

Políticas editoriales universitarias y apuestas a catálogos con perspectiva de género(s)

IVANA MIHAL

(Argentina)

ivana.mihal@gmail.com

Recibido: 12/09/2019

Aceptado: 10/11/2019

Resumen: La edición universitaria argentina busca posicionarse en el mercado editorial a través de la constitución de catálogos de fondo, para lo cual genera políticas orientadas al encuentro con posibles públicos lectores. Sus catálogos han ido acompañando un fenómeno que ha ido creciendo en el sector editorial en general: la publicación de libros que tratan sobre problemáticas de género(s). El objetivo de este artículo es analizar parte de este proceso, tomando como caso de estudio a EDUVIM, la editorial de la Universidad Nacional de Villa María y Ediciones UNGS, la editorial de la Universidad Nacional de General Sarmiento, las cuales han editado libros que pueden considerarse como clave en sus catálogos y en las discusiones que promueven sobre la problemática de género(s).

Palabras clave: Editoriales Universitarias, Catálogos, Comercialización, Circulación, Género(s)

University editorial policies and betting on catalogs with a gender perspectives

Abstract: The Argentine university edition seeks to position itself in the publishing market through the creation of background catalogs, for which it generates policies aimed to find potential public readers. Their catalogs have been accompanying a phenomenon that has been growing in the publishing sector in general: the publication of books dealing with gender issues. The objective of this article is to analyze part of this process, taking EDUVIM, the editorial of the Universidad Nacional de Villa María, UNGS Editions and the editorial of the Universidad Nacional de General Sarmiento, as case studies, which have published books that can be considered as a key in their



catalogs and in the discussions about University editorial policies that promote gender issue (s).

Keywords: University Publishers, Catalogs, Marketing, Circulation, Gender(s)

Introducción

Este artículo explora las decisiones que convergen al momento de editar y poner en circulación libros orientados a la problemática de género(s) en editoriales de universidades nacionales de gestión pública. El objetivo consiste en describir y analizar cómo estas han ido construyendo sus catálogos en relación con la perspectiva de género(s). Algunos de los interrogantes que orientan dicho abordaje son: ¿cómo se incorporan libros con perspectiva de género(s) al catálogo de las editoriales universitarias?, ¿qué significa para estas editoriales la publicación de estos libros?, ¿cuáles son los distintos modos por los cuales estos se difunden?

Los antecedentes de estudio respecto a la edición y género(s) son escasos¹, y más aún en relación con la edición universitaria, la cual comenzó a suscitar interés recientemente como objeto de estudio de un conjunto de disciplinas sociales y humanas (historia, antropología, sociología, edición, comunicación, entre otros) con enfoques diversos. Abrean en las particularidades de este tipo de edición, subrayando distinciones con respecto a otras editoriales que se dedican a libros universitarios (Chartier, 2007). Entre esas particularidades se destacan las tensiones que se generan al estar enmarcadas en universidades y tener que insertarse y ser competitivas en el mercado editorial (Thompson, 2005). La relevancia de los sellos está relacionada a sus catálogos (Ayala Ochoa: 2017), los que compiten con los de otras editoriales comerciales que también publican autores y libros académicos. A su vez, la edición universitaria se diferencia de estas últimas en tanto se caracterizan por la posibilidad que generan, de contribuir desde la universidad a crear debates y formación a partir de los textos que editan (Córdoba Restrepo, 2014).

En nuestro país, las editoriales universitarias tienen como característica princi-

¹ Estos se han concentrado más en la revalorización de las mujeres en la edición y en la construcción de catálogos feministas.

pal que sus catálogos se orientan a distintos actores del sistema académico tanto como a diferentes públicos en general. Un primer punto a precisar es que entiendo a la edición universitaria como aquella que tiene lugar en las universidades y otro tipo de instituciones de educación superior reconocidas por el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), en el marco de la Ley de Educación Superior N° 24521/1995. Un segundo punto, es que en particular me basaré en el análisis de dos sellos de universidades nacionales que forman parte de las 48 editoriales que, según la información más reciente disponible, integran la Red de Editoriales de Universidades Nacionales (REUN) y son reconocidas por el CIN²: EDUVIM, editorial de la Universidad Nacional de Villa María (provincia de Córdoba) y Ediciones UNGS, editorial de la Universidad Nacional de General Sarmiento (provincia de Buenos Aires). Circunscribo el abordaje de estas dos editoriales a tres ejes de análisis: 1) la delimitación de la mirada en los catálogos; 2) la inscripción en estos de libros sobre género(s); 3) las decisiones y estrategias editoriales de circulación centradas en las formas de comunicar la edición de un nuevo libro sobre género(s) y en ciertos aspectos de su comercialización.

Este trabajo deriva de una investigación más amplia³ sobre editoriales universitarias, con un enfoque teórico-metodológico centrado en la etnografía, el cual recupera las categorías nativas, significaciones e interpretaciones por medio de las cuales nuestras interlocutoras y nuestros interlocutores de campo otorgan sentidos a sus prácticas cotidianas. Sin embargo, los materiales en los que me baso en este artículo si bien surgen de ese estudio, y refieren a observaciones *in situ* en las editoriales, en las ferias del libro, en asambleas de la REUN, en conversaciones informales y entrevistas con sus directores editoriales e integrantes de los equipos de las editoriales, se centraron principalmente en la búsqueda y análisis de los catálogos y otras fuentes secundarias (redes sociales, sitios web de las editoriales, diarios, entre otros).

