

tendencia editorial UR

Editorial Universidad del Rosario

Bogotá, Colombia • 2015

Nº 8

ISSN 2382-3135

ESPECIAL: 5 MIRADAS DE LA EDICIÓN
UNIVERSITARIA EN AMÉRICA LATINA

**Un catálogo que busca ser universal:
UNSAM EDITA**

Daniela Verón

**Edición universitaria en Perú: situación,
cifras y desafíos de un modelo en crecimiento**

Pablo Alonso Cotrina

La edición universitaria: un equilibrio de intereses

Doris Elena Aguirre Grisales

Los editores contra Godzilla

Astrid Velasco Montante

Editar en un mar turbulento

Alexis Cuzme

AL ENCUENTRO CON

**Livraria UNESP Móvel:
um novo modelo de negócio para o livro**

Maria Candida Soares Del-Masso

OPINIÓN

University Presses: Continuity & Change

Peter Berkery

ACTUALIDAD

Visibilidad y conocimiento

Juan Felipe Córdoba y Jaime Iván Hurtado

EDICIÓN ESPECIAL FIL GUADALAJARA
NOVIEMBRE-DICIEMBRE DE 2015

EDITORIAL UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

Dirección: Cra.7 # 12 B-41, oficina 501
Teléfono: (57-1) 2970200, ext. 7724
<http://editorial.urosario.edu.co>

COMITÉ EDITORIAL DE ESTA EDICIÓN

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

Juan Felipe Córdoba Restrepo

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Sayri Karp

UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Édgar Valencia

UNIVERSIDAD JAVERIANA

Nicolás Morales

EDITOR

Claudia Luque Molano

CORRECCIÓN DE ESTILO

Ella Suárez

IMAGEN DE PORTADA

Miguel Gerardo Ramírez Leal
Imagen basada en la técnica artesanal
conocida como *barro bandera*

DISEÑO Y FOTOGRAFÍA

Miguel Gerardo Ramírez Leal
Kilka Diseño Gráfico



UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA
Red Universitaria de Jalisco



EDITORIAL
UNIVERSITARIA



editorial
Pontificia Universidad
J A V E R I A N A

editoriales afiliadas a:



ASOCIACION DE EDITORIALES
UNIVERSITARIAS DE AMERICA
LATINA Y EL CARIBE

EDITORIAL

América Latina,

un sueño común

Es necesario construir un sistema de información que permita que la producción editorial circule, con el propósito de conocer y reconocer la ciencia de nuestras universidades; un sistema que, además, promueva la discusión, el debate y la comparación para dinamizar el conocimiento en beneficio de la región. Todo con un amplio sentido de lo social

Juan Felipe Córdoba-Restrepo (2010)

Para la dirección de la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (Eulac) es un motivo de orgullo y agradecimiento con todos y cada uno de los editores que han hecho posible que para el 2015 la construcción de esta alianza sea una realidad tangible que rinde frutos no solo por la visibilidad del conocimiento generado desde nuestras universidades, sino porque ha abierto espacios a la discusión y el fortalecimiento del oficio mismo del editor. Sin el apoyo decidido de todos y cada uno de los miembros de Eulac este esfuerzo habría sido solo un anhelo, pero el compromiso de todos ha hecho que sea realidad.

En el número 5 de *Tendencia Editorial*, José Castilho Marques Neto, en su artículo “EULAC: desafios da integração e do crescimento da edição universitária latino-americana e caribenha” (2014), menciona los objetivos iniciales considerados para la creación de Eulac:



1. La integración de las editoriales universitarias latinoamericanas y del Caribe.
2. El fomento de la producción y distribución del libro especialmente el texto universitario, las publicaciones periódicas y todos los demás materiales impresos productos del quehacer académico, que requieren la más amplia circulación.
3. El perfeccionamiento técnico y administrativo de las editoriales universitarias.
4. La difusión del pensamiento académico hacia la comunidad.

Todos ellos se han venido desarrollando gracias a la gestión de los miembros de la Junta directiva y de los representantes de cada una de las redes nacionales, cuyo compromiso ha fortalecido el sentido de la Asociación.

El portal de Eulac busca ser el centro del trabajo colectivo de las diversas asociaciones o instituciones nacionales de la región, no solo como fuente de información, sino como espacio de reunión para las ideas de todos y cada uno de sus miembros.

El proyecto de *Visibilidad y Conocimiento* presenta un avance de 2600 estructuras conceptuales, con un funcionamiento amable con el visitante que simplifica los procesos de búsqueda y que permite convertirlo en instrumento de circulación del conocimiento. En esta edición dedicamos un espacio a presentar los avances y proyección.

La estrategia que ha permitido una mayor visibilidad del trabajo editorial académico y universitario

considera las diversas modalidades y formatos editoriales de la actualidad, teniendo como principio fundamental que la edición universitaria es la posibilidad de proponer caminos para que aquello que produce alcance lo pedagógico y llegue al aula y al lector de forma dinámica y eficiente. El logro alcanzado con el “Estudio actividad editorial universitaria en América Latina”, en asocio con el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc), hace posible que puedan hacerse tangibles las ideas de crecimiento.

Este número da un recorrido por la edición en cinco países de América: Perú, Ecuador, Argentina, México y Colombia, desde la voz de editores de trayectoria, que cuentan, desde su experiencia, el quehacer en el ambiente universitario. Brasil nos presenta el proyecto de Biblioteca Móvil de la Universidad Estatal Paulista (Unesp), como ejemplo de fortalecimiento y libre acceso del conocimiento universitario en su entorno, y Peter Berkery, presidente ejecutivo de la Asociación Americana de Editoriales Universitarias, por sus siglas en inglés (AAUP) nos deja su reflexión del arduo trabajo de la red norteamericana.

Para la Universidad del Rosario es grato entregar este balance de la presidencia de nuestro Director editorial, Juan Felipe Córdoba Restrepo y nos compromete a seguir construyendo esta realidad con el apoyo de todos los asociados de EULAC.

Un catálogo que busca ser universal: UNSAM EDITA



Daniela Verón

Geógrafa de formación. Desde 1999 se dedica a la edición universitaria y desde 2007 es directora de UNSAM EDITA, la editorial de la Universidad Nacional de San Martín. Desde 2012 participa de ferias internacionales en representación de esa editorial. Es miembro pleno de la Comisión Ejecutiva de la Red de Editoriales de Universidades Nacionales de Argentina (REUN), en la que representa a la red en ferias internacionales, coordina actividades de formación profesional —por ejemplo, la capacitación de edición estructurada en XML— y estuvo a cargo del desarrollo de la imagen de la Librería Universitaria Argentina.

En el mundo de la edición, el aprendizaje está más vinculado con la experiencia, que con la formación. Si bien en Argentina existe la carrera de Edición desde 1992 en la Universidad de Buenos Aires y existen instancias de posgrado, la mayoría de los editores universitarios y no universitarios se han formado en el quehacer cotidiano. De ahí la importancia de transmitir la propia experiencia como una instancia de aprendizaje y como agradecimiento a todos aquellos que nos han ayudado a crecer en este mundo de la edición.

Nuestra editorial, UNSAM EDITA, la editorial de la Universidad Nacional de San Martín, ubicada en el Gran Buenos Aires, fue creada en 2006. Las preguntas clave que surgieron en ese momento, y que son las preguntas que los editores debemos repreguntarnos para hacer un ejercicio crítico de la profesión fueron: ¿para qué editamos y para quién editamos?, o sea, estábamos perfilando a partir de ellas cuál iba a ser

nuestra política editorial. A esas preguntas indefectiblemente se sumaron las de: ¿qué vamos a editar?, y ¿cómo?, que nos orientaron en la conformación del catálogo y las estrategias para desarrollarlo.

Definición de una política editorial: traducciones

Me voy a centrar principalmente en una de las líneas de nuestra política editorial: las traducciones, que formaron parte del catálogo desde el primer momento, aunque a lo largo de estos años esta política fue ajustándose. La política editorial se relaciona con cuatro puntos: el contexto institucional, el perfil de los lectores, la evaluación académico-económica y la estructura organizacional.

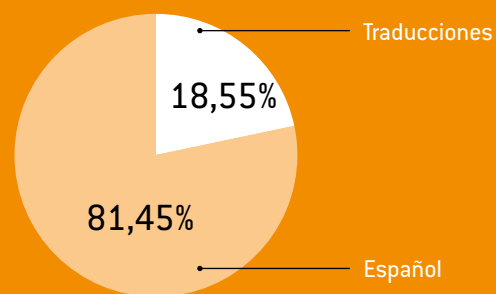
Contexto institucional

En primer lugar, es importante que la política que definamos tenga un fuerte vínculo con el desarrollo del *contexto institucional*. Las editoriales universitarias deberíamos tener una política editorial que acompañe la vida institucional, caracterización propia de las editoriales universitarias, a diferencia de las comerciales.

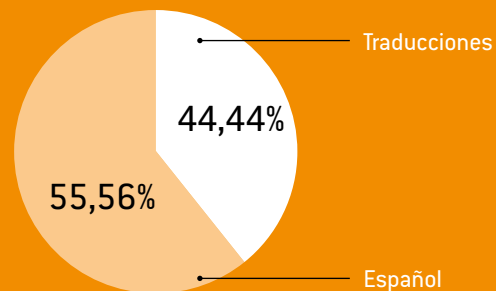
De ahí que en nuestro caso particular, el desarrollo de los vínculos con académicos de universidades europeas, sobre todo al principio en el ámbito de la filosofía, ha permitido considerar la inclusión de traducciones de esos primeros investigadores que se vinculaban con nuestra universidad. Esta situación se cristalizó prontamente en su incorporación en la Colección Humanitas, centrada en textos filosóficos. Mientras esta colección crecía en la cantidad de traducciones, otras no en tal magnitud, lo que hizo necesario realizar un ajuste en el catálogo. Así, en 2012 se le dio un impulso particular a esta política y se promovieron las traducciones en todas las colecciones que ameritaran tal intervención. Este cambio puede observarse en el gráfico: Evolución de las traducciones. Hay que tener en cuenta que no es inmediato el hecho de la toma de la decisión hasta que efectivamente se materializa el proceso.

Un hecho significativo ha sido la visita y entrega del Doctorado Honoris Causa a John Coetzee, en 2014, cuando se crea en la universidad la cátedra Literaturas del Sur, dirigida por el premio Nobel de Literatura. En el marco de dicha cátedra, se invita a escritores del sur para discutir en el ámbito del posgrado acerca de la especificidad de estas literaturas. La cátedra se inició en el primer semestre de 2015 sobre la literatura en Australia y en el segundo semestre será sobre la literatura en Sudáfrica.

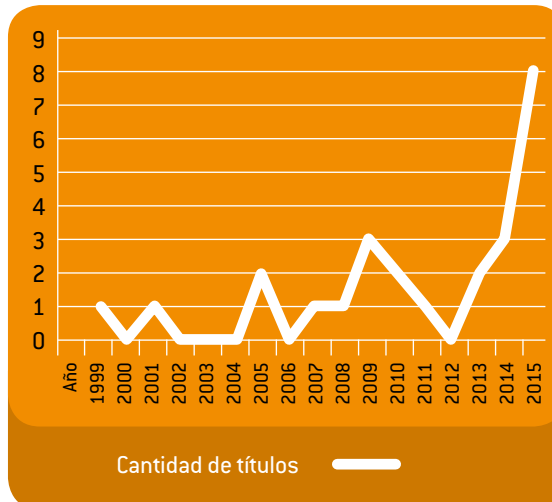
% de traducciones del catálogo

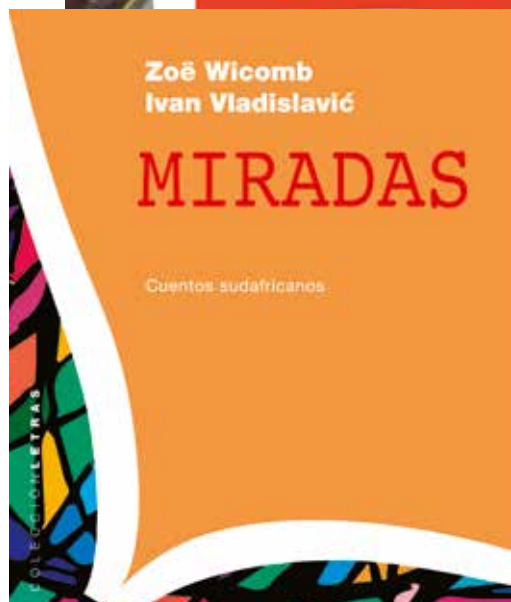
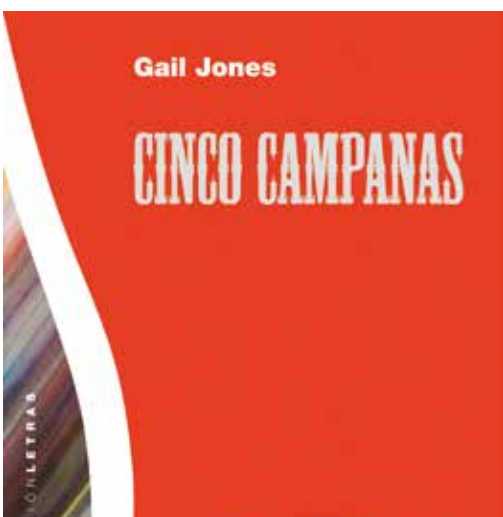


% de traducciones 2015



Evolución histórica de traducciones





Este contexto institucional ha facilitado la inserción de la editorial en un género hasta el momento inexistente en nuestro catálogo: la ficción. Una narrativa poco traducida al español y totalmente inexistente en América Latina.

