



#52

actualidad
universitaria

Libros, libreros y lectores

AÑO XIII . #52 . 2014
ISSN 2346-8777

Publicación bimestral del
Consejo Interuniversitario Nacional



De la librería al lector



El desafío editorial de las instituciones de educación superior en relación con la importancia de socializar el conocimiento a través de un vínculo profundo con la sociedad. El análisis de las Universidades Nacionales de Quilmes y Santiago del Estero y del Instituto Universitario del Ejército.

Cuando el libro empieza a circular está en uno de sus momentos más importantes: llegará a las manos de algún lector que quizás lo ha buscado por largo tiempo o, simplemente, lo ha encontrado como un hallazgo que anhela atesorar. El libro empieza a tener vida, realmente, cuando llega a las librerías. Pero, para cualquier sello editorial, esa es una meta difícil. Mucho más, para las editoriales de las universidades que editan libros académicos.

Sin embargo, las editoriales de las Universidades Nacionales de Quilmes y Santiago del Estero y la del Instituto Universitario del Ejército relatan aquí sus experiencias exitosas en esa línea.

Visibilidad

Una de las formas de lograr la circulación y comercialización de sus libros para las editoriales universitarias es crear sus propios puntos de venta. Así lo hizo la UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES (UNQ) al poner en funcionamiento la librería *Nota al pie*, ubicada en la misma universidad.

Ocurre que la producción de libros es tan grande que muchas editoriales

invaden con sus novedades o con sus reimpressiones las librerías. Eso genera que el librero no tenga la posibilidad de tener en exposición y a la venta la cantidad de libros que recibe todos los días. Rafael Centeno, director de la editorial de la UNQ, explicó cómo afecta esto al libro universitario: “Los libros académicos tienen una venta menor y, generalmente, no compiten de ninguna manera con *best-sellers* o algunos libros de editoriales comerciales. Esto se convierte en un problema porque el librero puede exponer la novedad que le llega apenas un par de meses. Después, el libro, de manera natural, va a quedar escondido porque las novedades van a ir desplazando a aquellos libros que han perdido su estatus de novedad para ser sustituidos por las renovadas primicias”.

La UNQ puso en funcionamiento su propia librería, *Nota al pie*, en marzo del año pasado en las instalaciones de la misma universidad.

3

El resultado es claro: el libro que uno busca no se encuentra. Pero no solo porque ya no está expuesto sino también porque el ciclo de vida de un libro académico es diferente. **Para las editoriales universitarias, los libros siempre están a la venta, en la medida en que siguen teniendo lectores.** “Hay libros de nuestro catálogo histórico que los editamos en los años 90, cuando empezó nuestra actividad editorial, y los hemos reimpresso con éxito. Esos libros, a veces, ya no se encuentran en el mercado; es imposible encontrarlos en una librería y es que el ciclo de vida del libro académico es largo”, subrayó Centeno.

La manera como intentan resolver estos problemas, por ejemplo, es participando en ferias de libros locales, nacionales e internacionales, donde los lectores pueden encontrar los títulos del sello editorial. **Y otra de las formas que encontraron fue tener un punto de venta propio para la comercialización.** Para ello se

PROYECCIÓN. Desde la UNQ señalaron que para las editoriales universitarias una de las formas de lograr la circulación y comercialización de sus libros es crear sus propios puntos de venta.

LIBRERO. Rafael Centeno es el director de la editorial de la UNQ.



dieron a la tarea de abrir su propia librería, inaugurada en marzo de 2013.

La librería, en primera instancia, le permitió a la UNQ poner a la venta todo el catálogo de más de 300 títulos con muy buenos resultados.

La librería, en primera instancia, les permitió poner a la venta todo el catálogo de más de 300 títulos con muy buenos resultados. “Eso nos ayudó a resolver esta situación. La gente sabe que, si pregunta en una librería por un libro editado hace unos años, es muy posible que no exista y que el librero le anuncie que está agotado porque no se le ocurriría hablar a la distribuidora o con la editorial para conseguirlo”, detalló el director.

Es por eso que contar con una librería propia les permite brindar un servicio

a la comunidad académica y, también, aumentar la curva de ventas de los títulos de la editorial, que se incrementó en más del 20 por ciento anual. Y descubrieron algo que les sorprendió mucho: el ritmo de venta de los libros se ha mantenido a lo largo del año. “Nosotros pensábamos que los dos primeros meses íbamos a vender en la librería con un índice alto, porque era lógico que, si los lectores no habían encontrado un libro, lo iban a encontrar ahí. Pero creíamos que después de unos meses iba a decrecer la venta. Sin embargo, se ha mantenido el promedio mensual”. También, pusieron en marcha la venta por internet. “Entramos en el mercado electrónico porque es lo más sencillo para nosotros. **Si el lector va a una librería y no encuentra un libro nuestro, entonces la mejor manera es decir: nosotros te ofrecemos venta**

online, y eso empezó a dar resultados”, agregó Centeno.