² De acuerdo a datos obtenidos a partir de la Planilla de la última Asamblea realizada de la REUN (4 de septiembre de 2018).

³ El proyecto de investigación “Edición universitaria argentina: un análisis desde sus prácticas, rutinas y procesos cotidianos” es llevado adelante en el marco del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Asimismo, este artículo se enlaza con el Programa “Mundo editorial, lectura y traducción desde los estudios de género(s) y feminismos” que se desarrolla en la Universidad Nacional de San Martín.

Catálogos y editoriales universitarias

El análisis de la edición universitaria argentina y las referencias a sus catálogos no data de mucho tiempo atrás y, en su gran mayoría, han tenido a la editorial de la Universidad de Buenos Aires, EUDEBA como caso de estudio. Estos antecedentes remiten tanto a la figura de uno de los editores que en sus comienzos fue central, Boris Spivacow (De Diego, 2017; Gociol, 2010; Maunás, 1995) como a la constitución de sus colecciones, a la definición de sus públicos y sus políticas editoriales (Costa, 2012); y a la incidencia que tuvieron las traducciones en la conformación de sus catálogos y en cómo contribuyeron a posicionarla como una editorial de relevancia para las ciencias sociales y humanas (Dujovne, 2016). Otros estudios han comenzado a ampliar la mirada hacia la digitalización de algunos títulos del catálogo y su disponibilidad en el lector digital “Boris” (Szpilbarg, 2020); y al abordaje de otras universidades mediante la exploración del lugar que ocupan las traducciones en el proceso de internacionalización de EDUNTREF, la editorial de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (Verdelli, 2020). La constitución y desarrollo del plan editorial de EDUVIM desde una ciudad del interior del país (Villa María) y los pasos (decisiones y estrategias) internos que esto supone, han sido también motivo de reflexión (Molina, 2020).

Los catálogos de las editoriales –impresos y *online*– consisten en un registro concreto que describe y ordena la producción editorial. Comprendidos como objeto de análisis, estos constituyen fuentes de información en, al menos, dos niveles: primero, a partir de su carácter instrumental permiten identificar autores y autoras, directoras y directores editoriales, títulos publicados (y, menos frecuentemente libros descatalogados), secciones y colecciones. En algunos casos, posibilitan el acceso a las tiradas de impresión, a las sinopsis de los libros y a sus precios de venta –así como a otro tipo de producciones editadas, por ejemplo, revistas–. Segundo, son documentos que sirven para aproximarse a la historia de cada editorial, tanto como a procesos de más amplio alcance que dan cuenta de las dinámicas y particularidades del mundo de la edición, y para el análisis de esta última en un período de tiempo concreto (Sánchez Vigil, Marcos Recio y Fernández Fuentes, 2008). Siguiendo esta primera conceptualización, los catálogos pueden ser utilizados con objetivos y por destinatarios distintos⁴: a) por quienes quieren conocer la oferta de

⁴Estos objetivos si bien pueden distinguirse para fines analíticos, están ligados entre sí.

una editorial, potenciales públicos lectores; b) por agentes ligados al mercado editorial en general y quienes integran la edición universitaria en particular y; c) por quiénes se dedican al estudio de la edición.

Una segunda conceptualización complementaria, recupera sus contenidos y los modos en que estos forman parte de una editorial. Sus contenidos, como afirma Sorá (2017), implican acuerdos y desacuerdos entre editores y autores y entre otros tantos agentes de la propia editorial, y de fuera de esta. Agrego que esta perspectiva supone al catálogo como un objeto que no es neutro pues implica intereses, decisiones que hacen de él antes que un instrumento estático, uno móvil no sólo por las novedades de títulos, autores, traducciones, colecciones que puede ir incorporando a lo largo del tiempo; también porque constituye el resultado de una articulación –no sin discrepancias– entre un conjunto de actores sociales e intervenciones en constante transformación por las dinámicas propias de la edición, que se profundizan en la universitaria cuando se suman las lógicas de las propias universidades donde los sellos se localizan y desde las cuales llevan adelante su labor. Los acuerdos respecto a qué temáticas, colecciones, y autoras y autores ingresan al catálogo, muchas veces se definen en diálogos con otros actores académicos, lo cual depende en gran medida del grado de autonomía de cada editorial y de que la dirección editorial conozca del tema a publicar: “[...] conseguir los libros que le den identidad y valor al proyecto, y el armado y ordenamiento de las colecciones” (De Sagastizábal, 2017: 101). Asimismo, el análisis de las colecciones del catálogo de una editorial puede mostrar el interés político-cultural de la misma (Dujovne, 2016).

En la edición universitaria argentina eso responde a cierta tradición inaugurada por EUDEBA, de la mano de los proyectos editoriales impulsados por Boris Spivacow como editor, de acuerdo con la cual se produjeron “una serie de novedades que cambiarían la fisonomía del mercado de libros en Argentina” (De Diego, 2017:1). Según De Diego (2017), EUDEBA fue consolidando un catálogo mucho más amplio que el que supone la publicación sobre temas científicos –encaminados a un público reducido en carácter de especialistas–. Este catálogo estuvo acompañado de políticas editoriales hasta ese momento inéditas, entre las cuales se destacan: títulos seleccionados con el asesoramiento de profesores universitarios; tiradas numerosas y libros a bajo costo; un sistema de distribución que incluía su

comercialización en kioscos y en diversos espacios (universidades, estaciones de trenes y subterráneos; calles céntricas). Esa heterogeneidad y diversidad la ha diferenciado de la edición universitaria de otros países como los anglosajones –*university press*–, cuyos catálogos usualmente (dado que han ido cambiando con el tiempo) estaban abocados a libros universitarios y monografías académicas (Jubb: 2018). Las editoriales de nuestras universidades buscaron posicionarse con desarrollos muy heterogéneos y con catálogos diversos en el mercado editorial relativo a libros académicos, de coyuntura política, económica, poesía, literatura infantil y juvenil; narrativa; entre otros.

