

tendencia editorial UR

Edición especial FIL Guadalajara

Bogotá, Colombia • 2014

N.º 6

ISSN 2382-3135



EDITOR INVITADO

La edición universitaria: una bitácora de actividades

Edgar García Valencia

ESPECIAL

La edición Universitaria en Argentina

Carlos Gazzera

ESPECIAL

Un instituto innovador para fortalecer la historia cultural argentina y sus políticas del libro

Martín Rodrigo Gill

AL ENCUENTRO CON

¿A qué se enfrenta un distribuidor de libros y revistas académicos?

Emilia Franco

OPINIÓN

Rompiendo asimetrías: el futuro digital de la edición universitaria

Manuel Gii

ESPECIAL

El Foro Internacional de Edición Universitaria y Académica: una década

Sayri Karp

EDICIÓN ESPECIAL FIL GUADALAJARA
NOVIEMBRE-DICIEMBRE DE 2014

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 - Adaptación
de *La Calavera Garbancera* de José
Guadalupe Posada

DISEÑO Y FOTOGRAFÍA

Miguel Gerardo Ramírez Leal
Kilka Diseño Gráfico



UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA
Red Universitaria de Indios



EDITORIAL
UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA



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

editoriales afiliadas a:



ASOCIACIÓN DE EDITORIALES
UNIVERSITARIAS DE AMÉRICA
LATINA Y EL CARIBE

EDITORIAL

Replantear el quehacer

de la edición universitaria

*El editor universitario, quien tiene el doble
compromiso de fomentar la producción y socialización
del conocimiento, además de persistir en la búsqueda
de condiciones de distribución, comercialización y
visibilización del producto editorial en el campo de las
nuevas tecnologías en la era de la información.*

A. Nogueira-Dobarro

Este año hemos decidido formar parte de la Feria Internacional del Libro (FIL) de Guadalajara con esta edición especial del boletín *Tendencia Editorial*, un proyecto que se constituye en una ventana a la presentación de los diferentes puntos de vista de los protagonistas de la edición universitaria. En esta ocasión, cuando las ideas han madurado y se empiezan a recoger los frutos de las diversas iniciativas, dedicamos estas páginas a presentar los proyectos en marcha realizados en Argentina, que nos honra como país invitado de honor. Los dos textos coinciden en un solo principio: la unión de esfuerzos, la consolidación de políticas estatales, el total abandono por egoísmos institucionales y la pugna por desarrollar una identidad común como nación.

En el marco de las industrias culturales, la editorial universitaria tiene entre sus funciones garantizar una eficiente distribución, circulación y visibilidad, con la

clara pretensión de que lo que produce pueda tener uso y particularmente, referenciación. El libro, objeto cultural y comercial, debe crear, alcanzar y ganar su público; para lograrlo deberá estar en el mayor número de vitrinas posibles. Es imperativo continuar reflexionando de forma permanente sobre diferentes estrategias para construir y mantener, desde ellas, canales que acerquen a la producción científica a todos los potenciales lectores. Una de las principales funciones del editor universitario es llevar —acercar— la producción hasta el usuario final: el lector.

La constitución de una red de redes global, que interconecte y de valor a todos y cada uno de los eslabones que conforma la cadena del libro académico, hace necesario escuchar de primera mano las experiencias y los retos a los que se enfrenta un distribuidor de libros académicos como Emilia Franco, directora de Siglo del Hombre (Colombia), o de especialistas en el tema como Manuel Gil (España), quien en su artículo “Rompiendo las asimetrías: el futuro digital de la edición universitaria” habla sobre cómo los proyectos de digitalización

tanto de las publicaciones periódicas y de los libros académicos constituyen una estrategia en la actualidad para expandir el mercado de los contenidos académicos producidos en Latinoamérica a otras latitudes. Sin embargo, más allá de los medios en los que se lea, o escriba, se debe crear una cultura del conocimiento y del libro académico.

