaciones generales que no son comparables con los tiempos, las modalidades de toma de decisiones y las flexibilidades de contratación de una editorial comercial.

3) La necesidad de establecer vínculos y generar discursos destinados a diferentes interlocutores o públicos internos y externos (rector, representante jurídico, director administrativo, consejo superior, docentes, directores de departamento, centro de estudiantes, bibliotecarios y otros, además de los autores y los lectores). Las editoriales de las universidades públicas son empresas más bien pequeñas o muy pequeñas insertas en una gran institución con lógicas y prioridades que no son exclusiva ni prioritariamente la de producir –mucho menos comercializar– libros.

No obstante estos desafíos, las editoriales universitarias argentinas han producido en estos años más y mejores libros, de enorme valor cultural y científico. Y como se evidencia en las diferentes cifras antes relevadas, han ido logrando exhibirlos, comunicarlos y venderlos. Y necesitan seguir haciéndolo, al menos por las siguientes razones:

1) Porque necesitan expandir y difundir el proyecto cultural y científico de la universidad; no dejarlo dentro del claustro, o dentro de un depósito.

2) Porque necesitan lograr continuidad en el tiempo, y para eso una herramienta editorial clave es generar un catálogo valioso. Las editoriales universitarias, como parte integral de una política pública que prioriza la producción y circulación social del conocimiento, en la medida en que están en relación muy cercana con quienes producen los materiales más prestigiosos y demandados por los lectores (incluidos esos lectores tenaces que son los estudiantes y los docentes), son las que pueden emprender ese tipo de proyecto que para una editorial comercial resulta no siempre atractivo, pero que tienden a constituirse en *long sellers*: libros que, por su calidad, son leídos y vendidos a lo largo de los años.

3) Porque si bien son proyectos que no tienen como objetivo la rentabilidad, necesitan ser gestionados con racionalidad para poder sostenerse y, en lo posible, crecer a lo largo del tiempo.

4) Porque para lograr todo lo anterior, necesitan que los investigadores y docentes de la universidad las elijan como editoriales para publicar sus trabajos. Por motivos distintos, los propios docentes e investigadores conocen poco acerca de los sellos de sus casas de estudios, o los consideran una alternativa menos atractiva que otras editoriales comerciales.¹⁷

Realizadas estas reflexiones, deseamos reseñar, sólo a modo de ejemplo, algunos pasos que se han dado en los últimos años y que pueden constituir un punto de partida para nuevas políticas editoriales, al mismo tiempo que nos proponemos realizar una valoración de unos caminos que se ha ido consolidando y, a nuestro entender, de manera positiva. Nos ocuparemos puntualmente de tres: la carrera de edición de la Universidad de

¹⁷ Entre ellos, los más habituales hasta hace poco eran la escasa distribución a nivel nacional; lo reducido de sus tiradas; la ausencia de campañas para difundir los libros una vez publicados o la imprevisibilidad de los tiempos de espera de la editorial. Muchos de estos problemas, no obstante, han empezado a ser enfrentados con eficacia a través de las acciones en red y del fuerte apoyo de políticas públicas sostenidas, como la apertura de la Librería Universitaria Argentina o el stand colectivo en la Feria del Libro de Buenos Aires.

Buenos Aires, la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales y las Jornadas de Edición Universitaria.

La carrera de edición en el seno de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA

La carrera de Edición fue creada, como fue dicho antes, a partir de un acuerdo entre la Cámara Argentina del Libro y la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Nace como una tecnicatura especializada y con un objetivo de formación profesional. En sus planes de estudio originalmente no se plantearon materias de historia de la edición o de la literatura, no cuenta con un área de investigación y sí uno de pasantías. Ese origen en el seno de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA señala una cierta paradoja, en la medida en que esta Facultad reconocía desde su fundación en 1896 la búsqueda “desinteresada” de los conocimientos, antes que una tendencia “profesionalista” como las de los estudios del Derecho y de Medicina en ese fin del siglo XIX. En relación con esta paradoja fundacional, cabe señalar que en la actualidad, una parte significativa de graduados en ese ámbito de estudios ocupa lugares en el mundo de la edición local en proyectos de distinto tipo y tamaño.

