

Prólogo: Edición universitaria y políticas editoriales como objeto de análisis

Ivana Mihal* y Daniela Szpilbarg**

Resumen: El presente número de *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, está dedicado al abordaje de las editoriales universitarias y políticas editoriales en educación superior, desde diversas aristas. Su estudio constituye un terreno aún poco explorado en el marco de los estudios sobre edición.

Palabras clave: Edición Universitaria - Políticas Editoriales - Libros Universitarios - Digitalización - Profesionalización.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 19]

(*) Licenciada en Antropología (UNR). Doctora en Filosofía y Letras, Área Antropología (UBA). Investigadora Adjunta CONICET (LICH-UNSAM). Docente del Doctorado en Diseño (UP); de la Maestría en Educación, Lenguajes y Medios y de la Especialización en Literatura Infantil y Juvenil (UNSAM). Coordinadora Técnica del Programa Interuniversitario de Doctorado en Educación (UNSAM-UNLA-UNTREF). Co-coordinadora del Programa “Mundo editorial, lectura y traducción desde los estudios de género(s) y feminismos” (CONICET-LICH-CEIECS-UNSAM).

(**) Licenciada en Sociología. Doctora en Ciencias Sociales (UBA). Diploma de Estudios sobre Gestión Cultural y Políticas culturales. Docente de “Teoría Social Latinoamericana” (Facultad de Ciencias Sociales, UBA) y “Políticas de Edición y Traducción” (Maestría en Gestión de Lenguas, UNTREF). Investigadora asistente CONICET. Co-coordinadora del Programa “Mundo editorial, lectura y traducción desde los estudios de género(s) y feminismos” (CONICET-LICH-CEIECS-UNSAM) y del Programa de Estudios del Libro y la Edición (IDES).

Introducción

En este volumen se reúnen un conjunto de textos dedicados a pensar la edición universitaria desde una pluralidad de puntos de vista e interpretaciones. Se enfocan en la identificación, revisión y análisis de aspectos que ayudan a comprender y explicar el panorama

actual de las editoriales cuya existencia y desarrollo tiene lugar en el ámbito de las universidades, y desde allí reflexionar sobre algunos desafíos para el futuro. Gran parte de la investigación científica y de otros tipos de producciones editoriales en años recientes ha sido publicada en estos espacios. Su creciente internacionalización y profesionalización ha permitido ir construyendo su consolidación en el sector editorial de la mano del crecimiento en el marco de las universidades. La trayectoria de las editoriales a través de sus principales hitos y/o lineamientos en el tiempo; las modalidades de producción, de difusión y de comercialización de sus producciones; la incidencia de la digitalización; las políticas orientadas a este sector editorial específico; y la configuración de espacios colectivos de participación de las editoriales universitarias, su relación con las bibliotecas tanto como con los repositorios digitales; constituyen algunos de los tópicos. El estudio de esta temática aún presente un área de vacancia en los estudios sobre políticas editoriales en instituciones de educación superior. Las políticas editoriales en el marco de las universidades involucran sus editoriales, como también la producción de conocimientos contenidas en revistas académicas, y la constitución de repositorios digitales tendientes al acceso abierto y la circulación de los conocimientos. A través de artículos de investigación y de ensayos, el volumen se divide en tres secciones: una primera parte, que se focaliza en cuestiones generales sobre la edición universitaria argentina; una segunda parte en las que aunque predomina el caso argentino también se presentan textos sobre editoriales universitarias de otros países (Chile y Colombia) y, una tercera, que retoma los procesos de digitalización en el marco de la edición de libros y revistas y la difusión por distintos medios y en redes sociales.

Siguiendo la distinción de Chartier (2007), por editoriales universitarias se entienden dos tipos de editoriales: por un lado, aquellas que están situadas en universidades, y por el otro, las que se fundan “...sobre una relación estrecha entre la publicación de libros y una comunidad intelectual que no es una universidad pero que se arraiga en el mundo académico” (Chartier, 2007, p. 18). El autor ejemplifica lo que ha significado en este último sentido el Fondo de Cultura Económica en México, al que podemos agregar en nuestro país, los casos del Centro Editor de América Latina y la editorial Siglo XXI. Estas últimas también involucran decisiones relativas a la constitución y sustentabilidad de sus catálogos de fondo tanto como un diálogo constante con las transformaciones de las ciencias sociales y humanas (Díaz y Galdeano, 2018). No obstante, desde nuestra perspectiva preferimos reservar el apelativo de universitarias a las editoriales inscriptas en universidades, sean estas últimas de gestión pública o privada. Distinguimos así a las editoriales universitarias de las comerciales, aun cuando éstas estén especializadas en libros universitarios o convoquen a gran cantidad y calidad de autoras y autores académicos, a las que denominaremos editoriales académicas.