Ediciones UNGS⁵ y EDUVIM⁶ son dos sellos profesionalizados y presentan varias de las características antes descriptas: 1) cuentan con autonomía y/o con el aval institucional de las universidades en las que se encuentran para desarrollar en sus catálogos libros sobre género(s) y; 2) apuntan a intervenir en el campo cultural y no sólo académico a través de la constitución de un fondo editorial dedicado tanto a públicos universitarios como a otros públicos en general.

Perspectivas de género(s) en catálogos en Ediciones UNGS

Yo nena, yo princesa. Luana, la niña que eligió su propio nombre, de Gabriela Mansilla, fue el primero de los libros que publicó Ediciones UNGS sobre infancias diversas, fue decisivo, e inauguró el tratamiento de este tema en la editorial y, a su vez, se constituyó en uno de sus éxitos editoriales. El libro fue presentado en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires en 2014 y declarado de interés cultural por el Senado de la Nación de la Argentina. Lleva sucesivas reediciones en el transcurso

⁵ En 1998 la UNGS crea el Departamento de Publicaciones dependiente de la Secretaría de Investigación. Por medio de la Resolución N° 5211, el Consejo Superior de la UNGS aprobó cambios en su estructura organizativa. En ese marco estableció, además, la adecuación del Departamento de Publicaciones a Área Editorial (Proyecto de Apoyo al Desarrollo de Editoriales Universitarias - Editoriales Universitarias Argentinas –UNGS, SPU, Ministerio de Educación de la Nación, 2014). Dicha Secretaría de Investigación tiene entre sus funciones “proponer los lineamientos para el establecimiento de las políticas editoriales y gestionar las actividades editoriales y las publicaciones de la Universidad” (Res. CS. N° 5211/2014, p. 25).

⁶ Creada por la Resolución N° 047/2008, que instituyó que la editorial está bajo la dependencia del Rectorado, y la estableció como la encargada de la coordinación del proyecto editorial de la universidad.

de los años, a partir de que vino a saldar un área de vacancia no sólo en las universidades sino también en la edición argentina. Aborda el caso de Luana, de 6 años de edad, que se convirtió en la primera niña trans reconocida por el Estado (sin judicialización de su caso), cuando en octubre del 2013 recibió su documento nacional de identidad.

La “Presentación Institucional por la UNGS” de este libro fue realizada por la entonces Secretaria Académica, Gabriela Diker y por el secretario de Investigación, Pablo Bonaldi quienes plantean que, a pesar del distanciamiento respecto de la producción escrita académica, “abre un nuevo campo de problemas para la investigación académica y para la formación de profesionales” (2014: 10). Se recuperan en distintas partes los acompañamientos que Luana tuvo desde diferentes organizaciones de la sociedad civil, como la Comunidad Homosexual Argentina (CHA) y Ático Cooperativa de Salud Mental. Asimismo, cada uno de sus capítulos está organizado cronológicamente y en primera persona, como un diario personal, por medio del cual la madre relata a Luana todo el proceso que implicó ser reconocida como niña trans a través de los pasos significativos, dudas, interrogantes, y avances.



Fuente: imágenes descargadas el 28/12/2018⁷

⁷ Estas imágenes fueron descargadas del catálogo. Disponibles en <https://ediciones.ungs.edu.ar/catalogo-completo/>

Niñez trans. Experiencia de reconocimiento y derecho a la identidad, compilado por Valeria Pavan y publicado en 2016, consiste en un abordaje interdisciplinario de la niñez trans. El libro consta de 13 capítulos con autorías distintas, con una presentación de la rectora de la Universidad Gabriela Dikerya, quien explica que el caso de Luana mostró los límites de las prácticas profesionales (de funcionarios políticos, docentes y activistas) y, a su vez, la necesidad de “[...] modificar sus prácticas y producir, en el proceso, saberes y categorías más capaces de albergar los siempre complejos procesos de construcción identitaria y de proteger los derechos de la infancia” (Diker, 2016: 11-12). Este libro contiene escritos mayoritariamente de profesionales de las distintas áreas de la asociación civil CHA, y esto se refuerza en la contraportada donde figura su logo—a diferencia de los otros dos libros en los que solo aparecen el logo de la UNGS y el de LUA (Libro Universitario Argentino)—, pero también por otros puntos de vista como el de su madre; las docentes que tuvo Luana en la escuela y Ático Cooperativa. El apoyo institucional de la universidad y de las organizaciones de la sociedad civil, en este segundo libro, se fortalece con otros actores sociales representantes de organismos nacionales como la Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia (SENAF); la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual; y el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI).