El perfil de los lectores

En segundo lugar, hay que aprovechar la sinergia institucional para vincularla con la posibilidad de crear nuevos lectores. La universidad es un semillero de lectores; por lo tanto, nuestro foco debe estar en primer lugar puesto en la universidad y a partir de ahí en todos los nuevos lectores que podamos sumar. Una de las ventajas que tenemos las editoriales universitarias es la posibilidad de vincular estrechamente autores y lectores. Si elegimos la traducción de obras contemporáneas, se puede, por ejemplo, coordinar la visita del autor a la universidad para el dictado de un curso que se base en el libro que hemos decidido editar y que las unidades académicas tengan la posibilidad de contar con el libro previamente y organizar talleres de lectura previos a la visita. Podemos perfectamente coordinar nuestra imaginación con nuestra capacidad de logística.

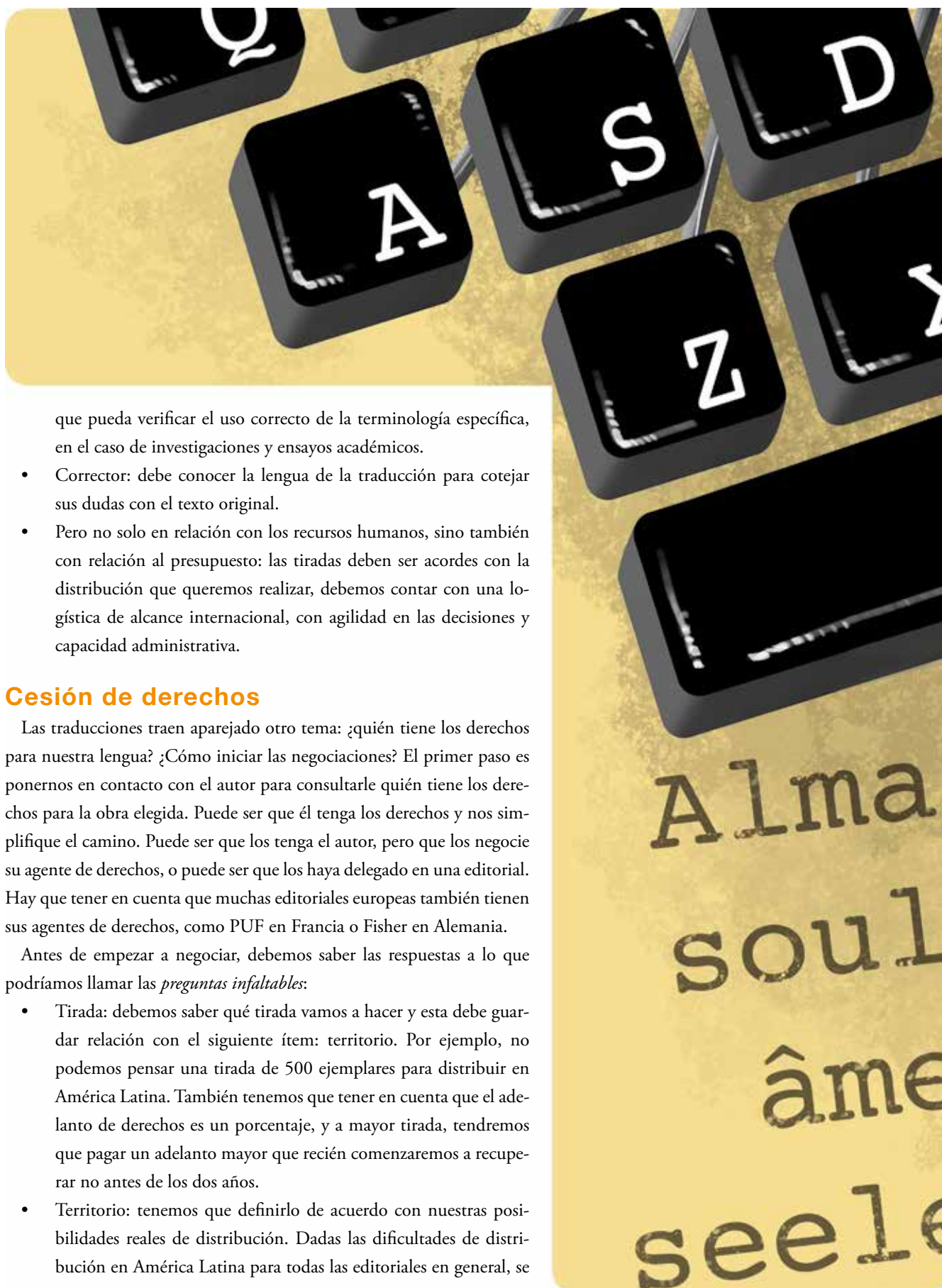
Evaluación académica y económico-financiera

En tercer lugar, en relación con la selección de obras que se van a traducir, además de tener en cuenta los dos primeros puntos: contexto institucional y lectores, la selección definitiva de los títulos dependerá de la evaluación académica y de la evaluación económico-financiera. Puede ser que nos propongan traducir una obra de un autor muy reconocido, que su obra sea evaluada académicamente de manera indiscutible, pero que los costos de la obra por sus dimensiones no fueran viables económicamente. Si bien podemos balancear en nuestro catálogo obras que den rentabilidad con otras que no, no debemos perder de vista que si los costos son altos, los precios no serán accesibles al público, y, por lo tanto, nuestro universo lector será reducido.

Estructura organizacional

En cuarto lugar, una política de traducciones necesita un desarrollo particular de la editorial. Una que recién comienza posiblemente no tenga la estructura organizacional necesaria para este desarrollo. Además de la capacidad de recursos humanos con que normalmente cuenta una editorial, en el caso de las traducciones es importante contar con recursos humanos especializados:

- Traductor: elegir el traductor adecuado para el trabajo que queremos realizar. No es lo mismo traducir un ensayo académico que una obra de ficción. La elección de un buen traductor nos puede evitar grandes dolores de cabeza.
- Revisor de la traducción: es necesario un revisor de traducción que pueda chequear que el texto se haya traducido en su integridad y



que pueda verificar el uso correcto de la terminología específica, en el caso de investigaciones y ensayos académicos.

- Corrector: debe conocer la lengua de la traducción para cotejar sus dudas con el texto original.
- Pero no solo en relación con los recursos humanos, sino también con relación al presupuesto: las tiradas deben ser acordes con la distribución que queremos realizar, debemos contar con una logística de alcance internacional, con agilidad en las decisiones y capacidad administrativa.

Cesión de derechos

Las traducciones traen aparejado otro tema: ¿quién tiene los derechos para nuestra lengua? ¿Cómo iniciar las negociaciones? El primer paso es ponernos en contacto con el autor para consultarle quién tiene los derechos para la obra elegida. Puede ser que él tenga los derechos y nos simplifique el camino. Puede ser que los tenga el autor, pero que los negocie su agente de derechos, o puede ser que los haya delegado en una editorial. Hay que tener en cuenta que muchas editoriales europeas también tienen sus agentes de derechos, como PUF en Francia o Fisher en Alemania.

Antes de empezar a negociar, debemos saber las respuestas a lo que podríamos llamar las *preguntas infaltables*:

- Tirada: debemos saber qué tirada vamos a hacer y esta debe guardar relación con el siguiente ítem: territorio. Por ejemplo, no podemos pensar una tirada de 500 ejemplares para distribuir en América Latina. También tenemos que tener en cuenta que el adelanto de derechos es un porcentaje, y a mayor tirada, tendremos que pagar un adelanto mayor que recién comenzaremos a recuperar no antes de los dos años.
- Territorio: tenemos que definirlo de acuerdo con nuestras posibilidades reales de distribución. Dadas las dificultades de distribución en América Latina para todas las editoriales en general, se

están contemplando acuerdos abiertos para que la editorial que compra los derechos pueda coeditar con otras editoriales latinoamericanas y así lograr una mejor distribución

- Fecha de publicación: los tiempos de publicación de una obra traducida son mayores que cualquier otra obra de nuestro catálogo. A los tiempos de la traducción se suma el de la revisión no solo de nuestra editorial, sino también la revisión de quien posee los derechos. Por otro lado, no es conveniente que la fecha sea extendida en el tiempo, porque los contratos tienen vencimiento, el que se cuenta a partir de la fecha de la firma. Cuanto más nos demoremos en el proceso editorial, menor será el tiempo que nos queda para recuperar la inversión.
- Precio de venta al público: este es el valor sobre el cual se pagará el adelanto de derechos. Deberá definirse de acuerdo con los costos que calculamos tendrá la edición según la fecha de edición propuesta.

Por supuesto, estos cuatro puntos no son los únicos que tenemos que tener en cuenta; pero sí son el piso a partir del cual podremos hacer nuestra propuesta. Por ejemplo, en algunos casos se solicita el nombre del traductor, su biografía, que la lengua a la cual va a traducir sea su lengua materna; el porcentaje de regalías (8% es el valor promedio); los años del acuerdo (entre cinco y siete es la media). Aquí no incluimos el tema del libro electrónico, pero requiere también decisiones específicas.

También vamos encontrándonos con nuevas dificultades. Por ejemplo, recientemente hemos finalizado la edición de un libro de cuentos sudafricanos de dos autores; pero cuyos textos fueron extraídos de varios libros. Esto significó negociar con varias partes y que haya una armonía en todos los ítems. Por ejemplo, si una parte nos da solo la distribución en nuestro país y otra parte nos permite en América Latina, debemos lograr que ambos nos den el mismo territorio porque el libro es uno. Y así con cada elemento del contrato.

Ferias internacionales

Una política de traducciones requiere la presencia de nuestras editoriales en las ferias internacionales. La participación en las ferias internacionales del libro nos

ofrecen una serie de ventajas que las editoriales universitarias no podemos perder. Es una oportunidad para dar a conocer nuestros catálogos en el encuentro personal con autores, editores, libreros, distribuidores y otros profesionales del sector.

Podremos conocer otros catálogos y así tener nuevas propuestas para incluir en los propios. Estos encuentros pueden ayudarnos a cerrar acuerdos de cesión de derechos que posiblemente hayamos iniciado por vía electrónica; pero que un encuentro personal con el editor favorecerá el cierre del acuerdo.

Es posible adquirir nuevos contactos y mantener los ya adquiridos. El seguimiento de los contactos a lo largo del año es muy importante; asimismo, una vez que uno se inicia en la participación de las ferias, no debe dejar de asistir para poder seguir manteniendo los vínculos.

El papel de los subsidios a la traducción

La edición de obras traducidas tiene costos mayores que la edición de obras en nuestro idioma; de ahí la importancia de conocer los diferentes subsidios para la traducción o publicación que tienen muchos países para difundir a sus autores.

En Argentina, el programa que ha tenido mayor impacto ha sido el creado por el Gobierno francés: Programa de Ayuda a la Publicación Victoria Ocampo, bajo dos modalidades: ayuda a la traducción y ayuda al pago de derechos. Incluye traducción de obras de autores franceses contemporáneos de las áreas de literatura, humanidades y ciencias sociales. Desde su creación en 1984 se han editado ochocientos obras. En nuestro caso, participamos de la convocatoria desde 2005 y de las catorce traducciones del francés, cinco han contado con este subsidio.

Además, el Gobierno francés tiene el Programa Regional de Ayuda a la Coedición Jules Supervielle, que promueve la traducción de obras de autores franceses contemporáneos para que sean coeditadas entre dos o más editoriales que estén ubicadas en diferentes países de América Latina.

Argentina, a su vez, cuenta con el Programa Sur, para que obras de autores nacionales de los géneros de ficción y ensayo sean traducidos a diferentes lenguas.

Funciona desde 2009 y se han otorgado subsidios a 854 obras en 44 países, hasta la fecha.