La Cámara Argentina de Publicaciones (CAP) distingue los sellos editoriales de nuestro país –de acuerdo a tres categorías: por tipo de negocio, por trayectoria y por tamaño. Particularmente, según el tipo de negocio concibe por editoriales universitarias a las que publican libros de interés académico, tesis de doctorado, y obras o libros que son producto de investigaciones. Asimismo, en esta clasificación desde la CAP se entiende que, salvo algunas excepciones, este tipo de editoriales no se financian con la venta de sus libros (CAP, 2016). Sin embargo, las editoriales de universidades nacionales editan libros y revistas aca-

démicas, pero también literatura infantil y juvenil, ensayos, literatura, revistas culturales, entre otros. Esta diversidad depende de las líneas editoriales que cada una de ellas ha ido delineando, en base a su autonomía en el marco de las universidades para elaborar catálogos de calidad y no meramente publicar sin selección ninguna. Si bien se ha avanzado mucho para encaminarlas hacia su profesionalización, sigue siendo desigual el desarrollo de las más de 40 editoriales inscriptas (al año 2019) en la Red de Editoriales Universitarias Nacionales (REUN), que forma parte del Consejo Interuniversitario Nacional, cuyas funciones consisten en la coordinación de políticas para el sistema público de educación superior.

En la edición universitaria argentina, según Leandro de Sagastizábal “...las editoriales de universidades públicas son las más relevantes”, entre las cuales EUDEBA, la editorial de la Universidad de Buenos Aires (UBA) constituye un caso emblemático, al reunir cuatro características únicas, entre las cuales identifica: “la primera es que es fundada (...), gestada de manera muy profesional, es decir, se lo contrata a Orfila Reynal para que haga un proyecto”. Segundo, “esa persona sugiere al directorio un profesional de los libros como es Boris Spivacow para generar el proyecto (...)”. Tercero,

Otro elemento que no es menor es que no es creada como una herramienta dependiente de la universidad, sino que es creada como la universidad como su única accionista, salvo un 1% de las decisiones que van al sector privado pero para poder conformarse como sociedad de economía mixta (entrevista, 13 de marzo de 2018).

Efectivamente esto último hizo de EUDEBA un caso excepcional, por un lado, porque hasta el momento no hay otra experiencia que reúna estas características y, por el otro, porque luego de ella surgieron editoriales en otras universidades que fueron creadas dependientes de distintas unidades administrativas, pero forman parte de las universidades (Costa y de Sagastizábal, 2016; de Sagastizábal, 2017).

Una segunda distinción es la que marcaron Rama, Uribe y de Sagastizábal (2006) en su estudio sobre la edición universitaria latinoamericana. Los autores detectaron que 72 universidades en Argentina estaban registradas en la Agencia Nacional del ISBN administrada por la Cámara Argentina del Libro, pero sólo 36 universidades tenían en ese momento editoriales (Rama, Uribe y de Sagastizábal, 2006). Tal es el caso de la Universidad de Palermo en general, y de la Facultad de Diseño y Comunicación en particular, las que editan libros y otras publicaciones sin contar en su estructura con una editorial. Al respecto, su decano expresaba que la política editorial de la facultad no se define en una editorial porque se privilegia la publicación de revistas científicas y otros tipos de materiales vinculados con la producción de estudiantes y docentes, en la cual la edición digital ocupa un lugar central (entrevista, septiembre de 2018). Esto nos habla de que hay universidades que cuentan con líneas editoriales y profusas publicaciones –incorporadas a sistemas de indexación nacional e internacional– pero no tienen una editorial; e inclusive una universidad puede tener más de un lugar de edición, aun teniendo editorial. Sin embargo, esto fue cambiando de un tiempo a esta parte en Argentina, con políticas puntuales como el “Proyectos de apoyo al desarrollo de las editoriales universitarias argentinas”, un programa trianual que se llevó

a cabo desde la Secretaría de Políticas Universitarias y favoreció la creación en algunas universidades nacionales de editoriales y fortaleció el desarrollo de otros¹. Sin embargo, dicha política ha sido discontinuada junto con otras relativas al sector editorial tanto como al universitario. Costa y de Sagastizábal (2016), sostienen que en la última década el número de sellos activos en universidades públicas creció de 12 a 30 entre los años de 2005 a 2012; el sostenimiento de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN) desde su creación en 1995; y de la Librería Universitaria Argentina (LUA); la participación de algunos integrantes de las editoriales universitarias en las cámaras profesionales del sector editorial; con las políticas mencionadas; la presencia de las editoriales en ferias del libro nacionales e internacionales; y con espacios de formación profesional y académica; contribuyeron a la institucionalización y al desarrollo de la edición universitaria.

