Jornadas de Historia de las políticas editoriales en la Argentina

2 y 3 de julio de 2015

Museo del Libro y de la Lengua

Biblioteca Nacional de la República Argentina

Título de la Ponencia: La profesionalización de los editores universitarios en la Argentina.

Autores: Flavia Costa (IDAES-CONICET) y Leandro de Sagastizábal (UNIFE)

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

En principio habría que 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.

Sin dudas, 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.

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 nació en 1938, producto de esos intereses compartidos, la Cámara Argentina del Libro. No obstante, en el caso de las ediciones universitarias, ese asociacionismo es reciente: la red de editoriales de las universidades nacionales, dependiente del Consejo Interuniversitario Nacional, se creó en 1995¹, y contaba entonces con 25 miembros. Y en efecto, ha sido recién en los últimos años cuando se la edición universitaria ha adquirido un lugar específico dentro del sector, lo cual está sustentado en dos

¹La 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, constituida en el seno del Consejo de Rectores de Universidades Privadas, CRUP, que actualmente reúne a 25 editoriales de universidades privadas.

elementos. Por un lado, un crecimiento cuantitativo de la actividad editorial universitaria y, por el otro, la creación de espacios concretos de formación profesional. Con relación a lo primero,

“la producción de estas editoriales universitarias creció de manera sostenida en los últimos años. En este momento, según datos de la REUN, producen cerca de mil doscientas novedades al año. Cifra que, según una investigación del Centro de Estudios para la Producción de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, representa el 8 por ciento de los títulos registrados durante 2011 en el ISBN por el Núcleo Comercial Editorial (aquellas editoriales que producen al menos tres títulos por año a lo largo de tres años)” (Costa, Gazzera; 2013: 117).

Ratifican esta observación algunos datos de la dinámica del sector en la reciente Feria del Libro de Buenos Aires. En el stand que se ocupó de gestionar la exhibición y ventas de las editoriales de las universidades nacionales, estuvieron representadas treinta y seis editoriales y se vendieron más de dos mil quinientos ejemplares.² Como dato relevante para esta presentación se puede decir que las cinco primeras editoriales (UNGS, Eudeba, UNQUI, EDUNC y EDUVIM) son gestionadas de manera muy profesional, con direcciones muchas veces concursadas, con catálogos y diseños muy cuidados y con títulos procedentes tanto de académicos de la propia universidad como traducciones de autores de importancia en sus campos de conocimientos.

Con relación al vínculo universidad - empresa, analizaremos más adelante la primera de esas iniciativas, pero señalamos como dato que un sector profesional crece cuando es capaz de consolidar un espacio de estudio y jerarquización de sus prácticas, de allí que fuera importante que esa representación institucional de los editores, la Cámara Argentina del Libro, creara hace veinte años un ámbito de estudios relacionado con el oficio conjuntamente con la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires: la carrera de edición y que a partir de allí se hayan ido consolidando otros espacios de formación de profesionales vinculados con la edición. Por mencionar solamente las principales podemos citar la Maestría en Edición, en la Facultad de Periodismo de Universidad de La Plata, así como una titulación a término emprendida por la Universidad Nacional de Entre Ríos. La Escuela de librerías de UNTREF, entre otras iniciativas.

Por otro lado todos los estudios sobre la edición muestran que una dimensión fundamental de la actividad y que hace a su sobrevivencia es la expansión, por mínima que esta sea, internacional. De allí que la presencia en las Ferias de Libros ha sido una de las estrategias privilegiadas del sector desde su consolidación como tal, y en particular por la Red de Editoriales Universitarias Nacionales (REUN) para consolidar el proceso de profesionalización de los editores que forman parte de la misma.

Pero quizás el elemento que mejor contribuye a una práctica profesional es la capacidad (auto)reflexiva, que se verifica cuando los integrantes de un campo pueden reflexionar eventualmente teorizar sobre él, y lograr generar ámbitos de transmisión de sus prácticas, algo que ha venido ocurriendo en los últimos años de manera sostenida en materia de edición. Estas

² Se trata de datos levemente descendentes desde los últimos 3 años, pero en esta oportunidad hubo stands de diferentes editoriales universitarias muy dinámicos, que quizá pueden ayudar a comprender esa caída.

