

[Imprimir](#)

entrevista Di Pino

Me gusta <

Tweet

Intersecciones en Comunicación

ISSN 1515-2332 (versión impresa)

ISSN 2250-4184 (versión On-line)

La editorial universitaria: reflexiones y claves para comunicar socialmente la ciencia y la cultura

Entrevista a Miguel Ángel Tréspide Realizada por Sergio Di Pino

Sergio Di Pino. Lic. en Comunicación Social, Grupo de Investigación. Estudios de Comunicación en Cultura y Educación (EEDUCCOM). Facultad de Ciencias Sociales (FACSO). Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNPCBA). E-mail: serg4020@yahoo.com.ar

Entrevista a Miguel Ángel Tréspide Realizada por Sergio Di Pino. **La editorial universitaria: reflexiones y claves para comunicar socialmente la ciencia y la cultura. *Intersecciones en Comunicación* [online] 2008, n.3. pp. 191-200.**

Intersecciones en Comunicación

ISSN 1515-2332 (versión impresa)

ISSN 2250-4184 (versión On-line)

Recibida: 22/06/08

Aceptada: 04/07/08

La actividad editorial universitaria se diferencia, no solo desde sus objetivos y alcances sino también desde sus lógicas de producción y circulación social, de las acciones desplegadas por las grandes editoriales comerciales, basadas estas en la construcción, venta y distribución de best sellers y por el lugar que, consecuentemente desde sus propuestas ocupa el lector, como mero consumidor de un libro-mercancía. La editorial universitaria, en cambio, no tiene vocación de lucro, simplemente contempla recuperar costos y se propone, fundamentalmente, incentivar la producción y el intercambio de los conocimientos generados por sus docentes e investigadores como estrategia para el desarrollo social.

Para conocer más sobre esta actividad, Intersecciones dialogó con el Lic. Miguel Ángel Tréspide, Presidente de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN) acerca del estado actual del trabajo editorial universitario en la Argentina; la necesidad de construir políticas que favorezcan la integración y la colaboración entre las unidades académicas así como sobre las posibilidades que plantea el abordaje comunicacional del editorial .

Lic. Miguel Tréspide ¿Qué se entiende por actividad editorial universitaria?

Maravilloso quehacer el de una editorial universitaria, cual es la de sostener y de contribuir a ampliar la actividad más hermosa del ser humano sobre la tierra: la de escribir y leer para imaginar, para pensar, para ampliar los horizontes de comprensión, para favorecer la fluidez de las relaciones, para nutrir las posibilidades de crecer construyendo un mundo en común que incluya a todos, que respete activamente la diversidad, que valore la solidaridad, la libertad, la paz, que reconozca plenamente que la educación es camino seguro para el desarrollo humano integral y sustentable.

La editorial universitaria se torna así un recurso estratégico donde la palabra se abre camino mediante las páginas de un libro, impulsa por seres que buscan labrar la existencia propia y la de los otros a través de la investigación y de la enseñanza. Una editorial universitaria queda justificada plenamente cuando se dedica a publicar básicamente las producciones académicas, científicas y culturales de su propia gente, incluidos los pensadores de la región donde se encuentra inmersa.

Por otra parte comporta la demostración palpable del cumplimiento de las funciones asignadas a la universidad pública, además de constituirse en un formidable instrumento referencial de la calidad de esa producción, y una demanda y orientación hacia niveles cada vez más altos de profesionalización, calidad y pertinencia del quehacer universitario.

Existen numerosas concepciones y visiones sobre qué es una editorial universitaria. Ellas serán válidas en tanto tengan sentido convergente con la misión y las funciones sustantivas de cada casa de altos estudios. Y en su accionar realicen una contribución esencial al logro de una educación superior de calidad, donde la palabra se abre camino impulsada por seres que buscan labrar la existencia propia y de los otros.

De tal forma, la misión de la editorial universitaria no termina con la publicación de una cierta cantidad de títulos por año, sino que debe ir más allá, debe explorar y abrir nuevos horizontes más promisorios que permitan desarrollar la sociedad. Por eso debemos formular una misión potente y de envergadura a nuestras editoriales. Desde estos aspectos me cuesta entender aquellas editoriales que no dan cabida, dificultan o no atienden a sus propios autores.