En cuanto a sus dimensiones, en el mencionado informe 2015 de la Cámara Argentina de Publicaciones se señala como uno de los elementos que expresan la vitalidad y dinámica del sector editorial la ampliación de la matrícula de alumnos de esta Carrera, que ha pasado de tener menos de 200 estudiantes en sus años iniciales a los casi 500 actuales. En cuanto a la investigación, si bien no es un objetivo explícito, se ha ido desarrollando de manera notoria, posiblemente debido a la dinámica universitaria en la que la carrera se inscribe. Esto se manifiesta en proyectos reconocidos por la propia Facultad, como también en congresos, encuentros, seminarios, conferencias, que tienen como objeto de análisis temas vinculados al mundo editorial. Incluso esto ha tenido efectos en la producción escrita: si hasta la década de 2000 no se contaba con más de una decena los libros que se habían ocupado de parciales y acotados estudios sobre el sector editorial en nuestro país, en los últimos quince años se han multiplicado de manera vertiginosa los proyectos y libros publicados, que tienen como tema central trayectorias de editores,

historias de casas editoriales, análisis de catálogos, historias intelectuales, etc., muchos de ellos provenientes de docentes y estudiantes de esta Carrera. Es ilustrativo en este sentido el hecho de que la cátedra de *Corrección de estilo*, cuya profesora titular es María Marta García Negroni, su adjunta es Silvia Ramírez Gelbes y entre sus auxiliares docentes están Ana Mosqueda y Andrea Estrada, publicó entre los años 2006-2012 una revista académica titulada *Páginas de Guarda*, que dedicaba aproximadamente un tercio de cada número a temas específicos de la actividad editorial. Como también es significativo que en 2014 la editorial Eudeba decidiera comenzar a publicar una colección, *La vida y los libros*, la primera en el país dedicada exclusivamente a la edición y los editores. Dirigida por Leandro de Sagastizábal, incluye biografías de editores, libros destinados a comprender la lógica del funcionamiento de una editorial, entrevistas a editores, y constituye un material valioso para que se desarrollen trabajos de investigación, al tiempo que introduce en un espacio que va desde los lectores a los periodistas culturales una atención por un tema, el de los libros y sus mediaciones, que hasta el momento no había sido reconocido como objeto de interés por sí mismo.

Las actividades de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN)

Nos referiremos aquí, no a la institucionalización de la REUN, a la que nos referimos antes, sino de la dinámica que ha cobrado en los últimos años el trabajo en Red, potenciado tanto por políticas públicas específicas como por la acción y las demandas convergentes de diferentes actores que comenzaron a observar a las editoriales como instancias de publicación cada vez más necesarias para docentes e investigadores (dos colectivos que también, en el contexto de los últimos años, asistieron a procesos de expansión y consolidación de sus respectivos ámbitos, académico y científico) y espacios de visibilización valiosos para las propias universidades.

Para dar cuenta de esta dinamización, sintetizaremos la información que, de las memorias de la Red correspondientes al año 2014 –el número 19 desde su creación, como dijimos, en 1995–, informan de manera sucinta pasos importantes dados hacia la profesionalización. No deseamos

hacer un inventario completo sino seleccionar algunas acciones relevantes destinadas a resolver aquellos que, hemos venido sosteniendo, son requerimientos fundamentales de la actividad.

En primer lugar, la necesidad de otorgar identidad al Libro Universitario. Esta meta se propone resolver uno de los problemas centrales de cualquier proyecto editorial, la llegada al público lector. La REUN desarrolló a lo largo del año 2014 un conjunto de acciones tendientes a posicionar la marca Libro Universitario Argentino, gestión que se encuentra en estado de patentamiento avanzado, y a consolidar el espacio de la Librería Universitaria Argentina, que tuvo desde sus inicios una importante participación en la Feria del Libro y comenzó a participar en otras Ferias de todo el país. Asimismo a lo largo de 2014 el local de la librería, en Lavalle 1601, CABA, fue sede de diversas actividades culturales: muestras, presentaciones de libros, charlas y debates vinculados al campo editorial.