Ahora bien, como parte de ese proceso de expansión y profesionalización mencionado por Costa y de Sagastizábal (2016), agregamos la puesta en marcha en algunas editoriales de diferentes avances en torno a lo digital. La constitución de una distribuidora como es el caso de EDUVIM y la creación de *Pampa Agency*; y del *e-commerce* que llevan a cabo varios sellos; tanto como la edición de *ebooks*, e inclusive el lanzamiento del lector digital *Boris* desarrollado por EUDEBA. Pero también es posible observar esos otros avances en la digitalización de sus catálogos; en capacitaciones tendientes a avanzar en este sentido como las que ha realizado UNSAMedita; en la edición de libros digitales que se pueden descargar gratuitamente como es el caso de EUDEM. Estas son algunas de las editoriales universitarias que operan en formato digital, entre otras acciones relacionadas (Mihal y Szpilbarg, 2018).

Sin embargo, la constitución y la profesionalización a través de la construcción de catálogos de fondo, la digitalización y la internacionalización en las editoriales universitarias no tiene en nuestro país un recorrido tan extenso. Como sostiene de Sagastizábal, este camino puede ubicarse en los últimos diez o quince años, en base a diferentes cuestiones: “la primera de las cuestiones es el reconocimiento de ese espacio como para darles subsidios; (...) la segunda es la elección para dirigir esos proyectos de profesionales de la edición” (entrevista, 13 de marzo de 2018). En relación con esto último agregaba “un problema que tienen las editoriales universitarias y que está muy bien porque eso hace a un aspecto de la profesionalización, es la conformación de los catálogos”. Éstos catálogos no sólo constituyen el corazón de una editorial, son “(...) un lugar de poder de la editorial. Es decir, si hay algo que es fundamental y que uno le ve bien en el caso emblemático de EUDEBA era que Boris Spivacow tenía un lugar de diseñador del catálogo”. En este sentido, sostiene que si la elaboración del catálogo “...lo arman las relaciones universitarias con las autoridades de la universidad, si el catálogo te lo arman de manera discrecional los académicos porque tienen importancia académica” se genera “un catálogo totalmente heterogéneo” (entrevista, 13 de marzo de 2018).

Los catálogos forman el elemento central de una editorial, y su sustentabilidad y visibilidad depende de la calidad de los mismos. Sin embargo, con la edición digital, parte de esa visibilidad depende de los metadatos los que, si bien no son los que venden un libro, dentro del panorama de la múltiple variedad de textos en el mercado, contribuyen a hacerlos ubicables (Bhaskar, 2014). Pero también el universo de lo digital se inscribe en las editoriales a través de los *ebooks* y los soportes disponibles para su lectura, tanto como de

los usos que pueden hacer las editoriales no sólo en este sentido, sino también en cuanto a las redes sociales.

En una primera parte de este volumen, aparecen artículos que abordan problemáticas generales en relación a la edición universitaria, como los de Carlos Zelarrayán, Alejandro Dujovne, e Ivana Mihal.

El artículo de **Carlos Zelarrayán**, *Encrucijadas de la edición universitaria*, inscribe a las editoriales universitarias en el contexto en el cual se han desarrollado en nuestro país, en relación con políticas públicas que han favorecido a la edición de este sector específico del mundo del libro, durante el 2010-2015. En este sentido, subraya la incidencia internacional a partir del Foro Mundial de la Edición Universitaria organizado en la Feria del Libro de Frankfurt por editores de universidades nacionales congregados en la REUN. Esto significó un punto clave para la edición de editoriales universitarias en cuanto posibilita pensarlas no sólo en el ámbito nacional sino también como expansión al comercio exterior. Asimismo, enfatiza una serie de políticas que contribuyeron a su desarrollo, que en la actualidad (retomando informes del sector editorial) demuestran una fuerte crisis tanto en la producción como en la comercialización.