Así el trabajo del editor se torna gozoso porque se vive a diario la alegría de comunicar. Goce, pero también responsabilidad, en tanto no podemos obviar un compromiso de sentido con el acto de publicar.

¿Cuál es su grado actual de desarrollo y qué formas organizativas prevalecen en el sistema universitario?

Las editoriales universitarias argentinas muestran una diversidad notoria en todos los aspectos que puedan ser motivo de análisis, ya que cada una está atravesada por experiencias y concepciones particulares con que cada universidad ha diseñado, organizado y desarrollado esta actividad.

Digo esto porque en Argentina contamos con editoriales universitarias centenarias y otras que recién se constituyen, editoriales con fondos bibliográficos significativos y otras que no registran ediciones. Continúa existiendo un importante volumen de publicaciones universitarias que carecen de registro de ISBN o tienen registro de autor, lo cual deja fuera de las estadísticas de referencia un importante volumen del trabajo que no es incluido a la hora de cuantificar el nivel productivo del sector a nivel nacional e internacional, con clara repercusión negativa.

Si hablamos de formas organizativas, el panorama es igualmente diverso: existen editoriales que dependen del rectorado, de facultades, de fundaciones, de cooperadoras, mientras otras son áreas de publicaciones. Podemos encontrarnos con ninguna, una o varias editoriales dentro de una misma universidad, y si la perspectiva de análisis es la económica, veremos que podemos pasar de un alto grado de autonomía administrativa y financiera, a una total dependencia de los fondos universitarios.

El conjunto editorial -lamentablemente no podemos hablar de sistema- se muestra además fuertemente fragmentado, desarticulado, con escasísimas experiencias de sentido complementario y falta de capacitación e incentivos a los recursos humanos afectados a esta tarea. Se carece de política editorial en la mayoría de las universidades y en el mismo CIN, la cual podría jugar un papel orientador y referencial para el Sistema Universitario Nacional, que fije rumbos estratégicos para la toma de decisiones y oriente para recorrer caminos convergentes, evitando la dispersión de esfuerzos y la divergencia de sentidos, sin olvidar la necesaria promoción y demanda para que los docentes e investigadores publiquen.

Existe además una desarticulación en el dominio operativo de las editoriales con las secretarías de ciencia y técnica, académicas y de extensión, con quienes compartimos una parte del universo institucional. Parece ser un mundo aparte y hasta desconocido de las editoriales las revistas científicas, lo cual suena disonante. Y resulta sorprendente la ausencia de compra de libros entre universidades y la desvinculación de las editoriales con las bibliotecas académicas y científicas. Así la actividad aparece como no sistemática, no acumula experiencias, se presenta aislada y desfinanciada, aparece más voluntarista que orgánica, con lo cual se diluyen potencialidades e impiden sinergias para alcanzar metas posibles y necesarias, que constituyen un reto para pensar no solo las editoriales del futuro sino las propias universidades del futuro.

Dentro de este panorama existen sin embargo algunas universidades nacionales que hacen un esfuerzo significativo por desarrollar la actividad editorial, porque están comprendiendo que no sólo es una herramienta prioritaria para los investigadores que encuentran en sus publicaciones una forma de legitimarse, sino para la enseñanza, los extensionistas y para la cultura regional.

¿Qué aportes puede brindar a la actividad su abordaje desde el campo de la comunicación, en especial desde la comunicación institucional?

La pertinencia del servicio editorial dependiente de un área de comunicación institucional se abona desde múltiples fundamentos. Una primera razón es porque se trata de una práctica de comunicación social en la cual la editorial es una herramienta fundamental para el que escribe, pues quien plasma en un libro sus ideas, lo hace para hacer oír su voz y abrir caminos a otras voces, para testimoniar y para recoger testimonios. Una segunda razón es que constituye una forma de concebir y trabajar la comunicación institucional. Cuando una institución pone en juego su rol comunicacional, no solo amplía su horizonte de acción, sino que pone en primer plano su compromiso social, el cual se manifiesta, entre otros aspectos, poniendo en disponibilidad materiales útiles para la vida académica, científica, para la vida social y la actividad productiva, pues contribuyen a reconocer vías de solución a problemas sociales.