Brasil relanzó en 2011 su Programa de Apoyo a la Traducción y Publicación de Autores Brasileños en el Extranjero bajo diversas modalidades: apoyo a la traducción de autores brasileños, apoyo al intercambio de autores brasileños en el exterior y apoyo a la residencia de traductores extranjeros en Brasil. Otros países o regiones del mundo que cuentan con subsidios son Italia, Cataluña, Turquía, Alemania, Polonia, entre otros.

Conclusión

Cada editorial, en función de su política editorial, desarrollará un catálogo. Ese será su rostro visible, por detrás del cual sabemos que se tejen millones de preguntas y decisiones de política editorial. He ahí el gran reto: qué editorial queremos ser. Una centrada solamente en investigaciones nacionales leídas por unos pocos cercanos o una de carácter universal que acompañe la visión universal de la universidad. En nuestro caso, hemos intentado encontrar este camino a través de una política de traducciones.



Edición universitaria en Perú:

situación, cifras y desafíos
de un modelo en crecimiento



Pablo Alonso Cotrina

Director del Fondo Editorial de la Universidad César Vallejo de Perú. Master en Edición por la Universidad de Salamanca (España) y obtuvo el Diploma en Dirección Editorial por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (Perú). Es el presidente de la Comisión de Capacitación Profesional para la Industria Editorial de la Cámara Peruana del Libro. Recientemente, estudió el Yale Publishing Course impartido por la Universidad de Yale (Estados Unidos).





En Perú, la edición universitaria y académica se ha fortalecido a partir de que las instituciones han entendido la trascendencia de dos variables medulares: dar visibilidad a sus investigaciones y afianzar su impacto en la sociedad. En un país donde, según la Cámara Peruana del Libro, el 10 % de la producción total de títulos nuevos pertenece a la categoría universitaria y más de la mitad de los temas tratados los conforman las ciencias sociales y las ciencias aplicadas, inferimos que las cifras están a nuestro favor; pero las herramientas se encuentran aún en desarrollo.

Año tras año, el surgimiento de editoriales ligadas a las instituciones de investigación y educación responde a la necesidad de difundir su trabajo y de relacionar mejor su entorno. Con objetivos y tamaños distintos, las editoriales universitarias peruanas se consolidan como plataformas confiables de publicación y consulta para ciudadanos en continua búsqueda de respuestas y con muchas necesidades de contenido todavía insatisfechas.

Hay en este momento, 32 editoriales universitarias en Perú, cifra a la que llegamos bajo tres criterios: 1) pertenecer a una universidad o centro de investigación activo, 2) contar con una estructura de funcionamiento con personal fijo y 3) tener un plan de publicación en marcha. La cifra es todavía reducida respecto al número de universidades (142) que operan de acuerdo la ley y según la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (Sunedu). Así, tenemos que solo el 23 % de instituciones universitarias peruanas cuenta con una editorial propiamente dicha en funcionamiento.

En este contexto, iniciativas estatales como la de PromPerú, organismo de promoción nacional de bienes y servicios del Ministerio de Comercio de Exterior y Turismo, han resultado de gran impulso para los editores universitarios. Hace tres años se incluyó al sector editorial peruano entre aquellos con alto potencial exportador y puso en marcha un programa muy ambicioso para promover su internacionalización. Esto ha significado para los editores peruanos tener la posibilidad de participar destacadamente en buen número de ferias internacionales (Guadalajara, Bogotá y Santo Domingo) con un socio estratégico y de penetrar en nuevas comunidades de lectores, algunas de ellas hasta hace poco inaccesibles por nuestros propios medios (Frankfurt).

Esta política ha permitido que nos acostumbremos a editar con mejor calidad y que entendamos que, ante la inmensa variedad, la mejor fórmula es la diversidad. Cada forma de pensar, cada estética y cada catálogo representan valores que cuentan para hacer la diferencia. Actualmente, venimos trabajando en la conformación, bajo el amparo técnico y económico del Estado, de una organización que agrupe societariamente a los editores universitarios peruanos; vale decir con estatutos, personería jurídica, junta directiva y una estructura de funcionamiento que facilite la sostenibilidad de la apertura del libro peruano hacia el mundo.

No obstante, los desafíos aún imperan: los espacios para el libro peruano en los puntos de venta son todavía insuficientes y restringen la accesibilidad de este al público lector, así como la centralización de la producción académica fuera de Lima —donde hay calidad y cantidad de investigaciones—, que permanece además oculta por escasez de medios y métodos para incrementar su visibilidad. También es de urgencia trabajar en la construcción de repositorios fuertes en las instituciones universitarias, con estándares apropiados para la clasificación, el almacenamiento y la búsqueda, y que de igual forma garanticen el acceso masivo y permanente de los lectores a su producción académica.

La experiencia en el Fondo Editorial de la Universidad César Vallejo, como editorial universitaria privada que participa en este contexto, ha sido igualmente fiel a su misión: gestionar y difundir la producción intelectual de la universidad y sus grupos de interés mediante publicaciones organizadas en colecciones para formato impreso y digital. Con casi un lustro de labores, nues-

tra apuesta reside en que la universidad se conecte con la comunidad de muchas maneras distintas: no solo investigación científica y académica; también hay espacio para el ensayo alturado, los libros de texto, la lírica en todas sus formas, la narrativa contemporánea breve y la novela con preocupación por el lenguaje, así como la fotografía.

La cantidad de saberes que propone una universidad demanda, como a muchas otras editoriales universitarias, estar abiertos a dar espacio a documentos únicos, a menudo inclasificables, y que obligan a jugar con las fronteras del concepto tradicional de colección, en cuanto a su acepción y extensión. Para ello, nos preparamos para recibirlas mediante ediciones especiales o proyectos especiales a su única medida. Son una ventaja comparativa y a la vez competitiva: primero porque se configuran naturalmente, y luego porque la universidad los potencia y resguarda para diferenciarse del resto.

Ser una editorial universitaria con una mirada plural a las distintas expresiones del conocimiento nos han enseñado mucho. Las interacciones con autores de diferentes bagajes y procedencias, la circulación internacional de nuestras publicaciones y la posibilidad, sublime y desafiante, de llegar a comunidades de lectores con necesidades heterogéneas han significado grandes aprendizajes para comprender el trabajo editorial desde una perspectiva global, integral y comprometida.

Hay mucho camino por recorrer para el libro universitario en un país como el nuestro, pero la reciente evolución de su entorno y la continua observación a su periferia cambiante pueden ponernos en el camino de la consolidación.





La edición universitaria:

un equilibrio de intereses

Doris Elena Aguirre Grisales

Comunicadora social-periodista de la Universidad de Antioquia, donde hizo estudios de Maestría en Filosofía del Arte. Actualmente se desempeña como asistente editorial de la Editorial Universidad de Antioquia donde, además, dirige y edita dos colecciones de formación de lectores: la Biblioteca Clásica para Jóvenes Lectores y la serie de Formación Ciudadana. Ha sido docente universitaria en el área de literatura y actualmente es editora de la revista Agenda Cultural de la misma Universidad.



Muchas cosas pueden decirse sobre la edición universitaria, y quizá una de ellas sea que en pocos terrenos suele encontrarse una discrepancia mayor entre lo deseable y lo practicable, entre los sueños y las realidades y, a la vez, y paradójicamente, un sitio rico en posibilidades de conjunción de unos con otros. Tanto es esto verificable que, dando por descontado, casi que por ser ya lugar común, que la tarea del editor universitario es poco o mal reconocida, se puede afirmar que, ejercida de modo profesional, es una labor que logra balancear esos denominados *sueños del editor de oficio* con los intereses institucionales y los propósitos de la publicación desde la academia.

Tiro al blanco

Y como en toda enumeración de lo malo, lo bueno y lo feo, es necesario decir que la práctica de la edición en el ámbito universitario, frecuentemente, la ejercen no editores de oficio o de formación, sino personas (casi siempre profesores universitarios asignados a ello) que aprendemos en la marcha, intentando resolver cada pregunta que el ejercicio plantea. Y tan dolorosa afirmación se plantea, porque cuando uno lee cualquiera de las muchas y buenas memorias disponibles de editores de oficio, se encuentra con que el editor se hace y llega a la edición e impresión de libros a partir de una búsqueda intelectual precisa (Einaudi, Herralde y Vallcorba), de un gusto y una relación estética con los libros, o por herencia familiar del oficio (Barral, Tusquets, Muchnik, Salinas, etc.), no por ejercicio de funciones en un espacio laboral específico.

Ahí entonces el primer punto de quiebre para entender el oficio de editor universitario como eso, oficio de editor, en esa suerte de comienzo espurio de la tarea, pues pareciera, además, que en la universidad la edición y la publicación de libros se entiende como una herramienta, no como un fin en sí mismo.

A ello se suma que se trabaja, básicamente, con títulos recibidos en una convocatoria abierta, no con obras

pedidas o concebidas desde su inicio como tales, y los mecanismos de selección de los títulos (cuando pueden aplicarse de modo riguroso) deben ser coherentes con las políticas institucionales mismas y con los criterios de evaluación de los productos académicos. Se cuenta, por lo tanto, casi siempre no con lectores o comités de lectores, sino con pares evaluadores y con instrumentos orientados a facilitar, a la postre, la tarea de los comités de puntaje o a propender a la acreditación institucional, por ejemplo.

Ni qué hablar de que se cree, común y erróneamente, así, al bulto, que una editorial universitaria no tiene que distribuir ni vender sus publicaciones, pues, como diría alguien, son publicaciones sobre las cuales no hay que rendir cuentas o, en el mejor de los casos, son libros para el autoconsumo.

En contraste, cualquier editor profesional o uno de oficio le dirá que busca sus temas o que va “a la caza” de los autores que siempre ha querido publicar; que rechaza muchos más de los que aprueba, del montón de títulos que recibe sin haberlos pedido; que conforma grupos de lectores expertos en los que confía la labor de criba y de “descubrimiento” de autores, y que programa con cuidado los ciclos de vida de sus publicaciones.

Tierras firmes

Lo anterior, por supuesto, no constituye una suerte de maniquea separación entre el averno y la arcadia, pues la edición tiene sus meandros difíciles y estériles esté donde se esté. Por eso, valga también señalar, como ganancia, que al editor universitario le compete, cómo no, publicar lo que se produce en la universidad, lo que la academia tiene para decir a sus pares y a la comunidad global, y que, en medio de las exigencias y restricciones, puede hacer buenos libros, esos que propician conversaciones y discusiones con los lectores y entre ellos mismos.

Es también positivo el hecho de que el editor universitario puede hacer su tarea como tal, pese a lo que



acaba de decirse o, mejor aún, en ese medio de desafíos que enfrenta. Pero claro, valga, antes que nada, anticipar que es distinto publicar libros en la universidad que ser editor universitario. Y a esto último es a lo que nos referimos aquí, pues esta diferencia sirve para distanciar la edición de la instrumentalización que representa imprimir artículos o libros, sin un manejo profesional de las publicaciones, sin la dirección de un editor que entienda la publicación como un hecho cultural, y que no se limite a atender las volubles exigencias de un sistema educativo caracterizado por irregularidades ostensibles, por tensiones no del todo resueltas, por anacronismos difusos.

Como lo señalaba la editora Margarita Valencia en una entrevista publicada en *El Malpensante*, pareciera que en el medio universitario prevalece:

[...] esa idea, que uno aprende en el colegio, de que la complejidad en la escritura revela una inmensa complejidad en las ideas, que es la peor distorsión que uno puede aprender. Y, sin embargo, es básicamente la mentalidad con la cual un profesor se sienta a escribir. Por esa mentalidad, la gran mayoría de textos universitarios parecen jovencitas sobrevestidas [cuando salen] para su primera cita. Tienen demasiados collares, la falda está demasiado alta, la blusa está demasiado transparente, tienen seis colores que sobran. Sin embargo, debajo de eso hay una gran producción de ideas, hay investigación, y en ese sentido la edición universitaria tiene muchas cosas que deben publicarse. Pero publicarse. Que no es lo mismo que sacar un libro para que termine en la biblioteca de mi compañero de escritorio.