Estos son algunos testimonios de las posibilidades existentes, que sirven de ejemplo para que en cada uno de los países y sus centros formativos puedan ser discutidos, analizados y lograr así los objetivos de crear una identidad regional y ser considerados, más que una excepción, un referente del conocimiento sin fronteras. Finalizamos esta invitación a la lectura con una cita de Roberto Calasso en el Foro Internacional de Editores: “No se trata de hacer algo sustancialmente distinto: se trata de practicar el arte de la edición con criterios muy definidos”.¹

1 Citado en *Transgresiones de la edición universitaria. Innovación y retos de la edición universitaria* / coord. por Magda Polo i Pujadas, 2007, pp. 95-101.



La edición universitaria:

una bitácora de actividades

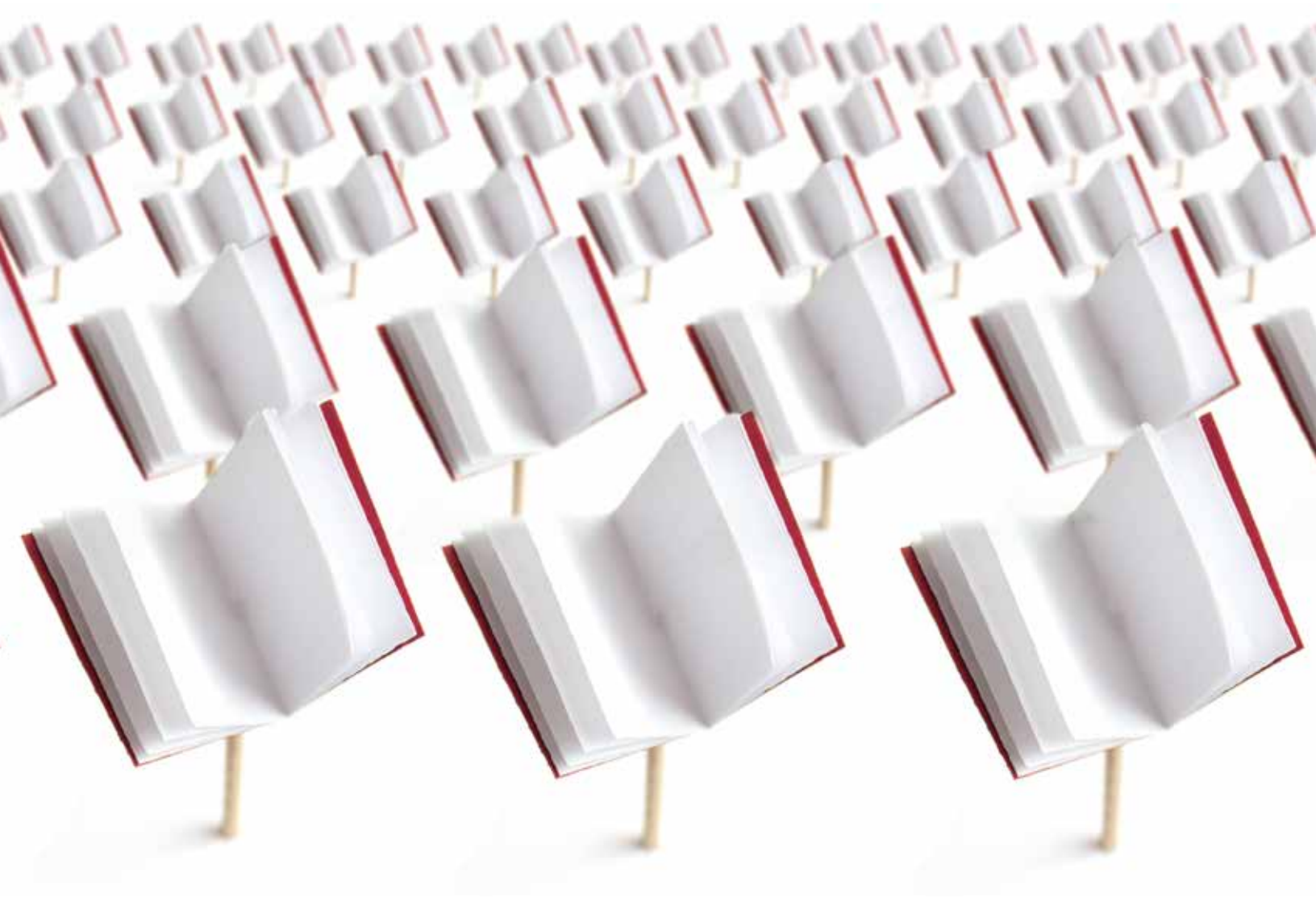
La edición universitaria en Iberoamérica enfrenta retos derivados de escenarios adversos y asimétricos; por ejemplo, un descenso en la facturación es un problema real de la industria editorial no exclusivo de la edición académica, que se ha manifestado anualmente, sus implicaciones abarcan varias decisiones, procesos y planeaciones para los involucrados en un solo sector. Este y otros problemas son los que se plantean los autores convocados, pero lo más interesante son las propuestas con las que responden, las acciones que se realizan y las proyecciones para su futuro. Estamos ante un sector dinámico y creativo en un ecosistema que requiere ser fortalecido. Los textos aquí reunidos muestran una visión de conjunto desde diversas latitudes; pero que son problemáticas que atraviesan en todos los ámbitos a la edición universitaria. La cartografía del mundo editorial argentino esbozada aquí expone los problemas que enfrenta la difusión de los saberes académicos en toda