Este último, desde 2005 ha realizado, junto con editoriales, acciones tendientes a promover la problemática de la igualdad y la no discriminación en manuales de textos escolares, y en 2016 publicó un estudio realizado sobre cuarenta libros escolares de nivel primario, tomando como caso editoriales comerciales que concentraban la producción de manuales escolares, mediante el cual relevó referencias relacionadas con género, afrodescendientes, personas con discapacidad, migrantes, pueblos indígenas/ originarios y diversidad religiosa⁸. Con este ejemplo concreto, es posible observar que el acompañamiento de los organismos mencionados en *Niñez trans* no sólo muestra el apoyo y desarrollo de políticas tendientes a la ampliación de derechos, sino también cómo la incorporación de miradas

⁸ Inclusive en 2012 el INADI realizó un convenio con las mismas editoriales comerciales (Santillana Ediciones, Puerto de Palos/ Estrada del Grupo MacMillan, Ediciones SM, A-Z, Aique y Kapelusz) cuyos libros se tomaron como casos de estudio en el análisis publicado en 2016.

problematizadoras de la construcción de poder del binomio femenino-masculino se enmarcaban en políticas de Estado que también comenzaron a pensar los desarrollos editoriales en esta materia.

Mariposas libres. Derecho a vivir una infancia trans, de Gabriela Mansilla, editado en 2018, comienza con “En homenaje a Lohana Berkins (1965-2016), comandante de las mariposas”, activista por el derecho a la identidad de género trans, fundadora de la Asociación de Lucha por la Identidad Travesti y Transexual (ALITT). Prologa este libro Valeria Pavan, quien recupera y, al mismo tiempo, problematiza la noción de inclusión y sostiene que el reconocimiento de leyes –de Matrimonio Igualitario, de Identidad de Género, de maternidades y paternidades asistidas– contribuyen a cuestionar los saberes y estereotipos sobre el género y el sexo; y que es responsabilidad del Estado garantizar el derecho educativo de personas LGTBIQ.

Este libro retoma la experiencia de Luana –que tiene en ese momento 10 años de edad– a partir de su ingreso al nivel de enseñanza primaria. Mansilla introduce nuevos interrogantes sobre las infancias diversas que procuran desde su lugar de madre cuestionar restricciones, discriminaciones e incomprensiones de gran parte de la sociedad respecto de la niñez trans. Una vez más su autora utiliza la primera persona para construir el relato dirigido a su hija, en el cual y en sintonía con las transformaciones de las editoriales en estos últimos tiempos, utiliza el lenguaje inclusivo en su escritura.

Los tres libros, estuvieron al principio en tres diferentes colecciones del catálogo de Ediciones UNGS, correspondientes el primero de ellos a la “Colección Intervenciones”; el segundo a la “Colección Política, Políticas y Sociedad”; y el último publicado a “Colección Textos Institucionales”. Sin embargo, a partir de fines de 2018 se nuclearon en Intervenciones, a la cual se agregó *Subordinaciones invertidas. Sobre el derecho a la identidad de género*, de Laura Saldivia Menajovsky, publicado originalmente en “Política, Políticas y Sociedad”, el cual enfoca el tema desde la mirada legal y utiliza lenguaje de género inclusivo (a partir del uso de la x). El director de Gestión Editorial, en un texto que antecede al prólogo de este último libro, enmarca cómo “[...] esta cuestión nos propuso un ejercicio profundo de reflexión y discusión respecto de la labor de la edición universitaria, del uso del lenguaje y de las estrategias que involucran la generación y comunicación de conoci-

miento y su impacto social” (Espinosa, 2017:11). Esta decisión, no obstante, es el resultado de un proceso cuyo punto de partida fue la edición del primer libro, *Yo nena, yo princesa*. El nuclear dichos libros en la “Colección Intervenciones” estuvo basado “...en que vimos que queríamos insistir en que todos los libros sobre género(s) entraran en Intervenciones porque le estamos dando una prioridad, nos convertimos desde Yo nena..., en iniciadores de un camino por el que queremos seguir” (comunicación personal, Director General de la editorial, 18 de febrero de 2019). Por lo tanto, el cambio a Intervenciones y la utilización del lenguaje inclusivo, comportaron acuerdos y decisiones en el interior del equipo de la editorial así como con las autoridades de la UNGS.

Perspectivas de género(s) en catálogos en EDUVIM

“La revolución de las mujeres. No era sólo una píldora”, es un libro de autoría de Luciana Peker. En la página de dedicatoria, la autora refiere a la escritura en “lenguaje libertario”, no sexista, inclusivo, por medio del cual intercambia en distintos momentos el uso de femeninos, masculinos, de todas y todos, de lax, o barras de ellos/ellas. Como afirma en dicha presentación, a través de dicha escritura se apuesta a expandir los corsés o reglas fijas de la cultura escrita. Esta flexibilidad en el uso del lenguaje inclusivo se puede observar en el transcurso del libro, tanto en los títulos y apartados como en los contenidos de los capítulos.

El libro, comienza con una “Introducción. De incapaces a superpoderosas”, en la cual la autora inscribe la revolución de las mujeres, y las acciones del colectivo feminista Ni una menos⁹, como parte de un proceso que se viene desarrollando en nuestro país (y en otros) en el que confluyen distintas demandas de derechos, centradas en denunciar y visibilizar las consecuencias del patriarcado y las desiguales relaciones de poder. Señala que las mujeres hacen frente y reclaman acciones contra los constantes abusos sexuales, y la alta tasa de feminicidio que sigue prevaleciendo actualmente. Pero también, que por cada acción realizada hay una contrarrespuesta o reacción que es mucho más violenta, una especie de “revan-

⁹ Para mayor información se puede consultar su página oficial: www.niunamenos.org.ar

cha”, que trata de imponer limitaciones a las mujeres. Este libro aborda la problemática de género(s), posicionando como tema central la violencia, y dando cuenta además de derechos y consignas ganadas y otras que aun distan mucho de ser resueltas.