Contar con una librería propia le permite a la UNQ brindar un servicio a la comunidad académica.

Es un buen desafío para que otras editoriales universitarias que aún no tienen sus puntos de venta puedan comercializar sus libros. Los libros universitarios se venden y, si la edición está profesionalizada y las universidades logran sus puntos de venta, alcanzan una mejor circulación.

4



CON SELLO PROPIO. Se editan, en promedio, 30 títulos al año, entre los que se cuentan libros (novedades, reediciones y reimpressiones) y revistas académicas (una en formato papel y dos digitales). Actualmente, la librería de la UNQ cuenta con 15 colecciones, 3 revistas académicas periódicas, libros de arte, ediciones especiales, una serie digital y más de 300 títulos.



Crecimiento

A casi dos años de su creación, la editorial de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE SANTIAGO DEL ESTERO (UNSE) avanza con pasos firmes en su importante rol de ser vehículo de los conocimientos y saberes que se producen en esta casa de estudios superiores hacia la sociedad, consolidando un vínculo que celebró, recientemente, 40 años. “El libro comienza a existir cuando es leído. Estamos convirtiendo el conocimiento que se produce en la universidad en un saber que pueda ser difundido, socializado. Ahí reside el valor del libro universitario: poseedor de una consistencia, solidez y calidad disciplinar y que es ‘traducido’ para que llegue a un espectro más amplio de personas”, resumió la Mg. Ester Azubel, directora de EDUNSE, la editorial de la UNSE, quien además vinculó este camino iniciado con una política para consolidar lo que, actualmente, es una experiencia generalizada en las universidades argentinas.

La editorial de la UNSE avanza con pasos firmes en su importante rol de ser vehículo de los conocimientos y saberes que se producen en esta casa.

Desde su visión, un proyecto editorial “es un campo que, además de proponer un programa editorial, debe pensar estrategias de promoción, edición, difusión y venta de los textos, aspectos no siempre contemplado por las ediciones universitarias surgidas de unidades académicas, proyectos de investigación u oficinas de publicaciones”.

Años atrás, se contaba, dentro de la producción de conocimiento, con presupuestos eventuales para la publicación de libros. No siempre



PROFESIONAL. Desde la UNSE señalaron que la virtud del libro universitario es ser poseedor de consistencia, solidez y calidad disciplinar.



finalizaba con un producto profesionalizado. Esta realidad hizo necesaria la conformación de un espacio operativo apropiado que organice las futuras publicaciones de la universidad. “No podíamos permanecer fuera de ese espacio que

otorga visibilidad y difusión a la producción académica”, puntualizó Azubel.

La innovación en materia de comunicaciones juega a favor de este camino hacia la visibilización. “Uno de los compromisos de la editorial



LIBRERA. Ester Azubel es la directora de la editorial de la UNSE.

universitaria es hacer público sus conocimientos y la digitalización de los libros es otro de los requisitos que debe cumplir. Tiene que ver con la democratización del saber y forma parte de las políticas educativas actuales del país. Si los libros se intercambian únicamente entre las bibliotecas universitarias, no llegan a lugares donde realmente se necesitan”, explicó la directora.

En síntesis, **la creación de una editorial universitaria contribuye al resguardo y desarrollo del patrimonio simbólico y cultural de una región**, mediante una producción adecuada al medio, a las características de los lectores y a las necesidades de este tiempo.

Aniversario

La editorial del INSTITUTO UNIVERSITARIO DEL EJÉRCITO (IUE) nació hace cinco años con el objetivo de insertar el trabajo intelectual de las unidades académicas de la institución en el mapa universitario nacional e internacional. **Desde su creación, constituye un ámbito de reflexión, divulgación, interacción y debate con todos los actores del mundo educativo, tanto civil como militar.**

La editorial del IUE nació con el objetivo de insertar el trabajo intelectual de las unidades académicas de la institución.

A través de sus publicaciones, la Editorial Universitaria del Ejército (EUDE) refleja el enfoque y la tarea pedagógica del Ejército argentino. En ese sentido, edita periódicamente la Revista Universitaria del Ejército (RUE) en cuyas páginas se vuelcan artículos y trabajos científicos y técnicos de diferentes temáticas

elaborados por profesores y profesionales de las unidades académicas.