O, como lo pedía Jaume Vallcorba, al hablar de los libros de ensayos, los que “tienen que ir dirigidos también a los no especialistas, a la ‘buena gente’, por decirlo rápido, y ofrecerse con transparencia al lector. Creo firmemente que si un ensayo es opaco, lo es también el pensamiento que intenta transmitir, y que la claridad es traducción de la riqueza de las ideas que transmite”. Por fortuna, también es válido y necesario señalar que se ha avanzado mucho en materia de edición universitaria y que ese aprendizaje cada vez se hace de manos de editores formados, de personas con experiencia en el terreno. Las ferias del libro, en el país y por fuera, con sus salones especializados, con sus seminarios de profesionalización, así lo demuestran. También la (cada vez mayor) versatilidad con que en algunas universidades se entiende el asunto de las publicaciones, y el uso inteligente que se hace de formatos y medios para lograr los objetivos institucionales; esto es, el modo como se percibe que no todo lo que se produce en el medio académico debe ser trasladado a un libro, que no todo lo que se produce en el medio académico debe reproducirse en

papel y, menos aún, en grandes tirajes. Y, no menos importante, está en el haber de los aprendizajes de los editores universitarios que la edición es un asunto profesional y que el sentido real de la publicación es que, efectivamente, se publique, se haga visible, se dé a conocer.

En abril de 2015, en las Jornadas de Edición Universitaria de Buenos Aires, así lo rescataba Margarita Valencia, apuntando a que las editoriales universitarias, más que cualesquiera otras, pueden aprovechar los formatos para derivar la información o el conocimiento según sus particularidades y lectores. Por algo en las universidades existen revistas con fines muy claros y existen también fondos editoriales.

Enarbolar banderas

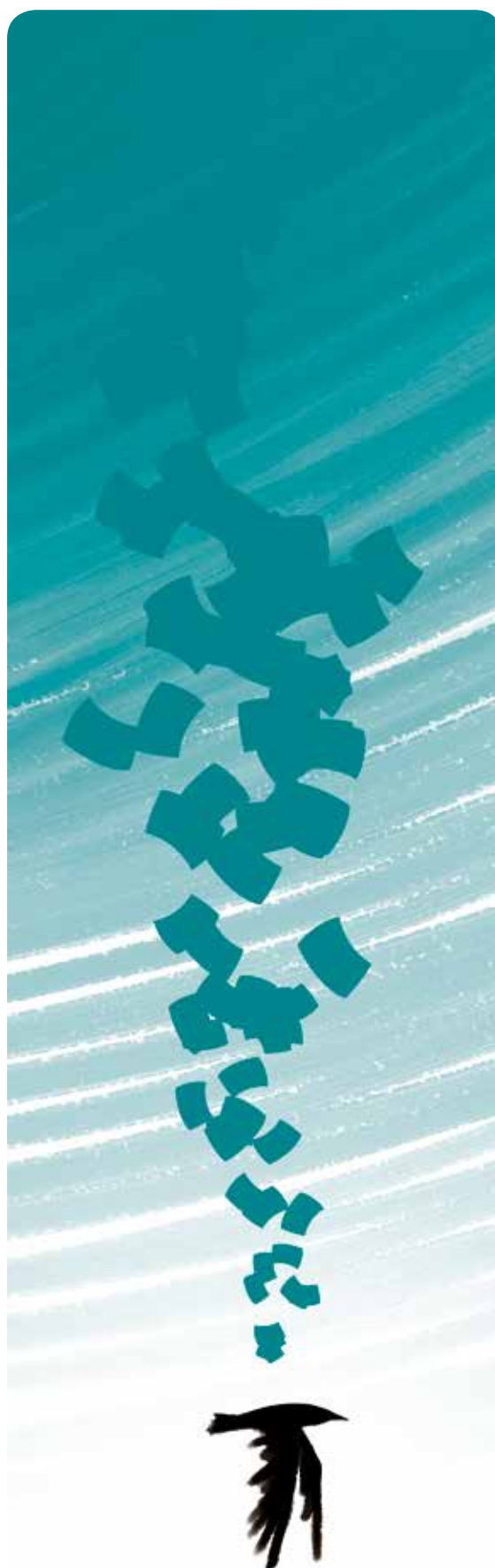
Quizás lo más difícil de manejar en el medio de la edición universitaria sea, más allá de las precariedades de los presupuestos, de los títulos imposibles, del enriquecedor proceso con académicos que llegan a ser autores o de la tarea de lidiar con exigencias institucionales, lo que Jorge Herralde denominaba “ser coherente con el catálogo y, así, permitir la identificación, que es lo fundamental para los lectores”.

Se trata de crear un catálogo, construirlo, creer en él (desviarse y rectificar, quizás) y no perderlo de vista, porque se tiene la convicción de estar creando un texto legible con él, un texto en el que la propia institución se lee y en el que se interpretan las letras de sus autores. Por supuesto, se alude a un catálogo diverso, pues se trabaja tanto con lo que la universidad produce como con lo que adrede y con esfuerzo se hace desde una idea, pero un catálogo en lo posible orientado bajo los mismos principios de hacer libros con calidad, libros para ser consultados y leídos.

Lo que el editor debe buscar, pedir, propiciar, en materia de su catálogo, se sitúa en la línea de lo que con furor reclamaba Lindsay Waters en su ya emblemático librito sobre la edición académica (*Enemies of Promise. Publishing, Perishing, and the Eclipse of Scholarship*), cuando hablaba sobre las posibilidades de una cultura humanística allende la sobreproducción meramente motivada por las cifras y los registros.

No es, por lo tanto, incoherente pensar que una editorial universitaria, a la par que publica a los académicos en sus libros, pueda y deba publicar las nuevas voces en literatura y también las canónicas (vueltas a mostrar con otros elementos y otros contextos, como le corresponde a la academia mostrarlas), y que promueva el desarrollo y revitalización de las humanidades y de las ciencias que responden preguntas concretas, en un mundo concreto.

Hablamos, en síntesis, de un catálogo dinámico, coherente, progresivo, legible; y tal tarea es la que compete a un editor, esté donde esté, pues como dice Mario Muchnik, “el editor es un mediador constructivo entre el autor y el lector”, y nuevamente Vallcorba: “un buen editor contribuye positivamente a la construcción del patrimonio colectivo”.



Los editores contra GODZILLA

18



Astrid Velasco Montante

Jefa del Departamento de Ediciones del Centro de Investigaciones sobre América del Norte de la Universidad Nacional Autónoma de México y directora editorial de la Colección Ojo al Gato de la editorial Tintable; miembro del Grupo Técnico de Expertos que trabaja en la norma para certificar la función de "Corrección de estilo", proyecto que lleva a cabo la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem) con el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales (Conocer) de la Secretaría de Educación Pública, México.

La edición es un mundo constantemente amenazado por las dificultades, como cuando Godzilla se acerca a nosotros y destruye a su paso, pesadamente, la ciudad. Si no hacemos algo, la aplastará, ¿moriremos? Buscamos caminos, corremos en sentido opuesto al de la torpe fiera que atropella todo lo que su bruto cuerpo puede abarcar, ¿seguiremos evadiéndola o la enfrentaremos? El cambio en los paradigmas de la edición, de la protección de los derechos autorales y la misma profesionalización de la labor editorial han cambiado los retos que encaramos. Algunos se han fortificado, otros simplemente escapan del peso de las garras de Godzilla.

Desde el surgimiento de la edición y de los editores como profesión especializada, separada de la de librero y de la de impresor, cada vez que se encuentra un camino para atravesar algún obstáculo, se abren opciones de paso en las que aparecen nuevos desafíos o, cuando menos, nuevas maneras de aproximarnos al fenómeno, las cuales nos plantean más preguntas o cuestiones que hay que abordar. Hemos dejado de huir, hemos analizado las posibilidades y hemos decidido actuar.

La edición académica no se parece en nada a lo que era hace años; hemos recorrido mucho camino, y cada vez contamos con más instrumentos y saberes para emprenderla, pero justamente la visibilidad del panorama que se ha abierto ante nosotros nos ha hecho descubrir que hay más combates y soluciones que encarar que los que veíamos cuando todo nuestro paisaje se restringía al agobiante problema de la distribución o a la profesionalización de los editores.

En nuestros días, hay varios retos que me parece importante mencionar (adicionales a la tan conflictiva distribución y a la lenta, pero segura, profesionalización de los editores). Estos son similares en dos tipos de edición que he realizado, la literaria y la académica: 1) la valoración del trabajo editorial, sobre todo la cuestión de cómo concebir el valor agregado que implica la edición; 2) de qué forma impulsar la independencia en la toma de decisiones que conlleve poder modelar contenidos valiosos que no necesariamente se encasillen en las tipologías que hasta ahora hemos fabricado (los mismos editores) para los libros (ambos puntos están relacionados) que publicamos; 3) la estratégica definición de nuestros lectores, que implica reflexionar acerca de cómo establecer una comunicación directa y de calidad con ellos, y también si es necesario poner en práctica campañas de fomento a la lectura para los adultos. Si bien hay muchos más puntos que hay que reflexionar, me enfocaré en estos que en este momento me interesan profundamente.

Sobre el primero, tenemos que analizar qué aportamos a las publicaciones como editores. Obviamente, para cualquiera que se dedique a esta profesión, la respuesta es que, potencialmente, mucho (podemos mejorar el texto, pensar en el lector para realizar una mediación efectiva, adjudicar una tipografía y un diseño a la publicación para hacerla legible y afín a los intereses de este, en fin... La lista es larga); sin embargo, ¿realmente estamos aportando? Y si atendemos la cuestión de la valoración de nuestra profesión en nuestra misma cadena de producción (para el autor, el lector, para los que toman decisiones administrativas y financieras), esto se desfigura, aun cuando evidentemente hay publicaciones cuya dimensión de valor es el objeto mismo (la edición) más allá del contenido. Creo que todos hemos comprado libros simplemente, porque la edición, el diseño u otra cosa nos atraen.

La cuestión es que en la edición académica y la literaria, el valor de lo editorial para otros está subordinado al carácter de eficacia para sacar la publicación a la luz y no en el aporte del editor. Y esto es cada día se profundiza más con la simultaneidad de la publicación que permite las nuevas tecnologías y con la autoedición. Y si bien no propongo un protagonismo del editor, me parece necesario reevaluar el papel creativo que podemos asumir para hacer mejores libros. En la edición de literatura, según mi propia experiencia, las funciones de los diferentes tipos de editores están divididas más claramente, pero los que directamente trabajan con los textos poco intervienen en la construcción del proyecto editorial. En la edición académica abundan los que se dedican a trabajar el texto y quienes supervisan el flujo de los procesos editoriales (que a veces tienen que trabajar también en la corrección de los textos); algunos toman decisiones (pocos) y la mayoría son obreros de un taller intelectual que tiene pocas opciones para *idear el libro*; su función es únicamente ejecutarlo, es decir, llevar el texto escrito a un soporte y presentarlo como libro (o como parte de una revista). Sin embargo, el valor de la edición debería estar puesto justo en *idear*, en construir el libro a partir del contenido (o incluso crear este también en ciertos casos en los que haya un vacío de contenido que la universidad requiera para cumplir sus funciones o que en la editorial que publica literatura

se necesite para promover un cierto libro o para impulsar la lectura). Esto, que parece obvio, apenas destella desde un rincón en la edición universitaria; mientras en la literaria se practica solo con los autores noveles cuya obra sí está sujeta a la intervención del editor.