Jornadas son un signo de esto, así lo fue tres años atrás el Primer Coloquio Argentino sobre el Libro y la Edición, realizado en La Plata con la organización del Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (UNLP-CONICET), el Departamento de Ciencias Sociales de Universidad Nacional de Quilmes, el Programa Cultura Escrita, Mundo Impreso, Campo Intelectual (CeMiCi) de la Universidad Nacional de Córdoba, el Instituto de Investigaciones Gino Germanide la facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires y el Centro de Documentación y de Investigación de la Cultura de Izquierdas en Argentina (CeDInCI). O también el grupo de investigación que dirige Alejandro Dujovne en el Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES).

Por ello estimamos que un proceso de profesionalización de una actividad tiene cuando menos dos dimensiones. Una expresada 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 de la misma, 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.

Las editoriales universitarias pertenecen sin dudas a lugares de producción de los conocimientos científicos. Son un tipo de organizaciones que tienen, entre sus misiones, una central como lo es la divulgación del saber. Esa indelegable condición, junto a sus objetivos que son los de la enseñanza y la investigación, definen prioridades y lógicas que muchas veces no coinciden con las necesarias para el mejor desarrollo de un proyecto editorial.

Las profesiones y los oficios, y la edición es uno de ellos, se ejercen a partir de herramientas específicas, adquiridas sistemáticamente y luego de un largo proceso de formación. En esta acepción, entonces, la profesionalización consiste en el aprendizaje de un conjunto de competencias útiles consolidadas a lo largo del tiempo.

Podemos debatir acerca de cómo valorar, priorizar, congeniar o articular principios culturales, institucionales y científicos, con las necesidades profesionales y los saberes prácticos necesarios para el ejercicio de las actividades editoriales pero, sin dudas, no podemos dejar de conocerlos e implementarlos.

Un documento elaborado para fundamentar el motivo de la realización de las Jornadas de las Editoriales Universitarias (JEU), que se llevan a cabo en la Feria del Libro de Buenos Aires desde el 2011, señala que la labor editorial en las universidades constituye un espacio particular dentro del campo de la edición. Nos dice el mismo que fundamentalmente es así porque se ve sometida a la presión de dos lógicas que están originadas por los objetivos con los que se piensa el objeto libro en aquellas. Por un lado, que se desarrollan en el marco de instituciones académicas cuyas funciones primordiales 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.

Podríamos agregar nosotros que esa doble condición establece tanto una función de servicio que encuentra los fundamentos de su razón de ser en facilitar la divulgación de los conocimientos generados en los ámbitos de estudio e investigación, cómo una exigencia de

contemplar conocimientos profesionales y habilidades necesarias en quienes están a cargo de llevarlas adelante.

El documento mencionado de las JEU 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 campo”.

No existen estudios específicos sobre los procesos de profesionalización referidos a los casos de las editoriales universitarias, por ello, a los efectos de encontrar un modelo parecido de problemas a enfrentar, quizá sea de utilidad apelar a algunos de los muchos escritos que sí existen sobre los caminos y las dificultades de esos emprendimientos en los casos de las empresas familiares que en su gran mayoría son pymes.

Según menciona Javier Francisco Rueda Galvis, en su artículo "La profesionalización, el elemento clave de la empresa familiar" (2011), una de las principales razones del fracaso de las pymes familiares latinoamericanas radica en factores tales como la ausencia total de planeamientos estratégicos de los emprendimientos. Además menciona otro factor característico: que el 70% de los empleados de esas empresas no ha participado de procesos de selección de personal. De allí que, apelando al comentario de otros especialistas, como C. Giraldo (2001), un primer paso se da en el momento en que se inicia un proceso gradual de cambios cuando la empresa diseña, por citar un solo elemento, puestos de trabajo acordes a las capacidades y las potencialidades laborales de los trabajadores y no a las preferencias personales o de otro tipo de afinidades, que no responden a la específica idoneidad necesaria con el trabajo a realizar.