Cuando es así, nos encontramos ante una tarea institucional responsable que permite reconocer una fuerte voluntad de comunicación con la sociedad y con la comunidad. Otra razón es la posibilidad de obtener el máximo aprovechamiento de la formación de los comunicadores sociales especializados en tareas propias de una editorial (diseño gráfico, programas digitales de edición). Finalmente, la editorial es un servicio esencial en la vida universitaria, a través de la cual se cumple también con la consecución de los fines y objetivos institucionales; favorecer la integración socialmente provechosa a nivel interno y con el medio, y comunicar socialmente la ciencia y la cultura.

Por su parte el libro es un elemento insustituible en la transmisión del conocimiento. En este sentido se convierte en un medio de comunicación fundamental para la expresión intelectual de gran parte de su cuerpo de docentes e investigadores, quienes encuentran en la editorial universitaria un soporte primordial para la difusión de sus trabajos, ya que ellas son la conexión más directa con la obra de estos grupos de trabajo. Así, la Editorial Universitaria se torna un área estratégica y una herramienta indispensable.

¿Cómo evalúa el proceso de integración de las editoriales universitarias argentinas desde su gestión como presidente de la REUN?

Debemos tener conciencia de que en este mundo global, las soluciones no vienen por lo local, por las acciones aisladas, individualistas, que suenan disonantes, sino por la integración y la complementación. Sólo si se aplica un criterio de acciones asociadas, articuladas, integradas y convergentes en las dimensiones señaladas, podremos avanzar, potenciar nuestras potencialidades y los resultados alcanzar efectos sinérgicos. Como universidades y como editoriales universitarias, tenemos la imperiosa necesidad de alcanzar mayor visibilidad y mejor posicionamiento en la sociedad.

Esto es posible porque en las universidades existe una fuerte y valiosa tarea de investigación, la cual concentra el 60% de los investigadores nacionales y genera el 95% de los nuevos conocimientos en el país. Ese conocimiento tiene un enorme valor social y económico que debe

orientarse a beneficiar a la sociedad en su actividad productiva y contribuir a su desarrollo integral y sustentable. La calidad de las publicaciones constituye un mensaje a la sociedad sobre la propia calidad universitaria.

Cuando en abril de 2005 asumió la conducción de la REUN el nuevo Consejo Ejecutivo, propusimos un plan de gestión que entre otros objetivos impulsaba la integración y la articulación, la capacitación promoviendo una actitud colaborativa, y la complementación como proceso estratégico que une capacidades académicas, tecnológicas y económicas de las editoriales y nos ofrece la oportunidad para enfrentar emprendimientos de mayor alcance y efecto sinérgico. Esta estrategia derivó en proyectos de gestión muy concretos: co-ediciones, realizaciones conjuntas como el stand en la Feria del libro de Buenos Aires, vicepresidencias ejecutivas, reforma de Estatuto, sumar a los espacios de reflexión y debate de las Jornadas del área momentos de formación, en los cuales estuvieran involucrados y articulados la mayor cantidad de sectores vinculados a la actividad editorial, firma de acuerdos de cooperación inter-organizacionales, demanda de políticas editoriales, entre otras.

Estamos satisfechos porque esas intenciones con el paso de los meses se transformaron en logros. De esta forma la REUN inició un sostenido crecimiento y consolidación.

¿Qué es el libro universitario?

El Libro Universitario es el producto del esfuerzo institucional en el que están comprendidas todas las funciones sustantivas universitarias: enseñanza, investigación y extensión, junto a las operativas y de vinculaciones, destinado a poner en disponibilidad social y difundir los nuevos conocimientos que se generan en ellas, favoreciendo su aplicación productiva en beneficio del desarrollo social integral y sustentable.

Es un medio de comunicación fundamental para la expresión intelectual del cuerpo de docentes, investigadores, de extensión y de miembros de la sociedad, quienes encuentran en el libro un soporte primordial para la difusión de sus trabajos e ideas. Está destinado a: permitir la comunicación social de la ciencia; demostrar la capacidad de pensar de nuestros científicos; conferir alta referencialidad a la actividad académica; resguardar la cultura local, regional, nacional y aún internacional, en ese orden de prioridades; manifestar la capacidad universitaria de dar respuesta a las demandas sociales; acumular experiencia; crear memoria; integrar y articular los programas y proyectos académicos y científicos; ofrecer la máxima calidad. No tiene vocación de lucro, sólo contempla la recuperación de costos que garantice la permanencia del proyecto.

¿Qué valoración hace del libro universitario?

