

Ediciones Cooperativas: un emprendimiento editorial cooperativo desde la Universidad de Buenos Aires

Pablo Maradei - Alejandro García Venturini / Universidad de Buenos Aires

› *Resumen*

En este trabajo se presenta brevemente una experiencia editorial —Ediciones Cooperativas— desde la cual se busca mostrar la posibilidad y viabilidad de otros tipos de proyectos editoriales alternativos a los tradicionales. Los principales representantes de estos últimos son los grandes grupos editoriales que acaparan la mayor parte del mercado editorial.

› *Ediciones Cooperativas*

Ediciones Cooperativas es un emprendimiento editorial que nació en el seno de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires (FCE – UBA). La decisión de crearla surgió casi por naturaleza de lo que ocurría en esos momentos, aunque ya venía sucediendo desde tiempo atrás: a las pocas editoriales existentes en ese ámbito (para esa época la principal era Ediciones Macchi) no les interesaba editar e imprimir a autores con poca masa crítica de estudiantes interesados en ellos. Es claro: las ediciones de aquel entonces debían, para cerrar económicamente, superar los 1000 ejemplares de impresión y venta. Y no muchos docentes lograban ese podio.

Para el año 2000, fecha fundacional de la editorial, un grupo de docentes vio en ese reclamo un campo de acción, gracias a las nuevas tecnologías: recientemente habían llegadas a la Argentina las impresoras digitales de libros, que permitían la impresión a baja escala, que se conocería en un futuro no muy lejano como "impresión por demanda". Este desarrollo tecnológico rompió con el paradigma de ediciones de a millares para empezar a hablar de impresiones de a decenas. Es cierto que el costo unitario en aquel entonces era superior al de la impresión *offset*, brecha que con el tiempo se fue achicando y hoy ya no es tan considerable. A las editoriales clásicas, no obstante, no les cerraba la ecuación económica: es que editoriales como Macchi, La Ley o Errepar no podrían sobrevivir imprimiendo muchos títulos para vender unos pocos ejemplares de cada uno. Pero para una editorial chica, que tenía el objetivo de editar

mucho y vender poca cantidad de ejemplares, la rueda económica giraba, aunque fuera a baja escala.

La necesidad y la solución convergieron en un punto y nació Ediciones Cooperativas. Se decidió que fuera una cooperativa, con la intención de que sea un emprendimiento cultural abierto al ámbito académico. Cada docente, investigador o alumno podría sumarse al proyecto con su trabajo y ser parte del espacio. El proyecto captó la atención de los docentes, que básicamente podríamos dividir en tres grupos.

Por un lado, estaban aquellos jóvenes, docentes o investigadores desconocidos, que jamás hubieran sido considerados como autores por una editorial. Nuestra empresa fue para ellos un semillero. Basta mencionar los ejemplos de muchos de esos jóvenes, como Axel Kicillof, Augusto Costa, Ariel Langer y Javier Rodríguez, que han llegado a ser encumbrados funcionarios del gobierno nacional.

También se nos acercaron docentes de fuste, pero sin horizonte de negocios para editoriales clásicas. Maestros de la materia Toma de Decisiones, como Pedro Pavesi, encontraron un lugar para editar en Ediciones Cooperativas y hoy el suyo es un libro que se sigue publicando y vendiendo. Lo mismo nos ocurrió con profesores como son Alberto Landro, en el terreno actuarial, y Juana Brufman, en el área de econometría.

La tercera arista del proyecto fue la de las reimpresiones de libros clásicos descatalogados por editoriales que ya no veían un negocio en ellos. Ese fue el caso del título *La industria que supimos conseguir*, de Jorge Schvarzer; título editado por Planeta y discontinuado. El docente se acercó a nuestra editorial y comentó, ante la imposibilidad de hacerlo con Planeta, la necesidad de reeditarlos porque era un libro de consulta permanente entre los alumnos, principalmente los de su cátedra.

Con el tiempo, distintos Institutos de Investigación de la Universidad de Buenos Aires (UBA), de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) y de la Universidad del Museo Social Argentino (UMSA) se acercaron para escuchar de nuestro proyecto editorial. Captamos muchas instituciones que necesitaban divulgar sus investigaciones y, obviamente, eran rechazados por las distintas editoriales y terminaban imprimiendo cuadernillos.

Hace quince años introdujimos algo impensado, y que hoy puede ser común, que fue el concepto de “no hay libro agotado”: todo nuestro catálogo está siempre disponible. Esta premisa, más allá de la diferencia de precios, ataca directamente al flagelo de la fotocopia: los libros agotados estaban confinados a morir en una fotocopidora, cuestión que nuestro emprendimiento siempre evitó manteniendo vivo el libro. Otro concepto renovador fue que las tiradas cortas permitieron a los docentes efectuar modificaciones de un cuatrimestre a otro sin necesidad de esperar largos períodos hasta agotar las ediciones, algo fundamental en materias dinámicas.

> *Conclusión*

Ediciones Cooperativas cumple en octubre 15 años de actividad ininterrumpida. Desde hace un par de años estamos viviendo la crisis de crecer. "Invertir para crecer o mantenerla como está" es la gran duda que nos planteamos. Poder consolidarse en todo el país implica mayor cantidad de ejemplares por imprimir, pero lo más grave es sostener el costo de la distribución, que juega un rol fundamental. Para lograr llegar todas las librerías del país se paga por ese servicio un descuento del 60 o 70 por ciento y nosotros dudamos si con precios tan caros nos comprarían nuestros libros. En eso estamos.

Bibliografía

Ader, J. (1999). *Organizaciones*. Buenos Aires, Paidós.

Chiavenato, I. (1995). *Introducción a la teoría general de la administración*. México, McGraw Hill.

Maradei, P. (2013). *Administración editorial: herramientas útiles*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).

Los autores

Pablo Maradei es contador público graduado por la Universidad de Buenos Aires (UBA) y periodista por el Taller Escuela Agencia (TEA). Es docente de la cátedra de Administración de la Empresa Editorial de la carrera de Edición, en la Facultad de Filosofía y Letras (UBA), donde ha generado una extensa producción de material didáctico y participa en proyectos de investigación. Como parte de su labor periodística, ha publicado numerosas notas en la *Revista Ñ (Clarín)*. Es socio fundador y miembro de Ediciones Cooperativas Cooperativa Limitada.

Alejandro García Venturini es profesor de matemática y licenciado en Investigación Operativa. Es profesor titular en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires (FCE - UBA), en el Instituto Superior del Profesorado (ISP) Joaquín V. González y en el Colegio Nacional de Buenos Aires (CNBA). Es, asimismo, profesor regular adjunto en la Universidad Tecnológica Nacional (UTN). También es profesor regular adjunto a cargo de la cátedra de Administración de la Empresa Editorial de la carrera de Edición, en la Facultad de Filosofía y Letras (UBA), colaborador en numerosos proyectos de investigación dentro de la misma carrera y director de proyectos UBACyT radicados en la Facultad de Ciencias Económicas (FCE - UBA). Ha publicado diversos libros sobre su especialidad.

Para citar este artículo:

Maradei, P. y García Venturini, A. (2015). "Ediciones Cooperativas: un emprendimiento editorial cooperativo desde la Universidad de Buenos Aires". En Casanovas, I., Gómez, M. G. y Rico, E. J. (eds.), *Actas de las III Jornadas de Investigación en Edición, Cultura y Comunicación*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. ISBN: 978-987-3617-99-7.