La debilidad de este tipo de organizaciones estriba entonces de dos cuestiones fundamentales: su escasa capacidad para desarrollar estrategias empresariales de largo plazo y su modelo de incorporación de personal o, más técnicamente, de "gestión de los recursos humanos".

Cuando se mencionan en esos estudios las principales limitantes para cualquier acción eficaz con respecto a los recursos humanos siempre están presentes las dificultades por encarar tareas de capacitación, los escasos conocimientos de las herramientas necesarias, los cambios

tecnológicos, el poco conocimiento de las características de los mercados a los que se dirigen, las dificultades en las comunicaciones para hacer conocer sus producciones, entre otras.

Situando un primer análisis en las instituciones universitarias argentinas, habría que agregar entre ellas a las siguientes:

- 1) Una incipiente constitución del campo, que marca la escasez de modelos a seguir posibles y eficaces, 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 específicas muy difíciles de reproducir en otros emprendimientos, desde su calidad de empresa mixta, es decir independiente de los presupuestos de la universidad, hasta empleados que pertenecen a trabajadores de comercio y no estatales. Asimismo, su catálogo editorial está diseñado desde sus orígenes a fortalecer el vínculo de la universidad con la sociedad antes que en un canal para la producción escrita de docentes e investigadores.
- 2) La realidad cotidiana por la cual, en una editorial universitaria, una parte importante de sus acciones se ocupa en actividades y demandas de la administración pública: manejos de expedientes, topes en los gastos, reglamentaciones generales que no contemplan los tiempos y flexibilidades necesarios de una editorial comercial.
- 3) Una necesidad permanente de establecer vínculos y discursos destinados a diferentes interlocutores, públicos internos y externos (rector, representante jurídico, director administrativo, consejo superior; docentes, directores de departamento, centro de estudiantes, bibliotecario, además de los autores y los lectores); la editorial universitaria de las universidades públicas se trata de una empresa comercial mayoritariamente pequeña o muy pequeña inserta en una gran institución con lógicas y prioridades que no son exclusivamente la de producir libros.

Paradójicamente, una editorial universitaria debería hacer muy buenos libros y tener muy buena presencia en las librerías por las siguientes razones:

- 1) Porque necesita expandir y difundir el proyecto cultural, no dejarlo dentro del claustro, o lo que es peor, dentro de un depósito sin llegada alguna a sus destinatarios.
- 2) Porque tiene que lograr continuidad en el tiempo, y para eso la casi exclusiva herramienta posible es generar un catálogo valioso, y proyectos editoriales que sean demandados por los lectores. Las editoriales universitarias, precisamente porque pueden emprender ese tipo de proyecto que para una editorial comercial resultaría demasiado riesgoso, pero a la vez están --o pueden estar-- en relación muy cercana con quienes producen muchos de los materiales más valiosos y demandados por el público de estudiantes y docentes, que son naturalmente lectores, están --al menos en teoría-- en la interesante situación que refería, en una entrevista de 2004, el prestigioso editor italiano Roberto Calasso: la de darse el lujo de "financiar buenos libros con buenos libros".

- 3) Porque maneja fondos públicos, y por ello mismo, debe orientarse a hacerlo con eficacia. Si bien no son proyectos con objetivos de rentabilidad, debieran ser proyectos gestionados con racionalidad y con una relación equilibrada y consciente entre gastos y resultados.
- 4) Para que los investigadores y docentes de la universidad las prefieran como editoriales para publicar sus mejores proyectos, lo que requiere sean atractivas, con libros de calidad y que sean competitivas en el mercado. Por motivos distintos, los propios docentes e investigadores no conocen poco acerca de los sellos de sus casas de estudios, o los consideran una alternativa menos deseable que las otras editoriales. Esta poca visibilidad o elegibilidad tiene sus explicaciones. Citamos aquí un artículo reciente que condensa en un párrafo el problema:

“La falta de distribución a nivel nacional; la calidad de las ediciones (una queja habitual que se refiere menos al tipo de papel que al diseño poco atractivo, la elección de títulos solemnes o los textos de contratapas inadecuados, lo que señala un problema, no de recursos, sino de competencias profesionales); las tiradas reducidas (según un relevamiento realizado en 2012 por la editorial de la universidad de Mar del Plata, que reunió información de 19 editoriales universitarias nacionales, la tirada promedio es de 100 a 300 ejemplares; de esas 19 editoriales, prácticamente la mitad produce sólo entre 6 y 15 títulos por año); la ausencia de campañas para difundir los libros una vez publicados, la imprevisibilidad de los tiempos de espera en la cola de cada editorial. En breve: motivaciones que responden a debilidades de las propias editoriales y que pueden enfrentarse a través de políticas de formación de recursos y de desarrollo de redes”. (Costa y Gazzera, 2013)

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

La carrera de edición (UBA)

¿Cuál es la importancia de señalar un ámbito de estudios universitarios en el tema que nos ocupa? Sin dudas que uno muy concreto es remarcar en qué ámbitos y quiénes han sido los agentes productores de conocimientos específicos, al mismo tiempo que afirmar que no es positivo un análisis dicotómico de los ámbitos de la academia y el de las empresas sino que, por el contrario, ha sido en una intersección de ambos donde se ha generado una instancia de formación innovadora y necesaria para el avance de la profesionalización de editar en nuestro país.

La carrera de Edición fue creada, como lo hemos dicho antes, por un acuerdo entre la Cámara Argentina del Libro y la Universidad de Buenos Aires. Nace como una tecnicatura especializada y con un objetivo de formación profesional, al punto que en sus planes de estudio no hay materias de historia de la edición o de la literatura, no tienen un área de investigación y sí uno

de pasantías en empresas. Pero ese origen es en una facultad, la de Filosofía y Letras de la UBA, que 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. A pesar de esta paradoja fundacional, 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 todo tipo y tamaño.

El plan de estudios de la carrera no está constituido por materias destinadas a producir un conocimiento general sobre la cultura del libro en la Argentina o el mundo, sino a facilitar conocimientos básicos en el manejo de un proyecto editorial tanto en el nivel de los contenidos de los libros: corrección de estilo y edición específicamente, como en el de la relación con los autores: derechos de autor, o los de producción editorial, de gestión y administración de los proyectos así como los de comercialización y marketing. Pero como muy bien lo desarrolla quien fuera director de la carrera durante varios años, el Lic. Mauro Dobruskin en un excelente trabajo aún inédito, será en el ámbito de las pasantías, entre otros, donde se expresará claramente esta tensión entre los objetivos profesionalistas y los academicistas de la carrera. Es allí donde se expresa claramente, pensamos nosotros, el conflicto de una formación destinada hacia la industria editorial o una destinada hacia el mundo de las publicaciones académicas, así como también como una tensión entre lo público y lo privado. El reglamento de pasantías modificado en 2003, hoy vigente, establece como prioritarios para desarrollar esas prácticas de los alumnos los ámbitos de ONG y de espacios de publicaciones públicas a los espacios vinculados a las editoriales privadas.

En un estudio divulgado hace unos días por la Cámara Argentina de Publicaciones, entidad que agrupa a una parte importante de editores locales, se menciona como uno de los elementos que expresan la vitalidad y dinámica del sector editorial es justamente la ampliación de la matrícula de alumnos de esa carrera la que ha pasado de unos 150/200 iniciales a los casi 500 actuales.

De todos modos, y aún sin ser un objetivo de la carrera, por lo menos hasta el presente, la generación de proyectos de investigación, al punto que la misma no cuenta con un Instituto a tales efectos como otras carreras de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA, la existencia de la misma como espacio logrado en la educación universitaria ha ido motivando un avance notorio de los estudios relacionados con la edición.

Si hasta los años 2000 uno podría inventariar en no más de una decena los libros que se habían ocupado de parciales y acotados estudios sobre el sector en nuestro país, tanto en el tratamiento de los problemas abarcados como en las calidades de las investigaciones que los sustentaban, en los últimos quince años se han multiplicado de manera vertiginosa los proyectos y libros publicados. En los últimos cinco años se han generado congresos, encuentros, seminarios, conferencias, que tienen como objeto de análisis temas vinculados al mundo editorial. Trayectorias de editores, historias de casas editoriales, análisis de catálogos, historias intelectuales, etc.