En la universidad, cuando menos en las mexicanas, pocos editores proponen, apuestan, inventan o se arriesgan. El libro académico es el que todos ya conocemos: presenta una investigación que tiene un aparato crítico, se apoya en una metodología y se presenta con una serie de materiales metatextuales (cuadros, gráficas, imágenes, ejercicios) que afirman y sustentan el contenido. En general, no salimos de ahí. No nos atrevemos



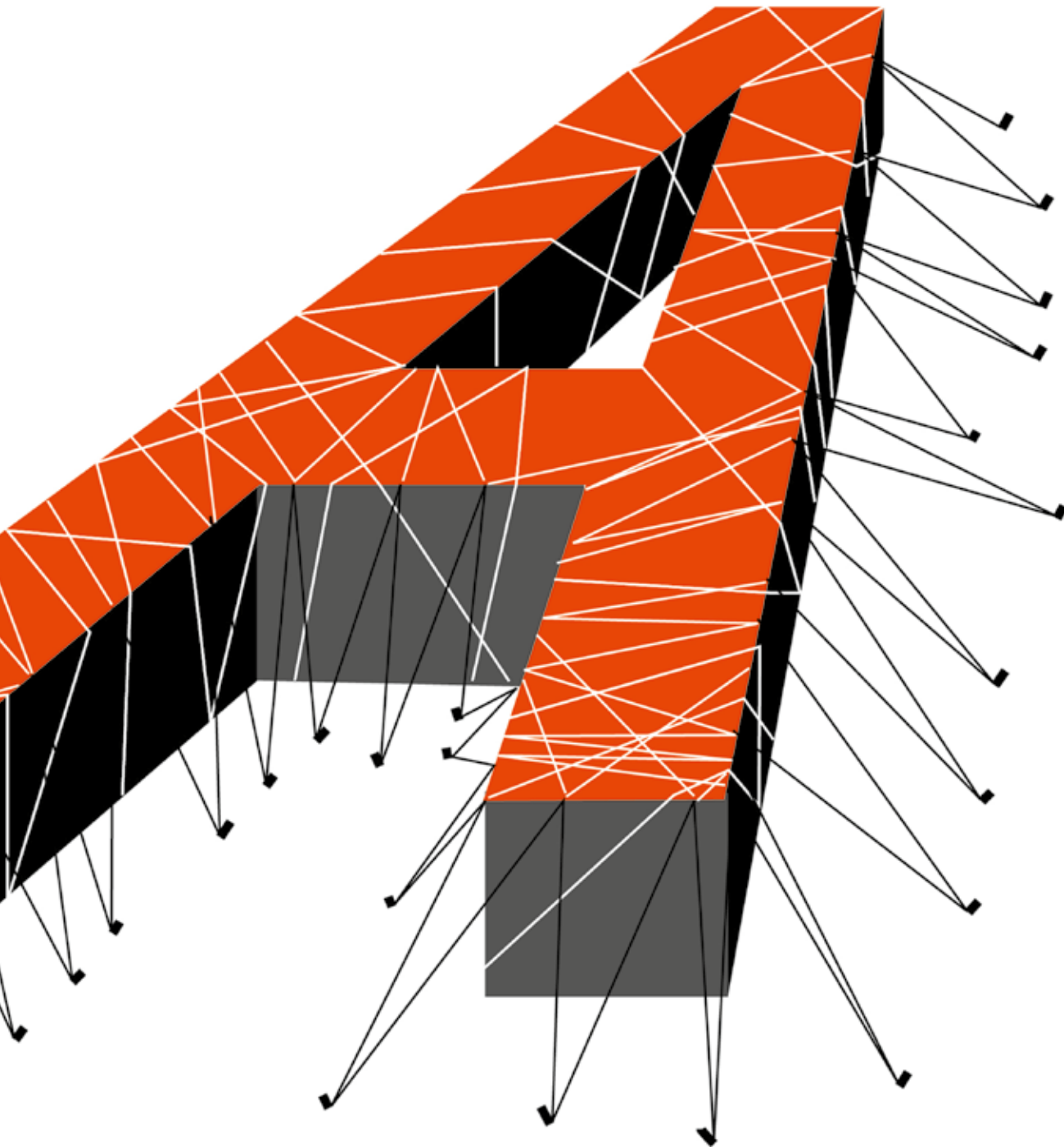


ilustración: @Leonel Sagahón

a repensarlo como algo que se ligue más con su potencial lector o que incluso atraiga nuevas audiencias. Tenemos tecnologías disponibles, tenemos posibilidades infinitas impresas y digitales, pero pocas veces hacemos algo más que empaquetar el contenido en diseño y esclarecer su forma. El punto es cómo cambiar la mentalidad del editor para que sea creativo y propositivo. Y en la literatura el reto es cómo hacerla más interactiva (ojo: no me refiero al texto, sino a productos secundarios, que solo han aparecido con la *fan fiction*).

Siguiendo a Michael Baskhar creo que “No existe la edición sin contenido; la idea es absurda [...] [pero] el contenido [...] [, que] debe ser el cimiento, [...] *solo*

se vuelve comunicativo con una mayor intervención; la edición [...] crea el acto de comunicación” (2014, 91). Esto que él explica con la teoría del filtrado y la amplificación se liga con mi idea de que la publicación adquiere, gracias a la propuesta editorial, una dimensión más relevante que lo que simplemente comunican el texto e imagen por sí solos.

Este es un punto respecto del cual deberemos reflexionar. En mi historia como editora de literatura, tuve mayor libertad para idear siendo asistente editorial (metamos ilustración, intervengamos el texto para explicitar la traducción, etc.) que como jefa de publicaciones de un centro de investigación en una universidad, donde



se concibe como sagrado el formato tradicional de libro que conocemos como académico (lleno de notas, bibliografías no citadas, gráficas tomadas de fuentes externas, etc.). Esta es mi experiencia; supongo que no es una verdad absoluta en el mundo de la edición literaria, donde he visto que se ha operado un cambio en la relación con los autores para mantenerlos dentro del catálogo. Ahora que se les consiente más y se les da mayor participación en el proceso editorial que cuando yo inicié mi carrera hace más de veinte años (por ejemplo, se les deja elegir la portada) y ello merma, en consecuencia, la autoridad y la pericia del editor.

Ser propositivos y creativos no necesariamente está relacionado con la transformación radical del texto o con el reconocimiento externo de nuestro trabajo (aunque es importante), sino con buscar los mejores canales y medios para llevarlo a cabo. Tiene que ver con girar la rueda y ganar la autoridad de tomar decisiones con base en nuestra competencia como editores (profesionalización, pero también creatividad y riesgo). Al respecto habrá que trabajar con los autores en el caso del libro académico. ¿Podría una investigación adquirir otra forma que no sea la del texto explicativo o argumentativo? Ya hay algunos casos prominentes de investigaciones que se presentan noveladas, como infografías o como una novela gráfica, ya ha sucedido (me refiero en específico al caso de Nick Sousanis con *Unflattening*, una tesis doctoral convertida en novela gráfica, publicada por Harvard University Press). Pero sin ir más lejos, lo que basta es que los autores sean realmente autores y no investigadores, tarea en la que el editor puede participar.

Y esto me lleva al punto dos de los retos que me interesan: *¿de qué forma impulsar la independencia en la toma de decisiones que implique poder modelar contenidos valiosos que no necesariamente se encasillen en las tipologías que hasta ahora hemos fabricado (los mismos editores) para los libros (ambos puntos están relacionados) que publicamos?* ¿Debería ser una labor conjunta, gremial? ¿Tendría que derivar del ejercicio profesional de la edición en todos los niveles? Yo respondería que sí a ambas preguntas y añadiría algo que se liga a mi punto tres: es necesaria la *estratégica definición de los lectores*, lo que implica reflexionar sobre cómo establecer una comunicación directa y de calidad con ellos, así como pensar

si es necesario poner en práctica campañas de fomento a la lectura para los adultos lectores de literatura y de libro académico, pues cada día disminuyen.

En la teoría de la edición ya se escuchan voces del riesgo de que sea el editor, no el libro, el que vaya desvaneciéndose. Chartier, por otra parte, nos decía hace unos años que “algunos de los desafíos lanzados a las editoriales universitarias [...] remite[n] a las transformaciones de las prácticas de lectura y más generalmente a las mutaciones de las relaciones con el libro [...]” (2007, 20). En el caso mexicano, las encuestas de lectura ubican al adulto joven, de entre 18 y 24 años de edad, como el más lector (4,2 libros al año); no obstante, es escandaloso que un estudiante que debería leer no solo por placer, sino en su carrera académica, lea únicamente más de cuatro libros al año y tenga un resultado tan pobre en las pruebas de comprensión lectora. ¿La universidad debería hacer algo? Sin duda.

Las editoriales privadas de literatura, y hasta algunas librerías, realizan campañas de fomento a la lectura para grupos adultos a través de su mercadotecnia, pero ¿qué está haciendo la edición universitaria y la universidad misma? Para terminar con esta pequeña disertación, hacerlo o no desde la editorial es un reto que enfrentamos cuando ya hemos pasado de lo urgente a lo estratégico. ¿Cambiaremos la relación de los lectores con nuestros libros? La tecnología ciertamente la ha cambiado en el caso del texto y el lector, definitivamente después de Internet, las redes como Facebook y Twitter, no se lee igual. No hay que olvidarnos de que Godzilla está destruyendo ya parte de la ciudad, hay que actuar. Esta Godzilla no está armada con la amenaza de la tecnología, sino con el conservadurismo y la abulia que sojuzga a las instituciones y a muchos de sus integrantes.

Referencias

- Bhaskar, Michael. 2014. *La máquina de contenido*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Chartier, Roger. 2007. “La universidad como contexto para la edición de libros: pasado, presente y futuro”. En *Innovación y retos de la edición universitaria*, coordinado por Magda Polo Pujadas. Madrid: Unión de Editoriales Universitarias Españolas.

Editar en un mar turbulento



Alexis Cuzme

Director (e) del Departamento de Edición y Publicación Universitaria de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Editor del sello universitario Mar Abierto. Vicepresidente de la Red de Editores Universitarios y Escuelas Politécnicas del Ecuador (Reupde)

No ha sido fácil para una editorial universitaria, del sector público, considerada en su propio país como una de las más productivas en el ámbito local, superar su propia producción de publicaciones (Álvarez Rodas y Juncosa Blasco, 2014). Pasar de diecinueve libros en el 2013 a solo ocho en 2014 (Cámara Ecuatoriana del Libro, 2014) ha representado un quiebre de actividades.

En este escenario, editorial Mar Abierto, de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Uleam) ha debido confrontar problemas complejos en el 2014, que obstaculizaron su ritmo habitual de producción.

El panorama hubiera desencantado no solo a la dirección, sino al equipo editorial tras el sello; pero, contraria-

mente, han sido los puntos de partida para replantear la actividad editorial: primero, destacando las publicaciones académicas producidas por los docentes e investigadores de la institución, y con quienes se han desarrollado coediciones junto a otras universidades, nacionales e internacionales. Segundo, desplegando un mayor trabajo de visibilizar el conocimiento producido a través de los canales digitales.

Como editorial universitaria se han privilegiado las publicaciones de docentes e investigadores; pero no se ha descuidado la edición y publicación de obras literarias, mediante las cuales el sello Mar Abierto logró protagonismo en Ecuador, por tratarse de una de las pocas editoriales provenientes de una institución educativa centradas en evidenciar el trabajo de autores de ficción.

“Editar puede ayudar a crecer. Maleditar no”, sostiene Jordi Nadal (2005, 4), y a partir de este criterio

se ha continuado desarrollando un trabajo donde se sigue receptando y evaluando manuscritos, editando, publicando, y difundiendo los distintos títulos en sus múltiples áreas del conocimiento. Primando la calidad de lo que lleve el sello editorial.

Por eso editar, dentro de una universidad, es el mayor reto que un profesional de la edición puede asumir. Es desplegar todo el ingenio posible para encontrar alternativas en beneficio de cada uno de los libros por los que se ha apostado.

Y en este ingenio necesitado, como Mar Abierto, se ha optado por las publicaciones digitales. Ya existía una experiencia, publicando en plataformas digitales parte del catálogo editorial. Sin embargo, uno de los objetivos actuales es el de subir a la web, en su totalidad, los libros y revistas publicados y agotados, y así cumplir con el deber de acercar a investigadores y lectores el conocimiento canalizado y difundido desde el sello.

Hace quince años se creyó en un sueño, y ese sueño se pretende extender hasta el límite de las capacidades. Todo porque se cree en la universidad, como centro para producir y difundir conocimiento; así como en la Uleam, que acogió desde su inicio al proyecto editorial, que ha brindado las facilidades para que un sueño surgido desde una necesidad cree escuela y se vuelva un modelo en Ecuador.

Referencias

Álvarez Rodas, Luis y José Juncosa Blasco. 2014.

“La evaluación y acreditación de la educación superior ecuatoriana y la producción editorial”. *Universitas* 21: 163-181. doi: 10.17163.uni.n20.2014.15.

Nadal, Jordi y Francisco García. 2005. *Libros o velocidad: reflexiones sobre el oficio editorial*. México: Fondo de Cultura Económica.