Iberoamérica. Si bien guardamos una inestimable deuda con la larga tradición argentina de la industria editorial, tenemos hoy en día el reto específico de impulsar, mediante recursos digitales, la oferta de publicaciones de investigación científica.

Emilia Franco presenta los avatares de la distribución del libro: qué actividades realizan quienes a eso se dedican, qué relaciones mantienen con los editores, las librerías y los lectores, pues, pese a cierto oscurecimiento que cubre los “acarreo del libro”, la labor del distribuidor es vital en el sentido más estricto y alumbrador de la palabra. Representa, sin ambages, el contacto del libro con la realidad.

Dos son los escritos que permiten ampliar otras caras de esta problemática. Por una parte, Carlos Gazzera, presidente de la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN), hace hincapié en la consolidación de un modelo editorial universitario que apueste por





la bibliodiversidad frente a los grandes consorcios editoriales y unificadores. Una de las grandes apuestas de dicha red es la Librería Universitaria Argentina.

A este tenor, el panorama expuesto por Martín Rodrigo Gill en su texto “Un instituto innovador para fortalecer la historia cultural argentina y sus políticas del libro” da cuenta de la necesaria relación entre la industria editorial y las políticas culturales. Resulta contundente la radiografía realizada por el autor sobre los fenómenos editoriales en Argentina para comprender los beneficios que aportaría la creación de un Instituto Nacional del Libro; no solo en aquella región, donde cuenta ya con su respectiva iniciativa de ley, sino en cada país latinoamericano. Bajo la idea de que el libro no puede ser difundido sin la cooperación de un organismo federal, Martín Rodrigo Gill afirma, con certeza, la consigna actual de las empresas culturales: “asumir el desafío de generar los instrumentos legales e institucionales necesarios para combatir la concentración económica y acompañar las transformaciones que desencadena el avance de la cultura

digital y promover el acceso democrático e igualitario al libro y la lectura”.

Para complementar este panorama histórico y contemporáneo, contamos con un detallado análisis del “Futuro digital de la edición universitaria”. De acuerdo con los análisis estadísticos realizados por Manuel Gil, el libro digital no solo simboliza la llegada de nuevos canales de distribución para la producción universitaria, sino que conlleva una posibilidad para América Latina de romper esquemas desiguales en la distribución. Es una realidad inminente que la edición digital universitaria y la comercialización mediante recursos electrónicos presuponen una solución para los temas de las redes de distribución y comercialización. El futuro transita más rápido de lo que podemos darnos cuenta, pero el trabajo en conjunto permite repensar los problemas para enfrentarlos de manera creativa y decidida.