Fuente: imagen 1, descargada el 28/12/2018¹⁰.

El libro se integra al catálogo de EDUVIM en la sección Proyectos Especiales, la cual incorpora aquellos títulos que no corresponden a una serie o colección en particular y que, como se informa en el sitio web de la editorial, son “diferentes, excéntricos al núcleo de contenidos que tradicionalmente publicamos”. Asimismo, se plantea que dicha sección muchas veces termina “configurando una zona primordial para los nuevos lectores de un sello como EDUVIM. Eso queremos aquí en Proyectos Especiales: seguir atrayendo a los lectores que no siempre piensan encontrar en un catálogo universitario, los libros que creen constituyentes de su biblioteca primordial”. De esta cita interesa destacar dos cuestiones: por un lado, en cuanto a la modalidad organizativa de su catálogo; y por el otro, en relación a por qué se incluye el libro de Peker entre las temáticas de la editorial.

¹⁰ Imagen descargada del sitio de la editorial: <https://www.eduvim.com.ar/libro/9789876994019-la-revolucion-de-las-mujeres>.

En relación con la primera de las cuestiones, la editorial organiza su catálogo en secciones, y no cuenta con una colección en particular sobre género(s). Asimismo, hasta principios de 2019 sólo dos títulos abordaban esta cuestión, uno es el ya mencionado de Peker, y el otro es *“Las mujeres latinoamericanas y sus migraciones”*, de Ana Inés Mallimaci Barral y María José Magliano, que forma parte de la colección Poliedros, el cual según el Director de la editorial no fue incorporado a Proyectos Especiales porque se ajustaba más a una sección académica. En este sentido, la construcción de un catálogo se basa en decisiones previas a la publicación de un libro relacionadas con la planificación, con la selección e incorporación de títulos que den identidad a las colecciones. Se trata de que no se convierta en un catálogo heterogéneo cuyos libros tengan escaso valor agregado editorial (De Sagastizábal, 2017). La publicación de *“La revolución de las mujeres”* en Proyectos Especiales respondió a la lógica de ubicar el libro dentro de una sección compuesta por otros libros que no encuentran un lugar en las otras secciones más definidas del catálogo.

En referencia a la segunda cuestión, “...pensamos que el libro de Peker era para un público de divulgación, queríamos llegar no tanto a un público académico sino a muchos públicos, más diversos” (comunicación personal, Director General, 12 de febrero de 2019). La dirección editorial es considerada como “un lugar estratégico para intervenir sobre la esfera pública y la política, mediante la selección y publicación de materiales que se insertan en el espacio de circulación de las ideas” (Saferstein, 2017). La elección de Peker como autora se basó en su trayectoria como periodista especializada en género, y con gran participación y notoriedad en distintos medios masivos de comunicación, nacionales e internacionales (Rosario, Córdoba, Tucumán, Buenos Aires, Francia). Inclusive, su libro fue reseñado y/o mencionado en notas de diferentes medios, inmediatamente después de su publicación. La priorización y la decisión de publicarlo, estuvieron más orientadas a contar con la autora en el catálogo que al libro. Aunque pueden ser temas que convoquen la publicación de otros libros, género(s) y feminismos sigue siendo una línea que no se vincula específicamente con el plan editorial de EDUVIM en el corto plazo.

El libro, pero principalmente su autora en particular, tuvo la ventaja de darle visibilidad a una editorial de una ciudad del interior del país, en un mercado con-

centrado en la Ciudad de Buenos Aires, y en el cual editoriales comerciales que publican libros académicos tiene mayor presencia. Cabe decir por último que el logo de LUA se encuentra también en este libro, en su interior, y que esto muestra que la editorial es parte también de una red universitaria.

Estrategias editoriales de circulación y comercialización

El análisis de las estrategias de circulación y comercialización de los libros en Ediciones UNGS y en EDUVIM, requiere de un análisis más exhaustivo y amplio sobre cada una de ellas. En ambas editoriales, la conformación de los equipos y áreas de trabajo es distinta, como también lo es su organización interna en relación con estas estrategias. A los fines de este artículo, voy a circunscribirme a describir y examinar cuáles son las estrategias de circulación y comercialización de libros sobre género(s).

En Ediciones UNGS las estrategias de circulación de los tres libros mencionados se relacionan con la reconfiguración del catálogo de la editorial y su integración en una misma colección “Intervenciones”. Como ya expresé, *“Yo nena, yo princesa”*, marcó un clivaje en la editorial y en su catálogo en dos sentidos. Por un lado, en los modos de comunicación con diversos públicos. Por el otro, en cuanto mostró un área de vacancia en los sellos editoriales universitarios (y de otros comerciales también) en el tratamiento de la problemática trans en relación con las infancias.

En cuanto a lo primero, hasta la publicación de *“Yo nena, yo princesa”*, las presentaciones de libros constituían la forma habitual de difusión de novedades. En los últimos tiempos esta modalidad ha ido cambiando, y se apunta desde la editorial no sólo a presentar un libro a través de la mirada de “especialistas” sino también a generar reflexiones ligadas a la coyuntura y/o problemáticas de las que trata, redefiniendo las acciones de acuerdo al libro editado. Según su Director General, ya sea en la universidad, en el marco del stand colectivo de la REUN en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, o en los espacios de la UNGS, intervención quiere decir “estar, por ejemplo, este año hubo un stand que la Fundación del Libro generó sobre temas de género” (entrevista Director General, 17 de octubre de 2018). El stand sobre diversidad de género, “Orgullo y Prejuicio” estuvo

en el Pabellón Ocre de la Feria Internacional, donde además se realizaron charlas y presentaciones sobre distintos tópicos referentes a la diversidad sexual. Cabe consignar que la editorial no cuenta con personal específico para redes sociales, sin embargo, la difusión por internet y la utilización de Youtube para subir videos sobre las distintas actividades que genera la promoción de una novedad es una de las estrategias más frecuentes. En cuanto a lo segundo, aún con gran número de participantes en estas actividades en las que se integran libros y debates, esto no implica dar por sentado que publicar sobre infancias diversas no requiera continuamente de la toma de nuevos posicionamientos por parte de la editorial.