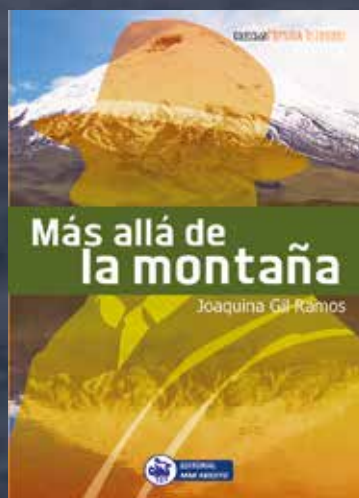
Cámara Ecuatoriana del Libro. 2014. *Estadísticas y datos ISBN*, <http://www.celibro.org.ec/fragmentEnd/images/objetos/Estadisticas%20ISBN%20>



1



2



3



4

- 1: *Obras completas* (ensayos, 2014), de Miguel Donoso Pareja, creador de talleres literarios en México y Ecuador. Autor de amplia trayectoria
- 2: *Hallado en la grieta* (novela, 2011), de Jorge Velasco Mackenzie, narrador ecuatoriano
- 3: *Más allá de la montaña* (2015), de Joaquina Gil Ramos, docente universitaria
- 4: *Cyberalfaro* # 26 (2015), revista icónica de la Uleam, primera publicación seriada de Mar Abierto

25

Livraria UNESP Móvel:

um novo modelo de negócio
para o livro



Maria Candida Soares Del-Masso

Assessora Editorial – Fundação Editora UNESP. Coordenadora da Livraria Unesp Móvel da Fundação Editora Unesp. Professora Assistente Doutora junto ao Departamento de Educação Especial da Faculdade de Filosofia e Ciências (FFC) – Universidade Estadual Paulista (UNESP), campus de Marília, Estado de São Paulo. Editora de Humanidades da Revista Ciência em Extensão. Membro do Corpo Editorial das Revistas LaborAtiva e Abstract. Foi membro do Corpo Editorial da Revista Eletrônica Informação e Cognição. Líder e Pesquisadora do Grupo de Estudos e Pesquisas em Inclusão Social (GEPIS) cadastrado no CNPq. Coordenadora do Centro de Estudos e Pesquisas em Inclusão Social (CEPIS). Presidente da Associação de Suporte ao Trabalho Inclusivo (ASTI). Coordenadora do Núcleo Central da Universidade Aberta à Terceira Idade (UNATI), da Pró-Reitoria de Extensão Universitária da UNESP. Foi Diretora e Vice-Diretora da FFC-Unesp, campus de Marília. Foi Membro Titular junto ao Conselho Curador da Fundação Editora da UNESP.



A Livraria UNESP Móvel (LUM) é um projeto inovador gestado por vários anos com o objetivo de levar o livro por diferentes caminhos e chegar onde está o leitor. No planejamento detalhado do processo de execução, foi fundamental o envolvimento de profissionais capacitados com suporte da equipe da Fundação Editora UNESP. A livraria foi inaugurada em dezembro de 2012, nas comemorações dos 25 anos da Editora UNESP na gestão do professor José Castilho Marques Neto, diretor presidente à época.

A proposta, com forte ênfase na responsabilidade social, supri, em parte, a falta de livrarias, particularmente nas cidades do estado de São Paulo, onde estão localizadas as unidades universitárias da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP). Há uma peculiaridade que a distingue das demais, pois é a única universidade presente em praticamente todo

o território paulista. Sua estrutura multicampi está presente em 24 cidades do estado de São Paulo, sendo 22 campi no interior, um na capital e um em São Vicente — o primeiro de uma universidade pública no Litoral Paulista —. Para compreender a dimensão do estado de São Paulo é importante lembrar que nos referimos a 44.035.304 milhões de habitantes para um espaço territorial de 248.209 quilômetros quadrados, o que corresponde a 6 vezes a Suíça (41.285 quilômetros quadrados) ou 2 vezes a Inglaterra (130.395 quilômetros quadrados).

É interessante ressaltar que o Brasil possui 3095 livrarias, e 69% delas representam livrarias com apenas uma loja; 12%, de duas a dez lojas, e 19% de mais de dez lojas (Associação Nacional de Livrarias 2014), pois estão concentradas na região sudeste do país.

Atualmente há “uma livraria para cada 64.954 habitantes para uma população estimada em 201.032.714 habitantes segundo dados do IBGE de julho de 2013” (Associação Nacional de Livrarias 2014, 8). Esse número está muito abaixo da média internacional. Apontamos



como exemplo os Estados Unidos, onde há uma livreria para cada 24.053 habitantes (Habash 2013). Na Espanha, há atualmente uma livreria para cada 10.335 habitantes (Cruz 2011), país com um total de 4500 livrerias. Na Alemanha, por sua vez, em 2006 havia uma livreria para cada 15 mil habitantes (Uribe 2006). Só na capital da Argentina, Buenos Aires, cidade com maior número de livrerias do mundo, há uma livreria para cada 4000 habitantes (Schweimler 2015).

Cabe ressaltar que 10% das livrerias no Brasil estão localizadas no estado de São Paulo. Apesar de ser um dado significativo em comparação com o restante do país, as cidades onde estão as unidades universitárias da UNESP carecem de boas livrerias; por isso a Livreria Móvel é uma opção para diferentes tipos de leitores.

Frente a essa defasagem, somada a falta de livrerias físicas nos campi da UNESP, a livreria móvel atende a necessidade de 37.388 alunos de graduação, 13.206 alunos pós-graduação, 3880 docentes e 7071 servidores técnico-administrativos, conforme dados do *Anuário Estatístico da Universidade* (2015), além de atender a população em geral e que buscam livros não só da Editora UNESP, mas também de outras editoras universitárias e comerciais brasileiras.

Montada sobre um caminhão-baú com área útil de 20 metros quadrados, a Livreria UNESP Móvel foi concebida para circular por todo o país e levar livros, em especial às cidades carentes de livrerias e bibliotecas. Em alguns municípios a loja tem se transformado em evento cultural. Nas cidades grandes e turísticas, começa a integrar o calendário de atividades educacionais e culturais.

Apesar de a proposta inicial ser a visita às unidades universitárias da UNESP, a LUM também visita outras universidades em estados vizinhos a São Paulo como Paraná, Minas Gerais e Rio de Janeiro e, em tempo de férias acadêmicas, vai a outras cidades do interior e do litoral, conforme solicitação e agenda para os eventos.

A proposta comercial da Livreria Móvel consiste de vendas de livros sempre com desconto que chegam até 30%, além de promoções pontuais conforme a localidade visitada. A livreria aceita o Vale-Cultura,¹ benefício oferecido preferencialmente aos trabalhadores com vínculo empregatício formal que recebem até cinco salários mínimos, com o intuito que oferecer acesso às diferentes formas de cultura, dentre as quais o livro.

Nesses dois anos e nove meses de atividades, o caminhão já percorreu 31.180 quilômetros e visitou 85 cidades, das quais 43 delas são unidades universitárias da UNESP. Passaram pela livreria mais de 85.000 pessoas que compraram aproximadamente 30.000 livros. Esse é um dado interessante para o Brasil, um país com enorme carência de livrerias e poucos leitores, pois conforme dados da pesquisa *Retratos da leitura no Brasil*, cada brasileiro lê “4 livros por habitante/ano” (Instituto Pró-Livro 2012, 71).

1 Consiste de cartão magnético pré-pago, válido em todo território nacional, no valor de R\$50,00 mensais. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/valecultura>







Nesse sentido, a proposta de livrara móvel incentiva a leitura por chegar com o livro onde está o leitor.

Um aspecto a considerar que talvez possa configurar uma dificuldade quando consideramos as vendas na Livraria Móvel é que ela não possui ponto fixo para fidelizar compradores, como ocorre com outras modalidades de vendas, a exemplo de uma livraria física sediada em ponto comercial, ou ainda uma livraria virtual com endereço eletrônico definido. Como estamos em constantes viagens, a cada nova parada encontramos novos compradores e novos desafios.

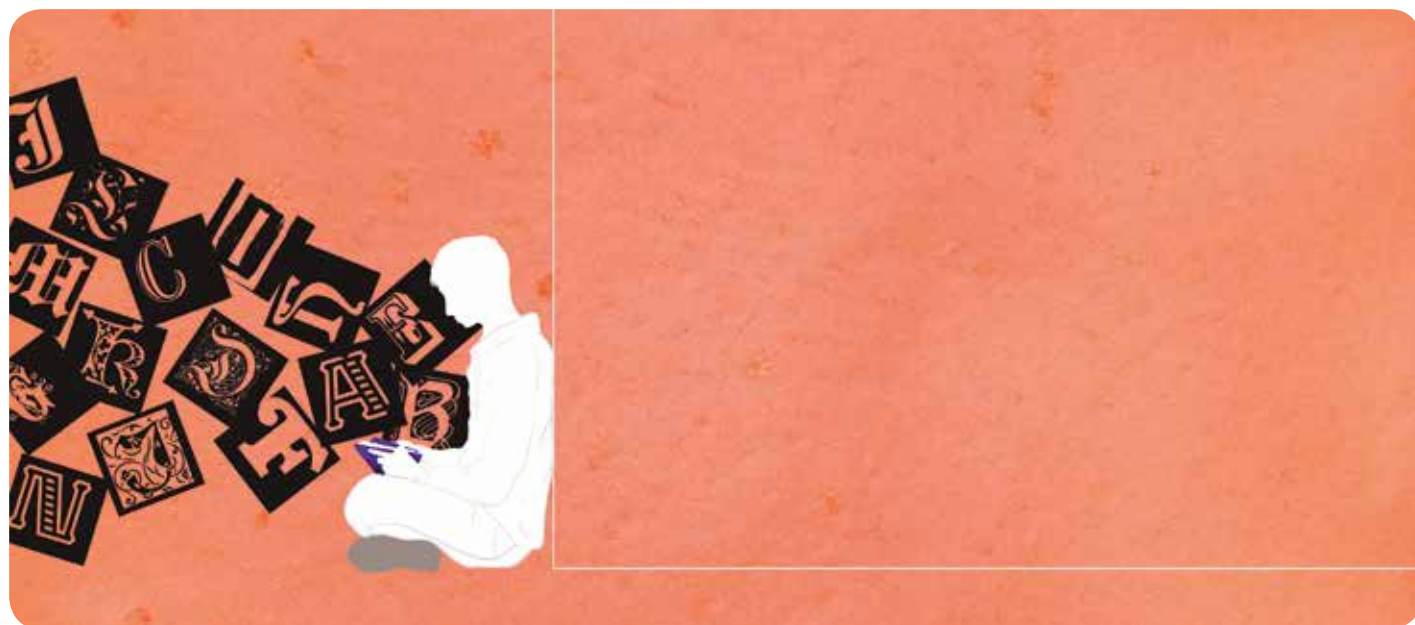
Acrescido a isso, é necessário a cada viagem a construção de uma nova livraria com definição do melhor local para ficar estacionada, os melhores títulos para serem comercializados, os mais atraentes para aquele local específico de modo a atender os consumidores acadêmicos e a população em geral. Desse modo, a LUM disponibiliza os últimos lançamentos das diferentes editoras e os livros mais vendidos segundo fontes comerciais atualizadas semanalmente com livros nas modalidades ficção, não ficção, autoajuda, espiritualidade e negócios.

A LUM reveste-se de fundamental importância por possibilitar ao leitor acesso ao livro, bem simbólico e substantivo de uma cultura.

Referências

- Associação Nacional de Livrarias. 2014. "A localização das livrarias brasileiras". *Revista ANL* 14 (57): 8-9, http://anl.org.br/web/pdf/revista/informativo_ed57.pdf
- Cruz, Juan. 2011. "¿Qué será de las librerías?". *El País*, 22 de abril, http://elpais.com/diario/2011/04/22/sociedad/1303423201_850215.html
- Habash, Gabe. 2013. "Bookstores in America, 2013: A State-by-State Guide". *PW*, 1 de junho, <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bookselling/article/57631-where-the-stores-are.html>
- Instituto Pró-Livro (IPL). 2012. *Retratos da leitura no Brasil*. São Paulo, http://prolivro.org.br/home/images/relatorios_boletins/3_ed_pesquisa_retratos_leitura_IPL.pdf
- Schweimler, Daniel. 2015. "Argentine Capital is World's Centre of Bookstores". *Aljazeera*, 16 de julho, <http://www.aljazeera.com/news/2015/07/argentine-capital-world-centre-bookstores-150716143741268.html>
- Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP). 2015. *Anuário Estatístico*. São Paulo: UNESP-APE.
- Uribe, Marcelo. 2006. "El acceso al libro y el precio único". *Pensar el Libro* (4), <http://www.editoresindependientes.com/informacion/el-acceso-al-libro-y-el-precio-unico.pdf>

University Presses: Continuity & Change



Peter Berkery

Has been Executive Director of AAUP since 2013. Berkery comes to AAUP from Oxford University Press, where he has served for the last 4 years as Vice President and Publisher for the US Law Division. Prior to that he worked for Wolters Kluwer for 11 years in a series of positions, publishing works on securities licensing examination training, securities law, taxation, and financial planning. - See more at: <http://www.aaupnet.org/about-aaup/aaup-staff/aaup-executive-director#sthash.7DZdy8WS.dpuf>

While it is always risky to make generalizations about our community, North American university presses (and their publishing colleagues at other non-profit institutions) have reached a tipping point. In support of this proposition, I offer the following data points, upon which I'll expand below:

- University presses are turning their challenges into opportunities.
- University press leadership has undergone a generational shift.
- University presses are increasing their global reach.

To me, what's most exciting about the developments that have led to this sea change is that they all are occurring while university presses remain faithful to their roots, never straying from their historical mission to ensure academic excellence and cultivate knowledge.