Édgar García Valencia
Universidad Veracruzana/Red Altexto

ESPECIAL

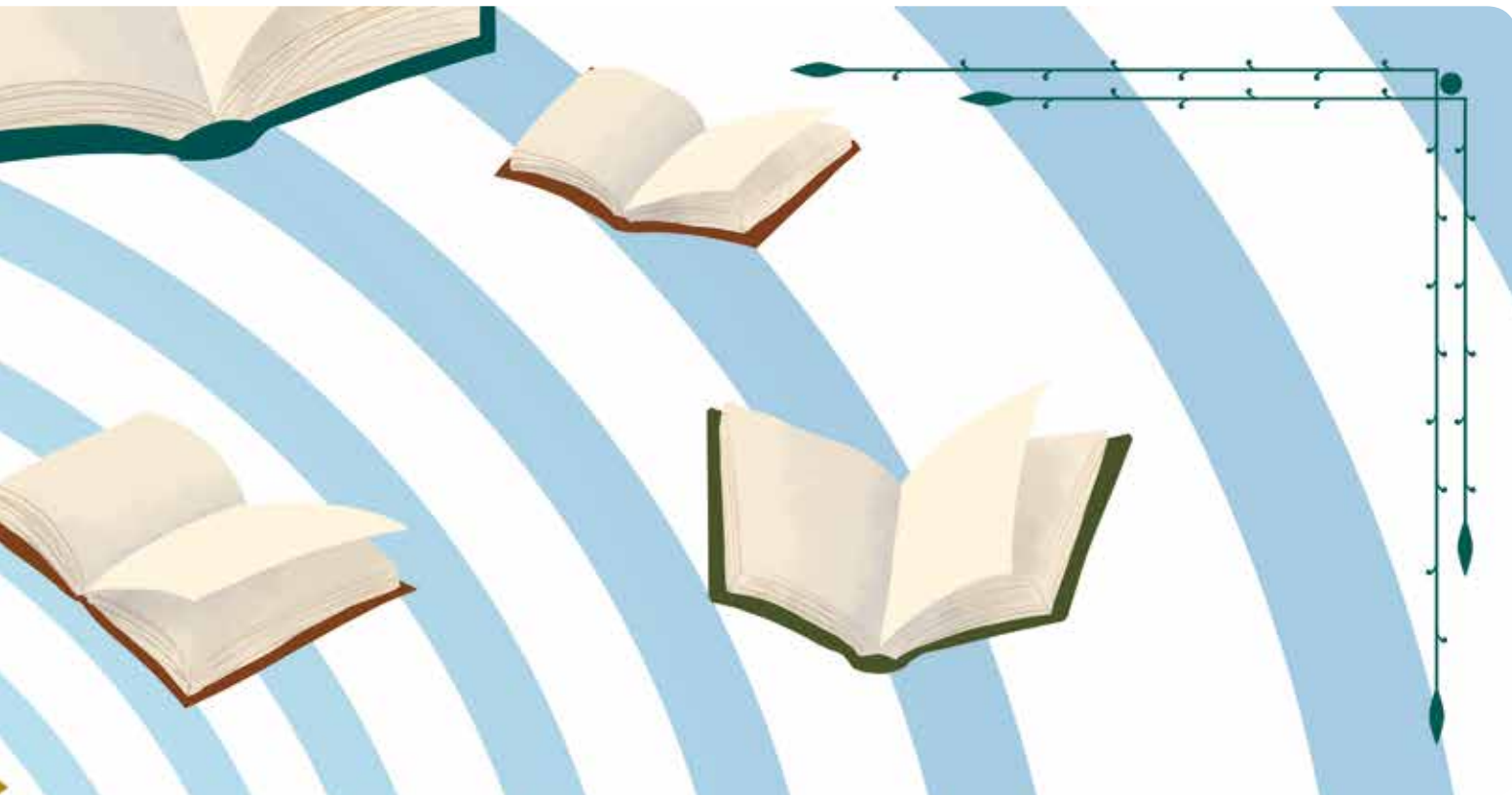
LA EDICIÓN UNIVERSITARIA EN

Argentina



Carlos Gazzera

Presidente de la Red de Editoriales de Universidades Nacionales (REUN). Licenciado en Letras Modernas, magíster en Comunicación y Cultura, doctorando en Estudios de América Latina. Es director y publisher de la Editorial Universitaria Villa María (Eduvim) y presidente de la REUN (2013-2016). Actualmente cumple con su segundo mandato como vocal de la Cámara Argentina del Libro.



La Red de Editoriales de Universidades Nacionales (REUN) de Argentina llega a la Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2014 enfocada en tres objetivos muy concretos.