En segundo lugar, la REUN se ha propuesto funcionar como generadora de herramientas, como ámbito de discusión y producción de materiales para la divulgación hacia los editores universitarios de saberes y habilidades necesarias para el vínculo de un proyecto editorial con sus potenciales lectores. Es decir que es un espacio que está proponiendo una fuerte orientación profesional para el sector. En esta línea, y con un importante apoyo de diferentes programas gubernamentales –en especial, de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación de la Nación, a través de los Programas de Promoción de la Universidad Argentina y de Calidad Universitaria– destinados a ese objetivo, se ha ampliado y consolidado un objetivo de establecer contactos directos con el mundo editorial tanto local como del exterior, a través de apoyos parciales para el stand en la FILBA y para viajes a Ferias internacionales.

Sin lugar a duda las Ferias de Libros son escenarios privilegiados para esos encuentros y es en esos espacios donde se ha estado presente en los últimos años. Se pasó así de algunas iniciativas más bien exploratorias y de aprendizaje, a una más instancia sólida de generación de encuentros concretos sobre las editoriales universitarias, proyectos de coediciones, visitas programadas y con agendas específicas, participación en congresos y encuentros y otro tipo de acciones. En efecto, por ejemplo, fue la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales la principal impulsora y

una de las grandes protagonistas del Foro Mundial de la Edición Universitaria (International Convention of University Presses), que se inició en el marco de la Feria de Frankfurt 2013, donde contó con la participación editoriales universitarias de más de 20 países, y continuó en las sucesivas Ferias de Frankfurt en 2014 y 2015, en las que participaron respectivamente unas 70 y 100 editoriales universitarias del mundo.

Además de la Feria del Libro de Buenos Aires, donde se ha ido consolidando una presencia con stands, actividades y participaciones sostenidas desde 2005, se procuró presencia de editores universitarios en una veintena de países de todo el mundo. Tras una participación anterior con el apoyo del Programa de Promoción de la Universidad Argentina, Exportar y la Dirección de Cultura de Cancillería, la REUN visitó en 2014 por segundo año consecutivo la BIBF (sigla oficial en inglés Beijing International Book Fair).

Un objetivo central ha sido la Feria del Libro de Frankfurt, en cuyo marco, el más importante de la industria editorial, la REUN logró movilizar a 17 Editoriales Universitarias con una asistencia record y una presencia decisoria para las actividades del stand Argentino en el Hall 5.1. La REUN tuvo institucionalmente a su cargo tres mesas: (a) La Edición Universitaria en la Argentina, (b) El Libro Universitario y la traducción –con el acompañamiento del Programa Sur, la ABEU (Brasil) y la AAUP (EE.UU)– y (c) la Presentación del Foro Mundial de la Edición Universitaria (International Convention of University Presses), que contó con la participación de Roger Chartier. También en el 2014 fue muy activa la participación en Guadalajara, donde la Argentina era país invitado, y se tomaron contacto con países de América Latina, Europa, África y con EEUU.

En tercer lugar, una de las acciones más sustantivas en relación con políticas de edición y su profesionalización es, a nuestro entender, el lanzamiento en 2014, por parte del Programa de Calidad de la SPU, del Programa de Apoyo al Desarrollo de Editoriales Universitarias. Se trata de un programa destinado a la creación, profesionalización o consolidación de las editoriales de las universidades nacionales. En un esfuerzo conjunto de la SPU y la REUN, que trabajó junto al Programa de Calidad para elaborar las bases de la convocatoria y para realizar las evaluaciones correspondientes, constituye un paso fundamental en el proceso de profesionalización de los editores universitarios y, entendemos, será decisivo para el futuro del sector.

El Programa significó la convocatoria a 52 instituciones universitarias públicas para elaborar proyectos trianuales para reformulación de contenidos y prácticas profesionales, capacitación del personal, adquisición de recursos materiales y equipamiento, campañas de difusión y constitución de redes internacionales, nacionales o regionales, por un monto total de hasta 86 millones de pesos. Esto es, las universidades fueron convocadas a presentar proyectos concursables de tres años de duración por montos de hasta 1.650.000 totales por universidad, a razón de hasta 550.000 por año por unidad académica. Se requirió a las Editoriales Universitarias a presentarse en una de las siguientes categorías: (a) Creación de Editorial, (b) Profesionalización de Editorial o (c) Consolidación o Innovación.