Frente a la pobreza comunicacional que nos ofrecen los medios de comunicación masiva y las grandes editoriales comerciales con sus best sellers, frente al grito permanente, el vacío, la trivialidad de los modelos, el trato reducido a ser mero consumidor, la infantilización y la puerilización, y el uso de un vocabulario ruinoso, emerge fácilmente la respuesta de porqué

resulta tan valioso el libro universitario: 1. Porque es un ejercicio de comunicación centrado en el conocimiento, en el raciocinio, en la pluralidad, en la verdad, que plantea ideas para debatir. 2. No impone, solo pone en disponibilidad social determinados conocimientos. 3. No vende nada, solo entrega semillas para conocer y reflexionar. 4. No grita, solo expone. Desde el respeto, respeta el derecho a disentir. 5. No está inmerso en un marco consumista, no distrae, sino que se centra en cuestiones trascendentes. Apuesta a la inteligencia y a la sensibilidad de sus lectores. 6. No generaliza, profundiza, incluye mensajes de alta referencialidad. 7. No es pueril, ni superficial, apunta a lo esencial, se adentra en la aventura del conocimiento y de la percepción, habla con un vocabulario rico, bien utilizado. 8. Demuestra la preciosa variedad del lenguaje desde el cual podemos disfrutar variadas emociones y variadas alegrías.

Colaborar en la construcción de una mejor educación es uno de los sentidos esenciales de un libro universitario, ya que la lectura y el estudio son un lazo de amor que no ata, sino que desata la imaginación, la creatividad y las mejores capacidades humanas de vida compartida y vivida con sentido.

¿Qué acciones comunicacionales deben desplegar las universidades para trascender los circuitos académicos y dar a conocer sus producciones al conjunto de la sociedad?

La estrategia que ha definido la REUN en su carácter de organismo articulador de las editoriales de las universidades nacionales, se centra en el “Libro Universitario Argentino” (LUA), sobre cuyo concepto estamos realizando las siguientes acciones:

- Registro de Propiedad de la marca “LUA” bajo el paraguas organizacional del CIN.
- Consolidación del Stand en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires con 4 participaciones consecutivas y 24 universidades integradas.
- Integración del LUA al Plan de Fortalecimiento de la Investigación Científica y Desarrollo tecnológico en las Universidades Nacionales, aprobado por Acuerdo Plenario N° 626/07 del CIN, integrado a las SECyT y a la Secretaría de Políticas Universitarias, que tiene el propósito de consolidar a las universidades como actores relevantes en el sistema de ciencia, tecnología e innovación en Argentina.
- Integración al Programa de Promoción de las Universidades Argentinas con participación en Ferias del Libro internacionales. Concretadas: Veracruz y Cartagena, en proceso organizativo: Monterrey y Guatemala.
- Construcción del catálogo de las Editoriales Universitarias participantes en el Stand con 900 títulos de libros y 81 revistas científicas. Difusión de la disponibilidad de esta información en una página WEB.
- Presentación de libros de reciente edición en el Ministerio de Educación con frecuencia mensual.
- Exploración de co-edición de nuevos productos de comunicación científica que surgen por: necesidades didácticas de contenidos conceptuales y procedimentales, necesidades curriculares

por nuevos formatos en planes de estudio y por regionalización de temáticas disciplinares; materiales científicos de temas que se encuentran en la frontera científica del conocimiento, y en campos disciplinares incipientes y de vacancia.

·Significación de la importancia de las revistas científicas, ya que “La forma de comunicación científica más legitimada es la publicación de artículos científicos, para lo cual la comunidad científica tiene mecanismos de autorregulación y modos de determinar el valor de los productos científicos”.

·Instalación y puesta operativa de la Librería y Centro de Distribución Nacional en Buenos Aires.

·Participación en el debate legislativo sobre el Proyecto de Ley de creación del Instituto Nacional del Libro Argentino.

·Contratos de Hospedaje en Google Book Search.

NOTAS

1 Miguel Ángel Tréspide es Licenciado en Ciencias de la Información, Docente e Investigador de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC), Coordinador del Área de Comunicación Institucional de la UNRC y Presidente de la Red de Editoriales de Universidades Nacionales (REUN).

© 2011 *Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales*

Avda. del Valle 5737

(B7400JWI) - Olavarría - Pcia. de Buenos Aires

República Argentina

E-mail: intercom@soc.unicen.edu.ar