Varios son los posicionamientos a la hora de publicar libros sobre esta problemática. Una de ellas, ya la he expresado, en torno a las discusiones al uso o no del lenguaje inclusivo dentro del propio equipo editorial. Otra, en relación con su incorporación en otros eventos, lo cual torna patente las dificultades de instalarla en la agenda pública. Al respecto, en la Noche de Los Libros organizada por la Secretaría de Educación, Cultura y Deportes del Municipio de San Miguel durante diciembre de 2018, la presentación de *“Mariposas libres”* no fue aceptada por sus organizadores y la universidad se retiró del evento propuesto. La rectora de la UNGS definió dicha objeción como “censura”, dado el posicionamiento político del municipio en contra tanto de la legalización del aborto como de la perspectiva de género¹¹. Este hecho muestra, por un lado, el sostenimiento de la tarea de la editorial desde la máxima autoridad de la universidad, y por el otro, que la edición universitaria también está amparada en la autonomía universitaria en nuestro país.

La intención de que la presentación de un libro no se transforme en un ritual anquilosado para su público, “...para nosotros significa conceptualmente que acá hay una universidad que dice cosas, y lo dice a través de su catálogo, a través de sus actores, a través de sus investigadores, vamos a decir cosas en un ámbito público como es la feria del libro” (entrevista, Director General, 17 de octubre de 2018). No sólo estos libros están enmarcados en las intervenciones de la editorial, los cuales fueron ampliando la temática de la niñez trans desde distintas perspectivas

¹¹ Véase la nota del diario Página 12 “San Miguel censura a la Universidad de General Sarmiento” (07/12/2018) en la cual la rectora explica esta cuestión. Disponible en <https://www.pagina12.com.ar/160391-san-miguel-censura-a-la-universidad-de-general-sarmiento>

y para diferentes públicos, formando parte de su catálogo sino también porque ésta cuenta con el apoyo desde la propia gestión de la propia universidad.

La comercialización en Ediciones UNGS se lleva a cabo a través de la venta online de libros impresos; la adquisición en la librería sita en el Campus de la universidad; en la Librería Universitaria Argentina, y en librerías comerciales en todo el país. No obstante, la presencia en congresos o actividades académicas constituye otra estrategia relevante para esta editorial. Su Director General plantea que durante las ferias del libro “*Yo nena, yo princesa*” suele ser un libro que “se vende bastante bien” y que, en la Feria Internacional del Libro de Buenos de 2018, las ventas en el stand de “Orgullo y Prejuicio” fueron significativas. Esto se observa en el crecimiento anual de la cantidad de ejemplares vendidos (1814), los que en 2018 fueron un 38,5% más que en 2017 y 70% más que en 2016¹². Asimismo, “*Yo nena, yo princesa*” fue el segundo libro más vendido en el stand colectivo de la REUN también en 2018¹³.

En el caso de EDUVIM, entre los modos de circulación y comercialización de su catálogo, se pueden distinguir distintas estrategias. En la circulación del libro de Peker se identifican 3 estrategias. La primera, la publicación del libro como medio para expandirse más allá de la universidad y ampliar sus públicos hacia otros interesados por las luchas feministas. Luego del 8 de marzo de 2019 (8M) la problemática ligada a género(s), a los feminicidios y a la lucha por la legalización del aborto ameritaba “tratar estos temas, y nos pareció que Peker respondía a esto” (comunicación personal, Director General, 13 de octubre de 2018), como figura visible y convocante de la discusión sobre género(s) en los medios masivos de comunicación.

La segunda estrategia continua un punto fuerte de esta editorial¹⁴, la cual se materializa a través de la incorporación de contenidos de comunicación en su página web y en las redes sociales de Facebook, Twitter y WhatsApp, y en menor

¹² Información extraída de la nota “Intervenir en las discusiones” de Stutalsky, D., en *Noticias UNGS*, Año 10, N° 85, julio de 2018.

¹³ Información extraída del “Informe EDUVIM en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires”, 4 de junio de 2018.

¹⁴ Lo que en términos del trabajo editorial implica la postproducción.

medida dado el alcance de sus audiencias, en la radio de la universidad. La editorial segmenta las producciones de las redes según sus destinatarios. WhatsApp, por ejemplo es utilizado usualmente de modo diferenciado según las formas de vinculación establecidas con la editorial: autoras y autores, directoras y directores de colección, público en general; investigadores, académicos y periodistas. Esta red es manejada por el propio Director General, a diferencia de las otras redes donde participan distintos integrantes de EDUVIM. El 8 de marzo de 2019, EDUVIM inauguró una nueva forma de forma de difundir y poner en circulación las producciones por WhastApp, a partir de la descarga gratuita desde el sitio de la editorial de “*La revolución de las Mujeres*” (mediante la inscripción online, se podía descargar por un período de 48hs.), lo cual se reiteró con libros de derechos humanos¹⁵.