Alejandro Dujovne, en *Gutenberg atiende en Buenos Aires. La edición universitaria ante la concentración geográfica del mercado editorial argentino*, centra su atención en las editoriales de las universidades públicas argentinas, y particularmente en un tema muy poco explorado y considerado por los propios actores del mundo del libro: los efectos que la concentración espacial del mercado del libro argentino tiene sobre el funcionamiento y desarrollo de las editoriales universitarias. Es decir, se interroga sobre las consecuencias que tiene la concentración de editoriales, librerías y distribuidores en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), sobre la producción, circulación y valoración de la edición universitaria. Esto le permite explorar la hipótesis de que los desequilibrios regionales constituyen uno de los problemas estructurales del ecosistema del libro argentino.

El artículo de **Ivana Mihal**, *La edición universitaria argentina a la luz de la Feria del Libro de Guadalajara: acerca de la internacionalización y digitalización*, centra su atención, desde la mirada etnográfica, en el seguimiento de la rutina de un conjunto de editoras y editores en esta feria del libro –realizada en noviembre de 2018–. Esto le permite abordar especificidades y diferenciaciones de la edición universitaria argentina en el marco de los procesos de internacionalización, como mostrar la relevancia del idioma inglés aún en el ámbito de este evento que apunta principalmente al mercado iberoamericano. Asimismo, puntualiza distintas dificultades para la construcción de datos sobre las editoriales de universidades públicas; describe algunas tendencias en materia de digitalización; y se pregunta acerca de las posibilidades y desafíos que presenta publicar libros en acceso abierto para la edición universitaria argentina.

En una segunda parte, están los artículos que tratan sobre aspectos concretos de algunas editoriales universitarias, como los textos de Ana Verdelli, Emanuel Molina, Guido Olivares y Juan Felipe Córdoba Restrepo.

Ana Verdelli, en *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*, a través de un estudio de caso, puntualiza su trabajo en las políticas editoriales de la Editorial de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (EDUNTREF). Para ello, toma como

antecedente y como propuesta articuladora metodológica de su trabajo, el ya conocido análisis llevado a cabo por de Sagastizábal (2006) sobre editoriales universitarias, el cual ha sido uno de los pioneros en reflexionar sobre las particularidades, desafíos y dificultades de las mismas. De este modo, focaliza en su estructura, en la autonomía financiera, en la relación con los autores, en los canales de distribución y comercialización, en las políticas de traducción y en sus vinculaciones con la actividad universitaria local e internacional de la UNTREF. A partir del análisis de los catálogos de publicaciones y de una entrevista a la entonces directora editorial, reconstruye la política de EDUNTREF en el transcurso de dichos años.

La construcción del catálogo es uno de los focos sobre los que nos invita a reflexionar el ensayo de **Emanuel Molina**. Su texto, intitulado *El armado de un catálogo en una editorial universitaria*, nos introduce desde su propia experiencia de editor, al tema central de la conformación del catálogo de una editorial universitaria. Así se pregunta acerca del papel de la lectura en el trabajo editorial, cuál es el lugar de los libros y sobre qué tipos de libros se debería y se puede basar una editorial universitaria. Asimismo, trata sobre la relación de la editorial con los autores, entre otras cuestiones que caracterizan y complejizan el plan de edición en el marco de una universidad pública. A través de distintos procesos que definen la construcción que se ha llevado a cabo desde EDUVIM, la editorial de la Universidad Nacional de Villa María (Córdoba) liderada por Carlos Gazzera, el autor se interroga acerca de la selección de títulos y mediante la descripción del proceso que la configura nos invita a repasar las decisiones que se toman cotidianamente en dicho espacio.

El artículo de **Guido Olivares**, en su trabajo sobre la *Presencia de las Editoriales Universitarias en las convocatorias del Fondo Del Libro, Chile. 2013-2018*, se sitúa en el panorama de las editoriales universitarias chilenas, mediante una aproximación exploratoria sobre el Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura, política de origen estatal y concursable por el sector editorial. Para ello el autor realiza una descripción de las distintas modalidades en las cuales pueden participar y características que particularizan dicha política. Asimismo, se basa en el registro ISBN por universidades del año 2017 de la Cámara Chilena del Libro, y en otros datos disponibles sobre el sector editorial. Su trabajo muestra, a partir del análisis de las editoriales universitarias que han participado de los procesos de selección durante el periodo 2013-2018, la participación e incidencia de las mismas.