Por otra parte, la EUDE posee una prolífica producción de libros, divididos en cinco líneas editoriales: Historia, Investigación, Pensadores Militares, Próceres en Palabras y Desarrollos Tecnológicos. Todas ellas han sido muy bien recibidas por diferentes públicos, tanto militar como civil.

Prueba de ello es el éxito de ventas alcanzado en diferentes ferias del libro. Durante las últimas ediciones de la Feria del Libro de Buenos Aires y en las Ferias del Libro de San Juan, San Luis, Jujuy, Junín, Formosa, Tucumán y Mar del Plata, sus ventas fueron motivo de diversas notas destacadas en los órganos auspiciantes, tanto por la calidad de los contenidos como por su diseño e impresión.

Como proyectos a futuro, la EUDE está desarrollando un rediseño de su plataforma web, con el objetivo de crear una comunidad de consulta e interacción con todos aquellos interesados en las temáticas que aborda.

Como proyectos a futuro, la editorial del IUE está desarrollando un rediseño de su plataforma web.

En cuanto a la producción textual, además de continuar con la publicación normal de trabajos, está preparando una edición especial de dos tomos titulada *200 años de lucha por la Patria*, una obra que repasará, como nunca antes, todos los acontecimientos militares que forjaron la identidad nacional a través de la corta pero intensa historia de Argentina.



ANIVERSARIO. La editorial del IUE festejó recientemente sus primeros cinco años de vida.



360

metros cuadrados de
ciencia, cultura y arte

4300

títulos en exhibición

14500

ejemplares a la venta

55

editoriales de
instituciones
universitarias
nacionales

7

LUA EN LA FERIA INTERNACIONAL DE BUENOS AIRES. La Librería Universitaria Argentina (LUA), una iniciativa del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) a través de su Red de Editoriales de Universidades Nacionales (REUN) con el apoyo de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación, tendrá un stand en la 40ª Feria Internacional del Libro de Buenos Aires.

Las 55 editoriales universitarias que integran el catálogo del emprendimiento ocuparán el stand N° 1506, del 24 de abril al 12 de mayo, en el pabellón Amarillo del Predio Ferial de Buenos Aires en Palermo, con un total de 96 metros cuadrados dispuestos para la exhibición y venta y un pequeño auditorio en el que se realizarán presentaciones diarias.

LUA ofrecerá, como en años anteriores en los que la feria presentaba el stand

de la REUN, un catálogo unificado para las bibliotecas populares integrantes de la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP) a través del que se podrá acceder a títulos que no se encuentran en otros espacios y a precios con descuentos.

Asimismo, y con el objetivo de generar un instrumento eficaz para favorecer la promoción, transmisión y circulación del conocimiento, las editoriales presentarán un registro unificado de publicaciones que está disponible en la página web de la REUN (www.reun.com.ar).

Inaugurada en diciembre, la librería se erige en una zona estratégica para el mercado editorial argentino. Asimismo, este emprendimiento considera al libro universitario como vehículo de transmisión de conocimiento y de difusión cultural. Además de la librería, que cuenta con la oferta de las editoriales universitarias del país y de

editoriales privadas con una oferta acorde al proyecto, el local dispone de espacios para diferentes exhibiciones y un auditorio.

Entre otros aspectos, apunta a dar visibilidad y difusión a la producción editorial que realizan las editoriales universitarias, y poner a disposición del público la vasta producción bibliográfica de calidad científica, académica y cultural que produce el sistema universitario argentino y otras editoriales comerciales afines.

De esa manera, pretende contribuir a la búsqueda de la democratización del conocimiento a través de la constitución de un espacio de encuentro de actores vinculados con la ciencia, el arte y la cultura.

Cabe destacar que los libros universitarios representan alrededor del diez por ciento del mercado editorial argentino.

**40° Feria
Internacional
del Libro
de Buenos Aires**
24 de abril
al 12 de mayo
Pabellón Amarillo,
stand 1506
Predio Ferial
de Buenos Aires



Librería
Universitaria
Argentina

Lavalle 1601, esquina Montevideo
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
tel. (+54 11) 4371.7009
lua@cin.edu.ar
www.cin.edu.ar



360 m² de ciencia, cultura y arte

catálogos nacionales e internacionales

4300 títulos en exhibición

14500 ejemplares a la venta

**55 editoriales de instituciones
universitarias nacionales**

**editoriales de universidades privadas y
comerciales afines a los catálogos universitarios**

agenda cultural y auditorio propio

abierta de lunes a viernes de 10 a 19 horas