Fuente: imagen 2, bajada de whatsapp el 8/3/2019.

La tercera estrategia que utiliza este sello, consiste en las presentaciones de libros y su participación de ferias nacionales desde 2013 con el stand de la REUN, y en otras ferias provinciales de acuerdo a los costos y a la disponibilidad de recursos humanos y técnicos que demandan dichos eventos. Con todo, en las formas de circulación de su catálogo, la comunicación digital es decisiva, y es una de las editoriales universitarias con mayor desarrollo al respecto.

¹⁵ Esta modalidad, fue luego reiterada por ejemplo en la fecha conmemorativa del Día de la Memoria, por la verdad y la justicia, el 24 de marzo (con la descarga del libro “*La desaparición a diario*”, de Estela Schindel).

En lo referente a la comercialización, EDUVIM cuenta con distintas librerías en la provincia de Córdoba y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con una sucursal ubicada en el Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES), y tiene una distribuidora propia (Distribuidora Tramas) con la cual llega a distintos puntos del país (y distribuye libros de otras editoriales universitarias y afines), de modo tal que la presencia en librerías –independientes, de cadenas, y universitarias– es central. A través de la distribución internacional sus libros se comercializan en Chile, Perú y España. Cuenta con venta directa desde la web y en la Librería Universitaria Argentina, como otras formas de comercialización. En un informe sobre el e-commerce se señala que el impacto del tema de “Género” en las ventas de EDUVIM”...no parece tener un espesor definitivo. Ni el libro “Cartas”; Alejandra Pizarnik / León Ostrov de la colección JQKA ni “La revolución de las mujeres” de la colección Proyectos Especiales...”¹⁶. Es interesante observar, no obstante, que si bien estos temas no son significativos en el e-commerce, el libro en formato impreso de Peker fue el más vendido en el stand de la REUN en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires de 2018¹⁷.

Asimismo, aunque el de Peker no ha sido el libro más vendido de EDUVIM, sí constituyó –como ya anticipé– uno de los que más referenciados en distintos medios gráficos, ahora bien “...cuando un autor se vuelve masivo en una editorial como la nuestra se vuelve un problema, no una solución. (...)” (Observación participante, octubre 2018). Si bien las ventas no llegan a constituir este libro en un *bestseller*, cuando se publicó distintas cadenas de librerías se comunicaban con la editorial y “...solicitaban 500 libros de una, en un solo pedido y eso es imposible, porque la liquidación la rinden quizás cada dos meses, y además porque no tenemos el equipo para cubrir eso” (entrevista, Encargado de Comercialización, junio de 2018). En este sentido, cuando se publica una novedad, estas otras instancias se tienen en cuenta. Según el Coordinador Editorial, en los últimos años en EDUVIM establecieron un plan de edición regular de aproximadamente cuarenta novedades

¹⁶ Información extraída de Martínez, S., Effel, P. y Gazzera, C. “Informe sobre el eCommerce. La experiencia B2C de Eduvim”, septiembre de 2018. EDUVIM.

¹⁷ Con 115 ejemplares vendidos, obtuvo el primer lugar en el ranking de este stand colectivo. Información extraída del “Informe Eduvim en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires”, 4 de junio de 2018.

anuales (entre seis y ocho son traducciones), con un 60% de títulos académicos (trabajos de investigadores, docentes, críticos, etc.), un 40% de títulos “culturales” (literatura, poesía, ensayos, etc.) y reimpressiones de diez títulos en promedio. Sin embargo, como sostiene Molina (2020) pasaron 10 años de desarrollo de la editorial (en 2018) para lograr conseguir ese 40% de títulos que no remiten a libros académicos. Una vez más, los catálogos y los libros que incluyen son parte de procesos que se van definiendo en el transcurso del tiempo.

Reflexiones finales

A través de diferentes aspectos de sus políticas editoriales, en la formación estratégica del armado de catálogos en las editoriales universitarias analizadas, género(s) no fue una línea temática definida desde el comienzo de cada editorial. Antes bien, esta línea surgió como parte de un proceso de toma de decisiones en el que desde las direcciones editoriales priorizaron favorecer y acompañar la coyuntura de discusión en Argentina, sobre las mujeres en particular y, de modo más general, sobre infancias diversas y género(s). La incorporación de estas problemáticas de género(s) ha sido sumamente valiosa, no sólo por la cantidad de ejemplares vendidos sino también en relación con las reseñas en medios gráficos, en las ventas en librerías comerciales, en las ferias del libro, en visitas en YouTube, entre otros espacios de comercialización y difusión que fueron diseñados específicamente para cada libro.

El abordaje de género(s) en Ediciones UNGSy en EDUVIM fue parte de un proceso con particularidades diferentes en cada caso. Los tres libros publicados en Ediciones UNGS, se inscriben en una política editorial fuertemente imbuida del entramado político institucional universitario, y en una colección que se fue reorganizando con el devenir de su desarrollo y la edición de novedades. En EDUVIM, la política editorial ha sido más autónoma en relación con la universidad en la que se localiza, la inclusión del libro se ha delineado en base a la capacidad de darle visibilidad, porque su autora era una referente visible en ámbitos por fuera de la universidad, con libros publicados en otras editoriales comerciales. En suma, sus catálogos muestran ese doble nivel en tanto instrumentos informativos de políticas editoriales, apoyos universitarios y de organismos estatales y de la sociedad civil, así como procesos en los cuales se dirimen decisiones, estrategias, objetivos y públicos.