El texto de **Juan Felipe Córdoba Restrepo**, *Editar en la universidad, una construcción permanente*, analiza las actividades que desarrolla la Universidad del Rosario (Bogotá, Colombia), especialmente las de editar y la posterior publicación de contenidos. En este sentido, aborda cuestiones como la selección y evaluación de las publicaciones, los requisitos, normas, tiempos y políticas que pautan el proceso de edición. Además, se centra en qué significa editar en la universidad y cuál es su función social, de la mano de recuperar la labor colectiva y asociativa de la red de editoriales universitarias de su país. El propósito del texto, en suma, es reflexionar sobre algunos de los éxitos y plantear posibles caminos para lo editorial.

En tercer y último lugar, se presentan una serie de textos que indagan el vínculo entre políticas editoriales y digitalización a través del estudio de las editoriales universitarias —como el caso de Daniela Szpilbarg—, las revistas académicas digitales, como es el caso de Jorge Gorostiaga y Micaela Persson, y la difusión en redes sociales, como es el caso de Ezequiel Saferstein y Ana Slimovich.

El artículo de **Daniela Szpilbarg** titulado *Políticas editoriales y digitalización. El caso de EUDEBA y el lector digital “Boris”*, analiza en el marco de la gestión pública de la REUN en Argentina, las prácticas asociadas con la digitalización de contenidos textuales en el ámbito educativo, particularmente en las editoriales universitarias. El trabajo pretende explorar las transformaciones de las editoriales universitarias frente al paradigma digital y explorar las herramientas digitales que se usan para el armado de los catálogos, tanto como para la difusión y publicación de textos. Particularmente, el texto se orienta al análisis de la creación por parte de EUDEBA de un lector digital propio, “Boris”, ampliando el análisis a los modos de relación del catálogo de la editorial con ese soporte de lectura.

Jorge Gorostiaga, en *Digitalización en las revistas académicas de educación en Argentina*, plantea que en la actualidad las revistas académicas constituyen en el campo científico un terreno central en el cual se dirimen las luchas de poder entre distintos actores, a saber: investigadores, editoriales comerciales, universidades y organismos gubernamentales de ciencia y tecnología. Teniendo en cuenta esto, su trabajo analiza la incidencia de la digitalización de las revistas de ciencias sociales y humanas en general, y profundizando en las revistas de educación en nuestro país, las cuales tuvieron un proceso de expansión 2001-2015 en los últimos años, acompañadas de otras políticas universitarias que favorecieron este proceso. En este sentido, el autor subraya que durante los años 2001-2015, el aumento del ingreso de becarios e investigadores del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), y actividades de desarrollo de la ciencia y la tecnología (subsidios, incentivos y evaluación), la creación de universidades estatales, como la creación del Ministerio de Ciencia y Tecnología, son algunas de dichas acciones. Su artículo se basa en fuentes secundarias y un relevamiento de los formatos (impreso y digital), el acceso abierto, la indexación en bases regionales y nacionales, y el uso de recursos digitales tanto para la edición como difusión de las revistas sobre educación.

Siguiendo con la línea del estudio sobre las revistas académicas, en cambio, el trabajo de **Micaela Persson**, *La Internacionalización de la Educación Superior a través de las revistas científicas digitales en América Latina*, se concentra en el análisis de las mismas como objetos de la internacionalización y circulación del conocimiento científico, a partir de la digitación y del desarrollo de los parámetros abiertos (*Open Access*, OA). La autora, realiza una primera aproximación de una investigación exploratoria/descriptiva, para lo cual utiliza una metodología cualitativa sobre la base de datos de Latindex y de Web of Science (ex ISI Thomson), a partir de la cual toma como referencia la situación de las revistas en distintos países, incluido Argentina.

Por último, **Ana Slimovich** y **Ezequiel Saferstein** en su trabajo centrado en el *Análisis sobre los modos digitales de difusión de las grandes editoriales en Argentina: libros de “coyuntura política”*, contribuyen a pensar y brindar ciertos aspectos que pueden abreviar en el uso de las redes sociales para la comercialización de los libros, en la edición universitaria. Si bien no se centran en este tipo de editoriales, plantean un análisis vinculado con la digitalización del campo editorial, partiendo del diagnóstico de que estamos ante una sociedad “hipermediatizada”. De esta forma, se proponen analizar la emergencia y recepción de libros de “coyuntura política” publicados actualmente en Argentina, teniendo en cuenta los modos de vehicular los discursos de las editoriales contemporáneas en las redes sociales.