It is frequently said in the northern hemisphere that university presses are "in crisis." In fact, if a 1973 issue of the *Journal of Scholarly Communications* is to be believed ("The Crisis in University Press Publishing"), the end has been nigh for well over 40 years now. Of course individual institutions occasionally engage in a misguided effort to withdraw their support for a particular press, and of course all university presses face a common set of operational challenges — what industry doesn't? — but overall we are no more or less in crisis than any other segment of a post-modern economy. Moreover, as I said above, rather than shrinking from these challenges our community has begun to embrace them in new and exciting ways.

(I am duty-bound also to note here that, more often than not, those misguided efforts to terminate institutional support for an individual press backfire and fail.)

How are North American university presses turning their challenges into opportunities? In fact, the list of examples is as long as AAUP's membership roster, but some common themes are:

- Experimenting to develop genuinely sustainable open access publishing models — participating in pilot programs such as Knowledge Unlatched, engaging in constructive dialogue with people exploring the feasibility of reversing the funding model for academic monographs (i.e., from pay-to-read to pay-to-publish).
- Searching for direct new ways to bring value to our institutions — creating internship programs, teaching younger faculty how to get published, supporting library publishing programs.
- Expanding our digital capabilities — obtaining grants to develop digital publishing infrastructure, expanding professional development opportunities for university press staff, supporting digital humanities centers on campus.

And, it's worth reiterating that we are doing these exciting new things all while staying true to our roots and our mission.

Another factor contributing to the new direction being taken by many university presses is the turnover in the director's chair. Over a 24-month



period, 39 AAUP member presses have hired new directors; if you chose to go back 36-months, you would add another 17 to that total. Thus, out of a population of 105 North American members (a figure which excludes member presses with an institutional affiliation other than to a college or university), that's new management at over half of all presses in just three years. Additionally, more than 85% of those transitions were triggered by the retirement of the outgoing director. This new wave of leadership has taken the reins fully cognizant of the transformative changes occurring in both publishing and higher education, and committed to finding new ways of doing business for their presses.

It doesn't end with the corner office, however; I've had the opportunity to visit almost 85 AAUP member presses in my three years as executive director, and without exception the next layer of press management is embracing change with creativity and enthusiasm. Almost overnight, ours has become a community of energetic problem-solvers.

The final harbinger of change for university presses is the globalization of scholarly communications; rather than resist the potential disruptions such a transformation might present, North American university presses have embraced their duty to play a leadership role in effecting change, and to ensure that it is implemented equitably across an increasingly global ecosystem.

At the second annual International Convention of University Presses, held in conjunction with the Frankfurt Book Fair in October 2014, I articulated three aspirational goals that would inform AAUP's efforts to establish a global network of university presses:

- Developing Networks of Collaboration — facilitating the global exchange of ideas, information, and best practices.
- Developing Networks of Communication — raising awareness of increasingly multi-lateral discussions and decisions on policy matters important to university presses (e.g., piracy, freedom to read).
- Developing Networks of Commerce — improving the infrastructure through which university presses can transact business internationally.

Through its participation, and indeed leadership role, in organizations such as Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (ASEUC) and Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y El Caribe (EULAC), I know the staff of the Editorial Universidad del Rosario share many of these same goals, and I wish them and all EULAC representatives at the 2015 Guadalajara Book Fair a successful conference.





Visibilidad y Conocimiento:

un portal en internet de las editoriales universitarias de la región en consolidación permanente

Juan Felipe Córdoba-Restrepo,
presidente de EULAC,
con la colaboración de
Jaime Iván Hurtado,
CEO de Hipertexto-Netizen Digital Solutions

Gestar una idea de sistematizar la producción editorial universitaria, sobre todo los textos resultados de investigación, desde una perspectiva regional y sustentada en una plataforma tecnológica que permitiera facilitar esta tarea, fue un reto que desde 2012 la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (Eulac) asumió dentro de su plan general de trabajo. Nació con el interés de sus integrantes de apuntarle a cristalizar algo que para todos era fundamental, pero también con el reto de diseñarla, desarrollarla, ponerla en operación y trascender los ámbitos locales y nacionales de las asociaciones de editores a un proyecto regional.

Consolidar este tipo de iniciativa, trabajando a este nivel, no resultó fácil en medio del trasegar de cada editorial, cuando se sabe que muchas veces debe dárseles prioridad a las gestiones urgentes y del día a día dentro de cada institución. A pesar de esto, el proyecto ha salido adelante y cuenta hoy con resultados sorprendentes y con la participación de 58 universidades de siete países, los cuales indican: que el camino inicial ya fue superado, que la sistematización funciona y que hoy se cuenta con las herramientas tecnológicas para que el proyecto cumpla uno de sus objetivos fundamentales: trascender la mera visión de catálogo editorial regional —lo que de hecho ya es un logro muy significativo— y apuntarle a una dinámica integradora donde la visibilidad de

las producciones editoriales universitarias donde estas producciones puedan conectarse y conversar entre sí, gracias a un sistema de metadatos y a las funcionalidades de la propia plataforma tecnológica que se ha desarrollado con tal propósito.

Este artículo presenta algunas de las características y de los resultados más significativos del portal Visibilidad y Conocimiento (<http://www.eulac.org>) con fecha de corte el 30 de septiembre de 2015, a efectos

de contribuir con las acciones de documentación de la experiencia, de resaltar algunos de los logros más destacados y, especialmente, de invitar a las asociaciones nacionales de editores a incentivar su desarrollo en sus propios países, así como a las propias editoriales universitarias de Latinoamérica y el Caribe a participar activamente, a fin de seguir aumentando el número de publicaciones participantes y resaltar la calidad académica de cada una de estas producciones (tabla 1).

Tabla 1. Países participantes y títulos en el sistema por país (listado alfabético)

Países	Núm. de Universidades	Núm. de títulos por país	% títulos
Argentina	12	378	14,8%
Brasil	4	49	1,9%
Colombia	18	1243	48,6%
Costa Rica	2	13	0,5%
Ecuador	2	2	0,1%
México	20	832	32,6%
Panamá	1	38	1,5%
Total	59	2555	100%

Para noviembre de 2014 se elaboró un informe que mostraba 25 universidades participantes en el sistema. Las actuales 59 corresponden a un incremento de más

del doble (132%) de las universidades participantes hace menos de un año.

Tabla 2. Universidades participantes y número de títulos ingresados al sistema (listado alfabético)

País	Nombre Universidad	No. títulos
Argentina	Universidad Abierta Interamericana	4
Argentina	Universidad Adventista del Plata	23
Argentina	Universidad Católica de Salta	5
Argentina	Universidad Nacional de Quilmes	196
Argentina	Universidad Nacional de San Martín	120
Argentina	Universidad Nacional de Villa María	3
Argentina	Universidad Nacional del Litoral	27
Brasil	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - Pucrs	49
Colombia	Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA	7
Colombia	Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito	69
Colombia	Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano	1

Colombia	Pontificia Universidad Javeriana	23
Colombia	Universidad Antonio Nariño	11
Colombia	Universidad de la Sabana	21
Colombia	Universidad de los Andes	40
Colombia	Universidad del Norte	270
Colombia	Universidad del Rosario	280
Colombia	Universidad del Tolima	45
Colombia	Universidad EAFIT	53
Colombia	Universidad Externado de Colombia	394
Colombia	Universidad Jorge Tadeo Lozano	29
Costa rica	Instituto Tecnológico de Costa Rica	13
Ecuador	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO Ecuador	2
México	Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos (CEMCA)	6
México	Centro de Ingeniería y Desarrollo Industrial (CIDEI)	1
México	Centro de Investigación y Docencia Económicas A.C.	52
México	Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS)	31
México	Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI)	2
México	El Colegio de Jalisco	1
México	El Colegio de la Frontera Norte	2
México	El Colegio de Michoacán, A. C.	5
México	El Colegio de San Luis A.C. COLSAN	2
México	El Colegio de Sonora O.P.D.	9
México	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO México	69
México	Instituto de Cultura de Yucatán	1
México	Instituto de Investigación para el Desarrollo (IRD)	3
México	Instituto Nacional de Bellas Artes	1
México	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)	17
México	Universidad Autónoma de Aguascalientes	39
México	Universidad Autónoma del Estado de Morelos	9
México	Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)	1
México	Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco	2
México	Universidad de Colima	43
México	Universidad de Guadalajara	6
México	Universidad Iberoamericana	126
México	Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	359
Mexico	Universidad Veracruzana	45
Panamá	Universidad Tecnológica de Panamá	38
	Total	2555

Para 2014 se elaboró un informe que mostraba 1752 títulos participantes en el sistema. Teniendo en cuenta los actuales 2555, hay un aumento del 44% de la base de datos de títulos disponibles (tabla 3).

Dentro de los principales metadatos asociados a cada uno de los títulos, se tiene:

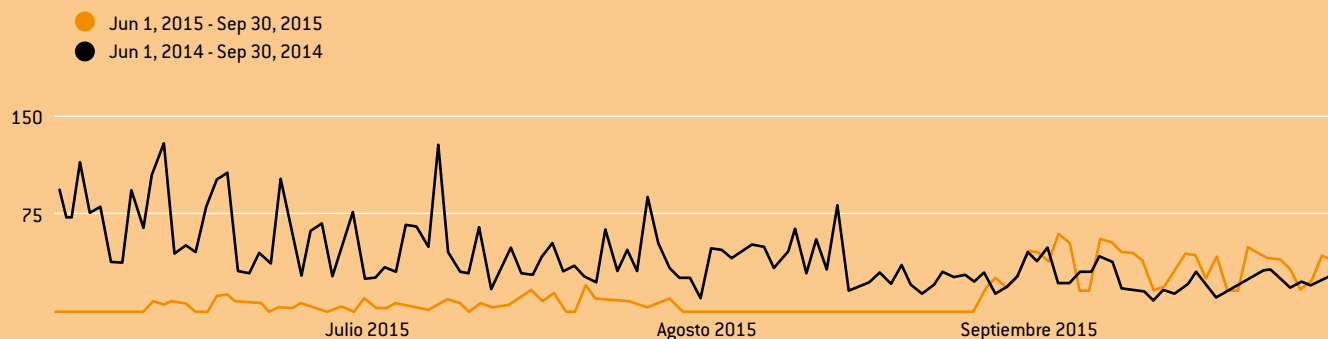
1. Editorial	17. Precio
2. Editorial asociada	18. Moneda
3. Idioma	19. Moneda asociada
4. Idioma asociado	20. Descripción
5. Tamaño	21. Conceptos clave asociados
6. Formato	22. Grupo investigación
7. Otro formato	23. Categoría
8. Disponibilidad	24. Categoría asociada
9. Universidad	25. Autores
10. Universidad asociada	26. Nombres y apellidos
11. Título	27. Correo electrónico autor
12. ISBN/ISSN (impreso)	28. Perfil académico
13. ISBN (ebook)	29. Perfil profesional
14. Fecha edición	30. Fotografía autor
15. Portada	31. País
16. Número de páginas	32. Ciudad

Algunas de estas categorías pueden contener grupos de submetadatos definidos. Una de las características del sistema es permitir las búsquedas específicas por algunas de estas variables, lo que le constituye en una herramienta útil para la recuperación y análisis de la información.

El portal Visibilidad y Conocimiento ha tenido en 9 meses un total de 9522 visitas efectuadas por 8348 usuarios, que han visto in total de 15,921 páginas, lo que corresponde a un promedio mensual de 1058 visitas, con 927 usuarios diferentes y 1769 páginas consultadas por mes. Según información de Google Analytics, las visitas durante este periodo provinieron de los siguientes países (10 primeros lugares):

N.º	País	Visitas	% Visitas
1.	Colombia	1978	20,77
2.	Rusia	1911	20,07
3.	Estados Unidos	1351	14,19
4.	No definido	699	7,34
5.	México	604	6,34
6.	Argentina	331	3,48
7.	Brasil	314	3,30
8.	China	233	2,45
9.	Perú	181	1,90
10.	España	137	1,44

Comparativo de crecimiento años 2015 contra 2014



A efectos de tener una comparación de los usos del sistema en dos periodos iguales del año, se tomaron los meses de junio, julio, agosto y septiembre de los años 2014 y 2015. Se observa que el porcentaje de visitantes creció en un 236,49 %, las visitas en un 314,34 % y las páginas vistas en un 113,32 %.

Acciones de desarrollo y mejoramiento

Uno de los aspectos que se procuraron trabajar en la medida de las posibilidades fueron las acciones de desarrollo y mejoramiento permanente del sistema. Al inicio del proyecto solo se contaba con un sistema en el cual las editoriales universitarias participantes podían ingresar vía web información de sus títulos para alimentar la base de datos del sistema. Muchas de las funcionalidades de este sistema de ingreso de datos fue optimizada y mejorada por el proveedor tecnológico actual de servicios. De igual manera, se logró que la información ingresada contara con un módulo de consulta web para los usuarios, lo que permite hoy día que cualquier visitante del portal de Eulac pueda llevar a cabo diferentes consultas sobre los repositorios de información, que son ingresados por cada uno de los editores en el sistema, mediante usuarios y claves suministrados a cada uno de ellos.