Referencias bibliográficas

- Ayala Ochoa, Camilo (2017). *La cultura editorial universitaria*. México: UNAM.
- Chartier, Roger (2007). “Conferencia inaugural: La universidad como contexto para la edición de libros. Pasado, presente y futuro”. *Innovación y retos de la edición universitaria*, colección UNE, N° 1, Polo Pujadas, M. (coord.) Madrid: UNE, Universidad de La Rioja, pp. 13-28.
- Córdoba Restrepo, Juan Felipe (2014). “Universidad y edición. Caminos abiertos para el debate y la crítica: textos académicos en América Latina”. *Boletín Cultural y Bibliográfico*, XLVIII, N° 86: 41-51.
- Costa, María E. (2012). “Edición y circulación de libros ilustrados en los Años '60: Colección “Arte para todos” de EUDEBA”. VI Jornadas de Investigación en Disciplinas Artísticas y Proyectuales. La Plata, octubre.
- De Diego, José Luis. (2017). “Semblanza de José Boris Spivacow (1915-1994)” [en línea]. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes - Portal Editores y Editoriales Iberoamericanos (siglos XIX-XXI) - EDI-RED. file:///C:/Users/ceiecs/Downloads/jose-boris-spivacow-buenos-aires-1915-1994-semblanza-777066.pdf
- De Sagastizabal, Leandro (2017) “La edición universitaria”. En Esteves F. y Piccolini P. (comp.) *La edición de libros en tiempos de cambio*. Buenos Aires: Paidós, pp. 95-110.
- Dujovne, Alejandro (2016). “La máquina de traducir. Eudeba y la modernización de las ciencias sociales y humanas, 1958-1966”. *Papeles de Trabajo*, 10 (18), pp. 123-144.
- Espinosa, Andrés (2017). “El lenguaje como campo de batalla. Comentarios editoriales sobre el texto”. *Subordinaciones invertidas: sobre el derecho a la identidad de género*, Saldívia Menajovsky, L. Los Polvorines: UNGS; Ciudad de México: UNAM, pp. 9-12.
- Gociol, Judith (2010). *Boris Spivacow. El señor editor de América Latina*. Buenos Aires: Capital intelectual.
- Jubb, Michael (2018). *Los libros académicos y su futuro. Un informe para el Consejo de Investigación en Artes y Humanidades y la Biblioteca Británica*. Colombia: Universidad de los Andes, Universidad de Guadalajara, Universidad Nacional de Colombia.
- Maunás, Delia (1995). *Boris Spivacow. Memoria de un sueño argentino*. Buenos Aires: Ed. Colihue.
- Molina, Emanuel (2020). “El armado de un catálogo en una editorial universitaria. El caso de la Editorial Universitaria Villa María”. Mihal, I. y Szpilbarg, D. (coord.) *Dossier Edición universitaria y políticas editoriales como objeto de análisis*, Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, 2019/2020, N° 85, 21, pp. 85-94.

- Saferstein, Ezequiel (2017). “La edición como intervención cultural, comercial y política: best-sellers políticos del director de Random House-Sudamericana en el kirchnerismo”. *MILLCAYAC*, IV, N° 7, pp. 141-164.
- Sánchez Vigil, J. M., Marcos Recio, J. C. y B. Fernández Fuentes (2008). “Catálogos editoriales: características, funciones, tipología y análisis de contenido”. *Scire*, 14: 1, en-ju., pp. 111-123.
- Sorá, Gustavo (2017). *Editar desde la izquierda en América Latina: la agitada historia del Fondo de Cultura Económica y de Siglo XXI*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Szpilbarg, Daniela (2020). “Políticas editoriales y digitalización. El caso de EUDEBA y el lector digital ‘Boris’”. Mihal, I. y Szpilbarg, D. (coord.) *Dossier Edición universitaria y políticas editoriales como objeto de análisis*, Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, 2019/2020, N° 85, 21, pp. 119-134.
- Thompson, John (2005). *Books in the Digital Age. The Transformation of Academic and Higher Education Publishing in Britain and the United States*. Cambridge: Polity Press.
- Verdelli, Ana (2020). “Las editoriales universitarias de cara a los procesos de internacionalización de la educación superior: El caso de las políticas editoriales de EDUNTREF entre 2011-2017”. Mihal, I. y Szpilbarg, D. (coord.) *Dossier Edición universitaria y políticas editoriales como objeto de análisis*, Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, 2019/2020, N° 85, 21, pp. 71-84.

Fuentes

- INADI (2016). “Análisis de libros escolares desde una perspectiva de derechos humanos: por una educación inclusiva y no discriminatoria”, dir. por Javier Alejandro Bujan. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Disponible en <http://www.inadi.gob.ar/contenidos-digitales/wp-content/uploads/2016/03/analisis-de-libros-escolares-desde-una-perspectiva-de-derechos-humanos.pdf>

Obras consultadas

- Mansilla, Gabriela (2014). *Yo nena, yo princesa. Luana, la niña que eligió su propio nombre*. Los Polvorines: Ediciones UNGS.
- (2018). *Mariposas libres. Derecho a vivir una infancia trans*. Los Polvorines: Ediciones UNGS.
- Pavan, Valeria (comp.) (2016). *Niñez trans. Experiencia de reconocimiento y derecho a la identidad*. Los Polvorines: Ediciones UNGS.
- Peker, Luciana (2017). *La revolución de las mujeres. No era sólo una píldora*. Villa María: EDUVIM.