Comenzando 2015, luego de un proceso riguroso que incluyó presentaciones escritas precisas y detalladas, una instancia de exposición y defensa oral de los proyectos ante un jurado compuesto por evaluadores externos, representantes del Ministerio y de la REUN, una devolución escrita de dicha defensa oral con opción a revisión y finalmente la presentación definitiva de los proyectos corregidos y ajustados, treinta y cuatro Universidades estaban en condiciones de firmar los Programas Contratos, cuatro en proceso de adecuación de sus proyectos a partir de observaciones de los jurados y cinco en proceso de ingreso a la etapa de Defensa Oral.

Junto con esto, y para fortalecer las instancias de implementación, así como para favorecer el seguimiento y la evaluación del desarrollo de los Proyectos, se está promoviendo la creación de un Observatorio de la Edición Universitaria.

Estas iniciativas, que están dando sus primeros pasos, permitirían en un futuro cercano que las Editoriales de la REUN influyan en un nuevo esquema federal de la edición, consolidando así los alcances que la Edición Universitaria tiene en el esquema geográfico del país.¹⁸ Será sin dudas

¹⁸ Para dimensionar la importancia de un desarrollo editorial federal, vale la pena recordar dos datos. Uno, que desde el año pasado la Argentina cuenta, en su sistema universitario nacional, con una universidad por provincia. Dos: que actualmente más del 85% de lo que se edita, publica y comercializa en el ecosistema del libro argentino se concreta en la región comprendida por la ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, La Plata y Gran La Plata.

fundamental seguir el proceso de estos Convenios a partir del nuevo escenario político, para ver si estos esfuerzos tendrán la necesaria continuidad, y también para poder analizar el impacto de esta relevante política tanto en el sistema universitario como en el sector del libro.

Las Jornadas de Edición Universitaria (JEU) en el marco de las Jornadas de Profesionales de la Feria del Libro de Buenos Aires.

Nacidas de una iniciativa compartida entre tres editoriales universitarias –Eudeba, la Universidad Nacional del Litoral y la Universidad de Quilmes–, junto a un espacio de docencia –la cátedra de Edición editorial de la carrera de Edición de la UBA– y un espacio representativo de todo el sector editorial –la Fundación el Libro–, se vienen realizando desde el 2011 las Jornadas de Edición Universitaria (JEU).

Han contado con el apoyo del Diploma de Edición del Instituto Universitario Claeh del Uruguay, la editorial universitaria Alberto Hurtado de Chile, la Red de Editoriales de Universidades Nacionales de la Argentina (REUN) y la Asociación Brasileira de Editoriales Universitarias (ABEU, Brasil).

A lo largo de sus cinco realizaciones en el marco de las Jornadas de Profesionales en la Feria del Libro de Buenos Aires, no solo han ido generando un marco para el encuentro anual y la capacitación de los editores universitarios, sino que dieron muestras de solidez en la continuidad y calidad de sus programas, lo cual es fundamental para consolidarlas. Una parte significativa de sus asistentes son, además, de diferentes países de América Latina.

Las diferentes acciones realizadas en cada edición, consistentes en exposiciones inaugurales realizadas por especialistas, mesas temáticas sobre aspectos nodales del quehacer editorial y talleres de trabajo, pueden seguirse en su blog: <http://jornadasdeedicionuniversitaria.blogspot.com.ar/>. Los organizadores han tenido además la iniciativa de producir, a partir de materiales de cada Jornada, una cuidada colección de libros breves.

Las JEU ha tenido entre sus aciertos el evitar el prejuicio que existe ante lo privado cuando se trata de defender lo público. Varias de las actividades más apreciadas como valiosas por los asistentes han sido realizadas por profesionales con larga trayectoria en empresas privadas, algu-

nos de ellos argentinos y otros brasileños, mexicanos, ingleses o estadounidenses. La transferencia de conocimientos para poder adaptarlos a una lógica propia es un paso fundamental para el campo editorial universitario de nuestro país por dos razones: porque tenemos los profesionales para generarlos, y porque, como hemos visto hasta aquí, tenemos un sector de la edición pública sólido y con objetivos claros que está en condiciones de absorber lo que le sea de utilidad y desechar lo que no se vincule a sus principios y objetivos.