Para esto, se centran en distintas vías de difusión de las obras en las cuentas de Facebook, Twitter e Instagram en las grandes editoriales, centrándose en el grupo Planeta y sus sellos. En suma, las reflexiones vertidas en este volumen, pretenden componer y contribuir al campo de estudios sobre las editoriales y políticas universitarias en Argentina y Latinoamérica. Ciertamente este panorama, que puede ser profundizado en distintas líneas, al tiempo que funcionar como una especie de fotografía de la edición universitaria, procuró identificar y comprender problemas, avances y desafíos relativos a la producción, distribución, comercialización y difusión de los libros universitarios tanto en el país como en el ámbito internacional. En sus contribuciones, las autoras y los autores han sido partícipes de pensar distintos aspectos de las editoriales universitarias y de la incidencia de lo digital en las políticas editoriales en instituciones de educación superior. En este sentido, temas tales como la digitalización de los catálogos, los sistemas de acceso abierto de publicaciones en libros y revistas académicas, la apuesta a la conformación de públicos lectores, y la necesidad de seguir contando con políticas públicas que apoyen la edición universitaria, han sido algunos de los principales tópicos que bordearon sus distintas perspectivas. En su conjunto, estos textos nos brindan enfoques, dilemas y desafíos que ameritan continuar en futuros estudios sobre la edición universitaria y las políticas editoriales.

Notas

1. En el periodo 2014-2017, el Estado Nacional, a través del Ministerio de Educación y el Programa de Calidad Universitaria de la Secretaría de Políticas Universitarias, lanzó la convocatoria de “Proyectos de apoyo al desarrollo de las editoriales universitarias argentinas”, un programa trianual que tenía el objetivo de financiar la creación de editoriales universitarias, y colaborar en el fortalecimiento de los centros de publicación ya existentes, en universidades tradicionales y otras incipientes. El proyecto contó con un aporte de casi 86 millones de pesos.

Referencias bibliográficas

- Bhaskar, M. (2014). *La máquina de contenido*. México: FCE.
- Chartier, R. (2007). “Conferencia inaugural: La universidad como contexto para la edición de libros. Pasado, presente y futuro”. En Polo Pujadas, M. (coord.) *Innovación y retos de la edición universitaria*, colección UNE, N° 1, Madrid: UNE, Universidad de La Rioja, p. 13-28.
- Costa, F. y de Sagastizábal, L. (2016). “Las editoriales universitarias: los caminos de la profesionalización”. *Anuario del Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo*, UBA, Año 8 N° 8, pp. 157-182. Disponible en ojs.econ.uba.ar/ojs/index.php/CEEED/issue/download/150/Anuario%202016
- De Sagastizabal, L. (2017). “La edición universitaria”. En Esteves F. y Piccolini P. (comp.) *La edición de libros en tiempos de cambio*, pp. 95-110. Buenos Aires: Paidós.

Díaz, C. y Galdeano, A. (2018). “Siglo XXI Editores. La construcción artesanal de un catálogo en tiempos difíciles”. *Contraportada* N° 3, p. 40-49.

Mihal, I. y Szpilbarg, D. (2018). “Editoras universitárias, livros digitais e bibliotecas populares na gestão da CONABIP na Argentina”. *Memória e Informação: periódico digital. Revista del Centro de Memória e Informação* (CMI), Vol. II, N° 2, p. 1-19.

Informes estadísticos

Cámara Argentina de Publicaciones (2016) El libro blanco de la Industria Editorial Argentina 2016. Informe de datos estadísticos disponible en: http://www.publicaciones.org.ar/Libro_Blanco-2016.pdf

Abstract: The present issue of *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* is devoted to the approach of university publishers and editorial policies in higher education, from different angles. His study constitutes a terrain still little explored in the frame of the studies on edition.

Keywords: University Publishing - Editorial Policies - University Books - Digitalization - Professionalization.

Resumo: A presente edição de *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* é dedicada à abordagem de editores universitários e políticas editoriais no ensino superior, de diferentes ângulos. Seu estudo constitui um terreno ainda pouco explorado no quadro dos estudos em edição.

Palavras chave: Edição Universitária - Políticas Editoriais - Livros Universitários - Digitalização - Profissionalização.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