Se presentan a continuación algunas de las mejoras que se han efectuado en 2015 al sistema Visibilidad y Conocimiento, en el marco de los procesos de mejoramiento permanente:

Creación de colecciones. Se realizó un formulario que permitiera crear las colecciones. Esta funcionalidad se encuentra dentro del formulario de creación de una estructura conceptual, realizando clic en la nueva colección.

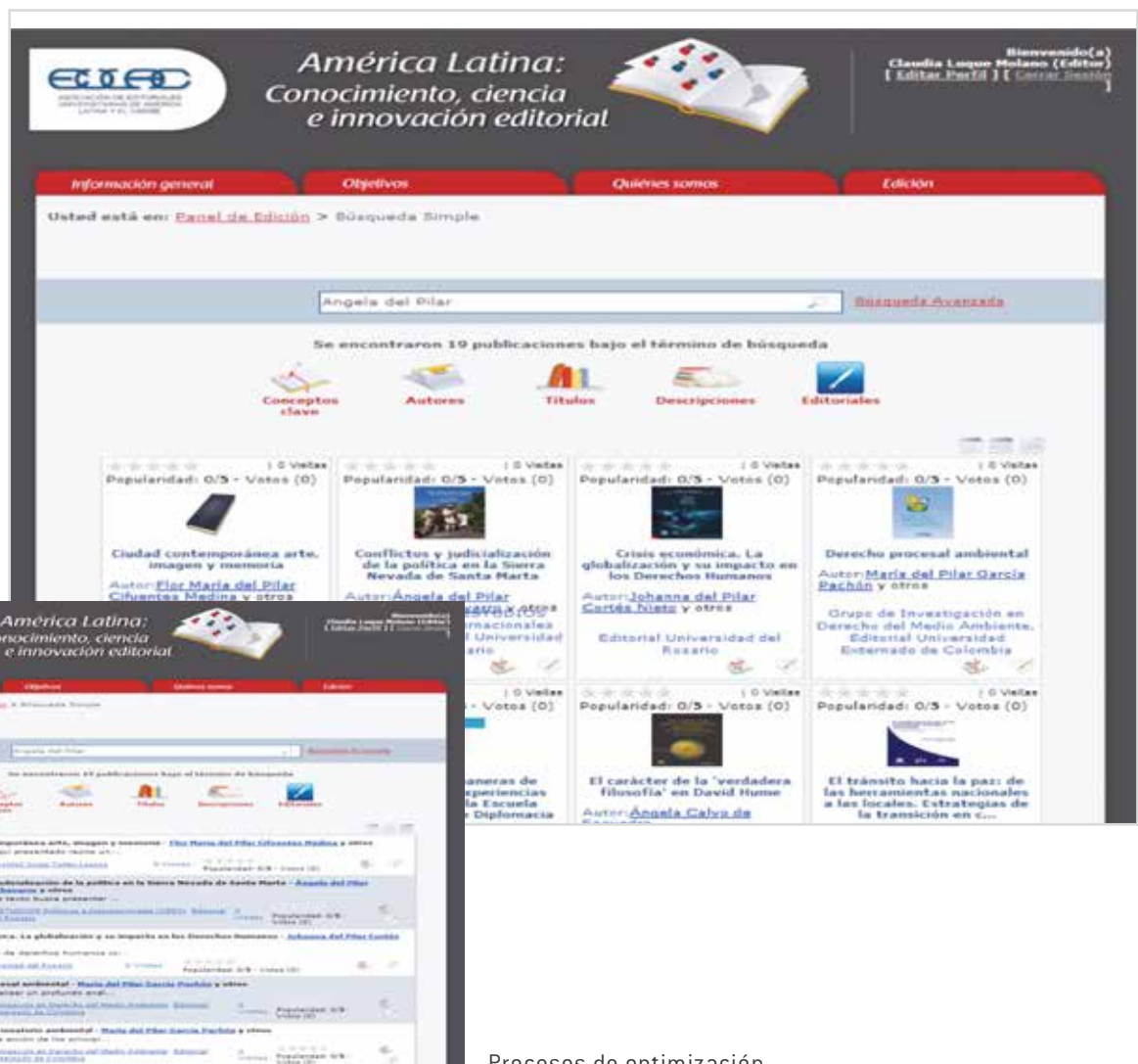
Mejoramiento procesos de consulta. Se replanteó la consulta correspondiente a la búsqueda de las publicaciones, lo cual permite que se liste el país de la editorial y no el del autor.

Revisión del código de vista. Se realizó la revisión del código de la vista para agregar los rótulos que indican la forma correcta de diligenciar los campos correspondientes a los ISBN (libro impreso y formato digital), dentro del formulario de creación de una estructura conceptual.

Nuevo idioma. Se incluyó el idioma portugués dentro del formulario de creación de una estructura conceptual.

Mejora sistema de búsquedas. Se realizó una revisión y posterior modificación al código fuente que realiza las búsquedas de las publicaciones en todos los ambientes de búsqueda para que estas arrojaran el número real de autores relacionados con las publicaciones que hacen parte de la base de datos. Se modificó la vista y código fuente del listado de estructuras conceptuales para que se visualizara la ficha de las publicaciones, sin tener que realizar una búsqueda de estos.

Búsquedas cruzadas. Se modificó la vista para hacer posible la acción de poder escoger más de una edito-



Procesos de optimización



Responsive Design y navegación.

rial por parte del usuario que se encuentre registrando la publicación. Esto permite crear más de una relación entre una publicación y las editoriales dentro del formulario de creación de una estructura conceptual.

Mejoramiento atributos del sistema. Se crearon nuevas variables y se agregaron los indicadores de ordenamiento junto a los títulos en las columnas de los resultados, a efectos de que fueran mostrados según la naturaleza del ordenamiento requerido por el usuario (ascendente o descendente).

Procesos de optimización. Se tomó imagen por imagen y se redujo el tamaño de estas, a fin de evitar que influyeran en sobrecargas al sistema y que ocuparan demasiado espacio en el disco duro del servidor. Al realizar una búsqueda se habilitó la opción de mostrar los resultados en grillas o lista.

Responsive Design y navegación. Se desarrolló el sistema Responsive Web Design pensando en el acceso vía dispositivos móviles como tabletas y computadores para los usuarios finales y visitantes del portal, como modo de optimización de la visualización de contenidos. Aspectos de mejora en el diseño gráfico y funcionalidades en el Frontend fueron llevados a cabo para asegurar una adecuada experiencia para el usuario.

Búsquedas avanzadas. Se optimizó el sistema de búsquedas avanzadas por Título, Descripción, Autor, Editorial, Universidad, País, Formato y Año de Edición.

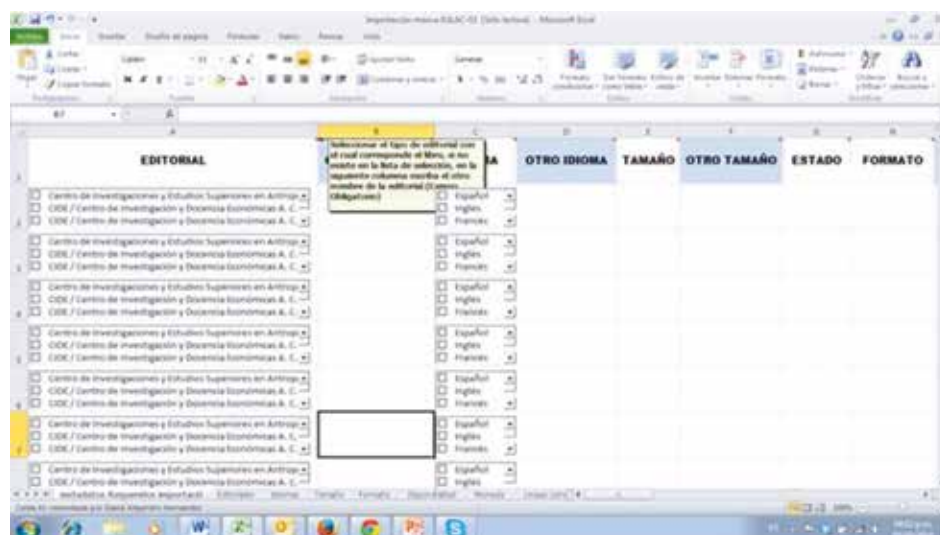
Nuevas vistas. Se desarrollaron nuevas vistas para el buscador de publicaciones. Estas incluyeron: resultados de búsqueda de publicaciones en grilla, en lista y el de-

talle del producto que contiene toda la metada asociada a la publicación.

Formato general para la carga masiva de metadatos. Se desarrolló un archivo tipo Excel que permite a los editores clasificar de manera detallada sus publicaciones de modo que estos contenidos puedan cargarse en el sistema, de acuerdo con las características de la metadata definida para el sitio web.

Conclusión y nuevas acciones por desarrollar

Se considera que los resultados alcanzados hasta este momento van en línea con el proceso de consolidación que se quiere dar al sistema de Visibilidad y Conocimiento, planteados desde el inicio del proyecto. Las bases tecnológicas implementadas permiten hoy en día hacer un uso más intensivo del sistema por parte de las editoriales universitarias de la región que todavía no han podido participar en el desarrollo del proyecto. De igual manera, las altas tasas de crecimiento de participación y especialmente de consulta revalidan la importancia de fortalecer esta iniciativa con la participación mancomunada de los actores implicados. Finalmente, el sistema desarrollado permite la ideación de proyectos específicos para las asociaciones por países, que terminen conectando con el sistema general. Esta iniciativa ya se viene explorando, a efectos de buscar nuevos usos y utilidades del sistema, también para el fortalecimiento de los catálogos nacionales de las editoriales universitarias.



Formato general para la carga masiva de metadatos

Algunas novedades para esta Feria

Universidad del Rosario



Diferentes maneras de conocer

Las experiencias recientes de la Escuela Intercultural de Diplomacia Indígena

Ángela Santamaría; Pedro Rojas Oliveros
Páginas: 346
ISBN: 978-958-738-617-2
PVP: USD \$20



Derecho del trabajo en el posfordismo

El proyecto de regulación universal en la globalización económica

Iván Daniel Jaramillo Jassir
Páginas: 342
ISBN: 978-958-738-571-7
PVP: USD \$22



Historias de familia

Etnografía delirante sobre el amor, la violencia y las drogas

César Augusto Tapías Hernández
Páginas: 162
ISBN: 978-958-738-542-7
PVP: USD \$16

Universidad de Guadalajara



Geometrías para el futuro

La investigación en educación ambiental en México

Alicia Castillo Álvarez, Francisco Javier Reyes Ruiz y Elba Aurora Castro Rosales (coordinadores)
Páginas: 272
ISBN: Pendiente
PVP: USD \$17,50



Ocho poemas de Santa Teresa de Jesús para coro mixto y piano

Roberto Gutiérrez Ramírez
Páginas: 112
ISBN: Pendiente
PVP: USD \$11



Piensa y trabaja

A 90 años de la refundación de la Universidad de Guadalajara

Juan Real Ledezma, Ernesto Villarruel Alvarad
Páginas: 240
ISBN: 978-607-742-268-6
PVP: USD \$23

Universidad Veracruzana



Comunicaciones por satélite

Rodolfo Neri Vela y Salvador Landeros Ayala
Páginas: 978
ISBN: 978-607-502-371-7
PVP: USD \$ 20



Mujeres cineastas en México

Elissa Rashkin
Páginas: 380
ISBN: 978-607-502-408-0
PVP: USD \$20



Demonios en casa

Pedro Ángel Palou
Páginas: 180
ISBN: 978-607-502-402-8
PVP: USD \$10

Pontificia Universidad Javeriana



Cómo construir sociedades

Diez cosas que nunca nos dicen sobre la paz y la guerra

Óscar Guardiola Rivera
Páginas: 174
ISBN: 978-958-716-753-5
PVP: USD \$9



Travesías por la tierra del olvido

Modernidad y colombianidad en la música de Carlos Vives y La Provincia

Manuel Sevilla, Juan Sebastián Ochoa, Carolina Santamaría-Delgado, Carlos Eduardo Cataño Arango
Páginas: 438
ISBN: 978-958-716-726-9
PVP: USD \$15



Nosotros y los otros

Las representaciones de la nación y sus habitantes

Colombia, 1880-1910

Amada Carolina Pérez Benavides
Páginas: 327
ISBN: 978-958-716-838-9
PVP: USD \$15