Para cerrar este breve recorrido, vale la pena detenerse, a partir de estas experiencias recién comentadas, en un elemento decisivo para dar un salto cualitativo en la profesionalización de las editoriales universitarias: el valor de compartir los saberes adquiridos o en ebullición. Como bien explica Thomas Piketty en su reciente libro *El capital en el siglo XXI*, las sociedades transitan procesos que están profundizando las diferencias y desigualdades sociales¹⁹. Una de las acciones fundamentales para combatir esas desigualdades, nos dice este autor, es la transmisión generosa de los conocimientos.

Bibliografía

AA.VV., *El Libro Blanco de la Industria Editorial Argentina 2016. Informe de datos estadísticos*, Cámara Argentina de Publicaciones (CAP), Buenos Aires, 2016.

Aguilar, Anna Mónica, “Visibilidad en las editoriales universitarias. El encuentro con el lector”, en *Actas del Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, La Plata, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012.

Centeno, Rafael “Circulación y fronteras comerciales del libro universitario”, *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, 2012; La Plata, Argentina, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre de 2012.

¹⁹ Piketty, Thomas, *El capital en el siglo XXI*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2014.

Las editoriales universitarias:
los caminos de la profesionalización

Costa, Flavia y Gazzera, Carlos, “Políticas editoriales y universidades públicas”, en *Los desafíos de la cultura. Voces del Fénix, La revista del Plan Fénix*, año 4, N° 29, Buenos Aires, octubre 2013, pp. 115-121.

Costa, Flavia y de Sagastizábal, Leandro, “La profesionalización de los editores universitarios en la Argentina”, en *Actas de las Jornadas de Historia de las políticas editoriales en la Argentina*, julio de 2015, Museo del Libro y de la Lengua, Biblioteca Nacional de la República Argentina, 2015, [en prensa].

de Diego, José Luis (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2000*, Fondo de Cultura Económica, México/Buenos Aires, 2006.

de Sagastizábal, Leandro, *Estudio comparativo de las editoriales universitarias de América Latina y el Caribe*, Programa del Observatorio de la Educación Superior del Instituto de Educación Superior para América Latina y el Caribe, IESALC/Unesco, Caracas, 2005.

de Sagastizábal, Leandro, *Informe sobre la situación y perspectivas de las editoriales universitarias en Argentina*, IESALC/Unesco, Buenos Aires, 2002.

Dobruskin, Mauro, *Aportes para una la historia de un proyecto académico. La carrera de edición*, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, 2014, Mimeo.

Esteves, Fernando, *Manual de supervivencia para editores del siglo XXI*, Eudeba, Buenos Aires, 2014.

Girardo, Cristina, “La importancia de la profesionalización de las organizaciones del tercer sector”, en *Revista: Documento de discusión sobre el tercer sector*, N° 13, México DF, 2001.

Piketty, Thomas, *El capital en el siglo XXI*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2014.

Román, Viviana, “Estrategias empresariales de las pymes editoriales argentinas a principios del siglo XXI”, *Revista Latina de Sociología*, N° 3, Universidad de La Coruña, España, 2013, pp. 133-148.

Rueda Galvis, Javier Francisco, “La profesionalización, el elemento clave de la empresa familiar”, en proyecto del DEA, Diploma de Estudios Avanzados de la Universidad de la Salle de Colombia, 2011.

Documentos

Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN), Memoria 2014. Publicada en internet: http://www.reun.com.ar/documentos/Memoria_REUN_2014.pdf

Documentos de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales, en su sitio web: www.reun.com.ar/documentos.php

JEU, 2010. Blog de las Jornadas de Edición Universitaria (JEU). <http://jornadasdeedicionuniversitaria.blogspot.com.ar/>

Convocatoria del Programa de Ayuda al Desarrollo de Editoriales Universitarias, Programa de Calidad Universitaria, Secretaría de Políticas Universitarias, Ministerio de Educación de la Nación, Buenos Aires, 2014.