Primer objetivo: Librería Universitaria Argentina

En diciembre de 2013, al finalizar la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FILG), la REUN inauguró en pleno centro de la ciudad de Buenos Aires una Librería Universitaria Argentina (LUA) y un centro cultural. Este espacio, un viejo sueño de toda una generación de editores argentinos, busca aglutinar toda la producción de las editoriales universitarias de Argentina. A menos de un año, LUA se ha convertido en un centro de referencia para el exigente público lector de Buenos Aires y su zona de influencia metropolitana. Además, la LUA cuenta con un auditorio con una capacidad de cien personas, donde, además de las reuniones permanentes de la Red, se llevan a cabo presentaciones de libros, conferencias y cursos de capacitación para los editores y equipos editoriales de las universidades públicas y privadas.

Los números de LUA son muy auspiciosos y, sin duda, es un espacio que con el paso de los años se convertirá en referencia y ejemplo en todo el sector editorial universitario latinoamericano. Cuenta con 180 metros cuadrados dedicados a la exposición de libros, distribuidos en dos plantas y con un agradable espacio para que los lectores disfruten del encuentro con los libros. Tiene un equipo de librereros profesional, con una gerencia cuya meta es convertirla, en menos de un año, en una librería sustentable comercialmente.

El número de sellos comercializados en la LUA son ya más de setenta con un activo de 7500 títulos de fondos editoriales de universidades argentinas. El desafío hacia el 2015 es vincular la Librería con una tienda virtual y convertirse en una distribuidora y exportadora de los libros de las universidades argentinas, algo que muchas universidades del país no pueden concretar por sí mismas.

Segundo objetivo: programa de mejoramiento

A lo largo de 2013, la REUN programó, junto a la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de Argentina, un diagnóstico respecto a su

sector editorial. Dicho diagnóstico evidenció la necesidad de mejorar drásticamente algunos vectores de la edición en las universidades argentinas. En consecuencia, el Programa de Calidad, dependiente de la Secretaría de Políticas Universitarias, dispuso un programa de mejoramiento para las universidades nacionales con un plazo de tres años y con una inversión superior a los diez millones de dólares para los tres años comprendidos entre 2014 y 2017. Hasta aquí, los resultados han sido muy elocuentes: cuarenta universidades nacionales han aplicado a dicho programa y están en el primer semestre de ejecución entre agosto de 2014 y enero de 2015.

Por medio de este ambicioso programa, las editoriales universitarias de la REUN llevan adelante un importante esquema de reestructuración que permitirá a las cuarenta editoriales universitarias contar con un equipo mínimo editorial de planta de no menos de cinco personas, la obligación de publicar más de diez títulos anuales con un esquema de distribución mínimo de trescientos títulos, participar activamente de las ferias del libro de Buenos Aires, sus ferias regionales y, al menos, una internacional.

En el plano de la innovación y desarrollo editorial, todas las editoriales podrán disponer, en menos de un año, de libros digitales y fortalecerán sus esquemas de comercialización. El avance de visibilidad de la editorial universitaria ha sido tan importante en los últimos cuatro años que la REUN cuenta ya con dos vocales permanentes en la conducción de la Cámara Argentina del Libro y ha sido uno de los actores clave en el tratamiento del Instituto Nacional del Libro (INL) (Véase artículo de Martín Rodrigo Gill).