Una cátedra de la carrera de edición: *Corrección de estilo*, con su profesora titular María Marta García Negroni y sus adjuntas Ana Mosqueda y Andrea Estrada, publicó en los últimos años (2006-2012) una revista titulada *Páginas de Guarda* en la que de manera explícita,

aproximadamente en un tercio de la misma, se trataban de manera académica temas específicos de la actividad editorial.

Finalmente, en el 2014 Eudeba comenzó a publicar una colección que no tenía hasta este momento en el país un antecedente similar. Bajo el nombre de *La vida y los libros*, en la misma se están publicando libros que, al igual que ocurriera en otras disciplinas desde el momento mismo de la creación de la editorial, buscan definir un segmento específico de preocupaciones por una actividad dada. Algunas biografías de editores, algunos libros destinados a comprender la lógica del funcionamiento de una editorial, entrevistas a editores y muchos otros temas han planteado ya desde este reciente inicio los caminos posibles para que se desarrollen trabajos de investigación al mismo tiempo que introduce en un espacio que va desde los lectores a los periodistas culturales una atención por un tema que hasta el momento no tenía un encuadre definido.

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

Sintetizando la información de las memorias de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales sólo correspondientes al año 2014 --el número 19 desde su creación, como dijimos, en 1995-- podríamos mencionar de manera muy sucinta los principales pasos dados hacia la profesionalización. No deseamos hacer un inventario completo sino seleccionar algunas acciones relevantes destinadas a resolver lo que hemos venido sosteniendo que son requerimientos fundamentales de la actividad.

En primer lugar, la necesidad de otorgar identidad marcaría al mismo tiempo que resolver uno de los problemas centrales de cualquier proyecto editorial, agravados en el caso de la edición universitaria por la relativa potencialidad comercial de sus libros: 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 recientemente creada Librería Universitaria Argentina, nacida un año antes en el marco del Consejo Interuniversitario Nacional, el consejo de los Rectores de las Universidades públicas. Como un elemento importante vale la pena consignar que se seleccionó por concurso para dirigir la librería a una persona que no solo es graduada en la especialidad en la Universidad de Buenos Aires, sino que ha tenido una sólida experiencia en el ámbito editorial. Esto facilitó que la LUA tuviera una importante participación en la Feria del Libro y comience a participar en otras Ferias de todo el país. Asimismo a lo largo de 2014 se realizó en el local de la librería en Montevideo 1601 CABA, una intensa actividad cultural, con muestras, presentaciones de libros, charlas y debates vinculados al campo Editorial.

Pero lo más interesante de ese ámbito, y de allí la necesidad de mencionarlo en esta exposición, es que no es un lugar de gestión pasiva sino que sus responsables se han propuesto como un generadores de herramientas, prácticas, sugerencias, producción de materiales y 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 esa línea y muy apoyados por programas gubernamentales--en especial, la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación de la Nación, en particular los Programas de Promoción de la Universidad Argentina y de Calidad Universitaria-- destinados con ese objetivo, se ha ampliado y consolidado un objetivo de establecer contactos directos con el mundo editorial tanto local como del exterior.

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 específicos sobre las editoriales universitarias, proyectos de coediciones, visitas programadas y con agendas específicas, participación en congresos y encuentros y otro tipo de acciones.

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, Export-ar y la Dirección de Cultura de Cancillería, la REUN visitó 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) Creación y Presentación del Foro Mundial de la Edición Universitaria junto a la ABEU, y la participación de Roger Chartier. Fue también protagonista del II Foro Mundial de la Edición Universitaria.

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.