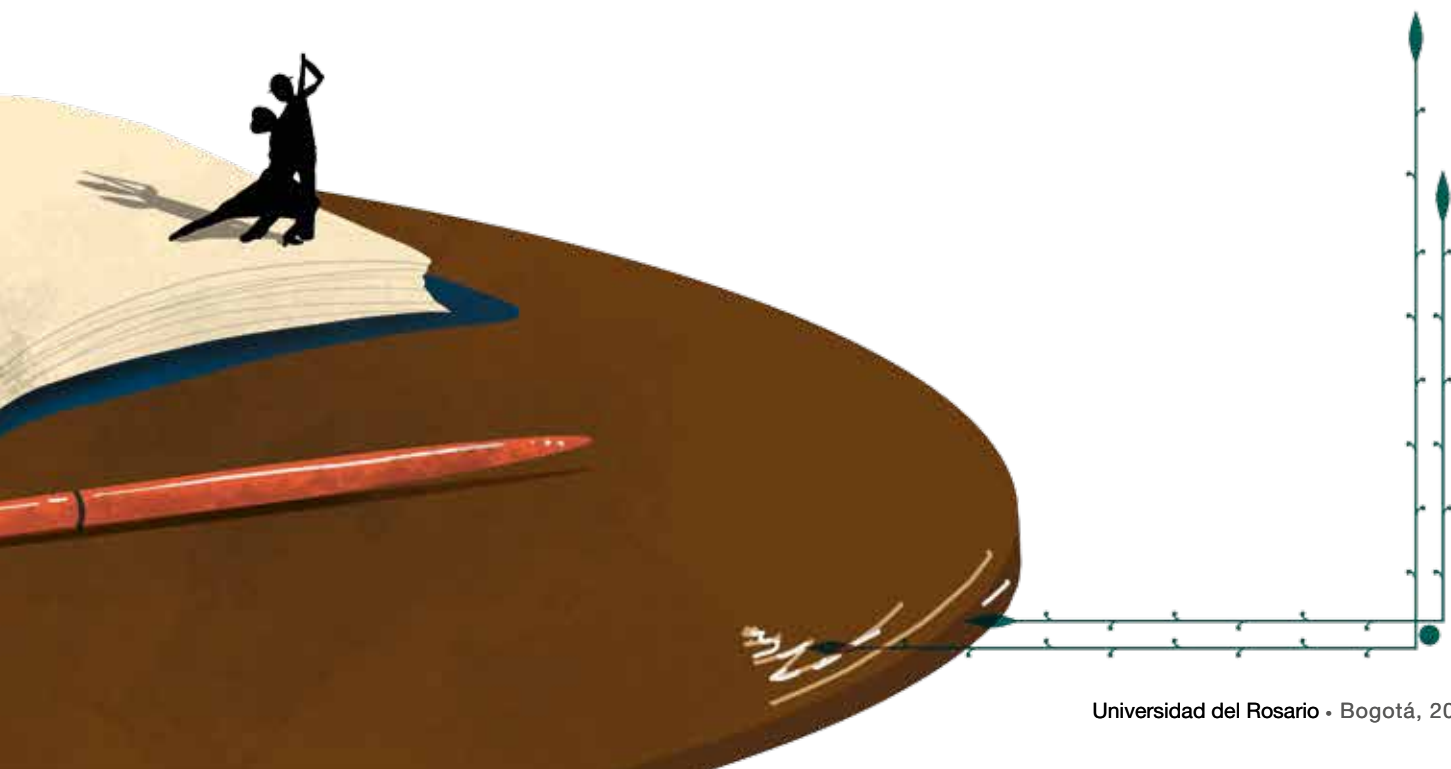
Tercer objetivo: internacionalización

En los últimos cuatro años, desde la Feria Internacional de Fráncfort 2010, la REUN ha desarrollado un intenso plan de internacionalización de la universidad argentina a través de los libros. Patrocinada por el Programa de Promoción de la Universidad Argentina de la Secretaría de Políticas Universitarias, el área Comercial y Cultural de la Cancillería Argentina y la Fundación ExportAr, la REUN ha trabajado diferenciadamente en proyectos de internacionalización de la marca LUA, fijando un calendario de tres ferias internacionales donde la REUN ha conseguido participar sostenidamente en el tiempo: Pekín (agosto), Fráncfort (octubre) y Guadalajara (diciembre). Por otro lado, en un programa de cooperación, la REUN ha organizado redes con editoriales universitarias de Brasil, Colombia, Ecuador, México y Sudáfrica.

Además, en 2013, la REUN impulsó, junto a los organizadores de la Feria del Libro de Fráncfort, el I Foro Mundial de la Edición Universitaria, que tuvo en 2014 una nueva y reforzada realización con la coorganización de la Association of American University Presses. En este foro, la REUN consolida su visibilidad como red hacia la construcción de una “red de redes”, capaz de patrocinar una agenda colectiva de la edición universitaria global.