Pero la acción más sustantiva en relación con políticas de edición y suprofesionalización 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, destinado a la creación, profesionalización o consolidación de las editoriales de las universidades nacionales. Este esfuerzo conjunto de la SPU y la REUN, que en todo momento trabajó en conjunto con el 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 para elaborar proyectos trianuales para reformulación de contenidos y prácticas profesionales, capacitación del personal, 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 alentó a las Editoriales Universitarias a presentarse en tres categorías:

- 1) Creación de Editoriales.
- 2) Profesionalización
- 3) Consolidación.

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 evaluadores (profesionales externos, jurados 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 estén en condiciones de firmar los Programas Contratos, cuatro en proceso aún 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 y un Programa de Capacitación Permanente de la cadena de valor del Libro Universitario Argentino. 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.

Sólo a modo de espejo de 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.

Finalmente, un tercer caso del que quisiéramos dar cuenta en este proceso de profesionalización, y para cerrar nuestra exposición, es el de 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 como la cátedra de Edición editorial de la carrera antes mencionada, radicada en la Facultad de Filosofía y Letras, y un espacio representativo de todo el sector editorial como la Fundación el Libro, se vienen realizando desde el 2011 las Jornadas de Edición Universitaria: JEU.

Han apoyado las mismas el Diploma de Edición del Instituto Universitario Claeh del Uruguay, la editorial 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 fundamental para el encuentro anual y la capacitación de los editores universitarios, sino que han dado las primeras 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 una, consistentes en exposiciones inaugurales realizadas por especialistas, mesas temáticas sobre aspectos nodales del quehacer editorial y talleres precisos y adaptados al tipo de profesional al que están destinadas, se pueden seguir en un blog que da cuenta de ellas: <http://jornadasdeedicionuniversitaria.blogspot.com.ar/>

Los organizadores han tenido además una muy buena iniciativa con la intención de facilitar a quienes concurren (ya quienes no) las actividades inaugurales y han producido una excelente colección de libros breves que ya conforman una útil colección para cualquier profesional.

Para cerrar esta breve ponencia vale la pena observar, a partir de esta acción mencionada y que se realiza en la Feria del Libro de Buenos Aires, sobre otro aspecto que es decisivo para dar un salto cualitativo en este aspecto que nos ha ocupado hasta aquí: el valor de la transferencia de los conocimientos.

Como bien explica Thomas Piketty en su reciente libro *El capital en el siglo XXI* (Fondo de Cultura Económica 2014) las sociedades transitan procesos que están profundizando las diferencias sociales. Una de las maneras más democráticas de acciones posibles para combatirlas, nos dice este autor, es la transmisión de los conocimientos.

Las JEU ha tenido entre sus aciertos uno muy importante y es dejar de lado el prejuicio que existe ante lo privado cuando se trata de defender lo público.

Varias de las actividades más importantes y más apreciadas como valiosas por los asistentes han sido realizadas por profesionales con larga trayectoria en empresas privadas, incluidas las multinacionales, algunos de ellos argentinos y otros ingleses, brasileños, mexicanos o de los Estados Unidos. La transferencia de conocimientos para poder luego 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.

Pocos años atrás, en 2012, un colega editor de la Universidad de Quilmes, Rafael Centeno, recordaba una frase popular en México que, como tantas otras frases ingeniosas, era atribuida al genial escritor y periodista Carlos Monsiváis: "Para comprar un libro editado por una universidad se requiere, primero, hacer un curso de investigador privado". Entendemos que, gracias a la Librería Universitaria Argentina, y gracias a muchas de las nuevas acciones recién reseñadas, y a pesar de las dificultades evidentes del proceso, nos encontramos frente a un camino radicalmente distinto para las editoriales públicas argentinas. Los próximos años

podremos evaluar si han (si hemos) sido capaces de responder, y de qué modo, al llamado que estas posibilidades nos arrojan.

BIBLIOGRAFIA

Centeno, Rafael (2012): "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. ISSN 2314-2995

Costa, Flavia y Gazzera, Carlos (2013): "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.

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

Giraldo, C.(2001): "La importancia de la profesionalización de las organizaciones del tercer sector", en *Revista: Documento de discusión sobre el tercer sector* nro 13, 2001. México DF

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

Rueda Galvis, Javier Francisco (2011): "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.

DOCUMENTOS

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

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.