Conclusión

La REUN tiene, entonces, desafíos muy importantes hacia adelante: a) consolidar en el plano interno un modelo de editorial que parte del convencimiento de que la edición universitaria necesita ser una alternativa frente a la concentración de los contenidos en catálogos de los sellos de los grandes grupos multinacionales, a fin de garantizar así la democratización del conocimiento y la bibliodiversidad. b) Desarrollar políticas de sustentabilidad de los proyectos editoriales. c) Fortalecer el proyecto colectivo de visibilidad y circulación de los libros universitarios a través de LUA. d) Continuar generando las condiciones de diálogo y cooperación para que los libros universitarios alcancen el máximo de circulación; para ello, es fundamental el trabajo de cooperación bilateral entre los editores universitarios de todo el mundo. e) Por último, la REUN se compromete a contribuir en la región a fortalecer la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (Eulac) y se compromete, tal como lo anunció en la reunión de las editoriales universitarias de la FILG 2013, a motorizar una agenda sustentable y dinamizadora para la región con acciones concretas, tal como lo hizo en Villa María, en junio de 2013, en momentos en que se realizó su reunión anual y el Seminario Internacional de la Edición Universitaria.



Un instituto innovador

PARA FORTALECER LA HISTORIA CULTURAL ARGENTINA Y SUS POLÍTICAS DEL LIBRO



Martín Rodrigo Gill

Diputado Nacional por la Provincia de Córdoba.

Autor del Proyecto de Ley para la creación del Instituto Nacional del Libro.

En los años cuarenta y cincuenta, Argentina ejerció un dinámico y creativo liderazgo del mercado editorial hispanoparlante. Durante esas dos décadas, las empresas editoriales se multiplicaban tanto como las librerías, los traductores, los libreros, los editores y los talleres gráficos, que abastecían de libros y publicaciones a la cultura del mundo hispano en su totalidad. Es el periodo en que nuestro país registra el mayor crecimiento en la industria del libro, con el apogeo de un sinnúmero de colecciones que emergían de Emecé, Sudamericana, Claridad, Pleamar, Poseidón, Losada o Atlántida, y que se convierte en una verdadera usina editorial, con traducciones al español de —entre otros— Walter Benjamin y la escuela de Fráncfort antes que se realizaran a cualquier otro idioma.

Ese tiempo, que se conoció como la *época de oro* de la cultura argentina, fue enriquecido además por los exiliados de la república española, con figuras como el poeta Rafael Alberti y el ensayista Francisco Ayala; de Italia, con científicos como el matemático Beppo Levi y el sociólogo Gino Germani, y de Polonia, con el notable Witold Gombrowicz, pero también por diplomáticos de la talla del mexicano Alfonso Reyes y el indobritánico Lawrence Durrell, entre otros muchos. Esto hizo que se generara una corriente estético-vanguardista que abarcaba desde la literatura y las artes plásticas hasta la música y el teatro.

No obstante este escenario, a pesar de su potencia, no pudo sustraerse a los avatares que sufrieron las democracias latinoamericanas, y poco a poco —dictaduras mediante— aquella industria, que pasó de producir 22 millones de libros entre 1936 y 1939, a producir 250 millones entre 1940 y 1949, fue cediendo su dominio a mano de la concentración editorial, acotando los circuitos de circulación, estandarizando los con-

tenidos, relegando los autores nacionales y nóveles, y exponiendo un canon excluyente y centralista; hasta llegar 2001 y 2002 —periodo en que Argentina sufre las consecuencias de conceder su soberanía y en adscribir a modelos económicos neoliberales— con apenas 9500 títulos, producto de una gran una recesión editorial y una producción cultural focalizada en la resistencia y la supervivencia antes que en la creación y el desarrollo. Solo a partir de 2003, con el fortalecimiento de la política como herramienta de intervención, regulación y transformación sociocultural, el mercado editorial argentino ha recuperado su protagonismo en el concierto hispanoparlante y ha logrado triplicar su producción, con casi 30 000 títulos y 90 millones de ejemplares anuales, en aumento.

Experiencia colectiva

En la última década, los argentinos hemos capitalizado el valor de la experiencia histórica frente a varias décadas perdidas, y a veces nefastas, que nos llevaron a la crisis económica e institucional de fines de 2001. Hemos aprendido, por un lado, que la suerte del libro y de la cultura no son ajenas a la política, a su capacidad dialógica y a su poder transformador. Por otro, que el libro es un bien simbólico y económico sustantivo para la cultura de un país, que su diversidad y su posibilidad de llegar a todos los estratos sociales y a todas las regiones de un país —por marginales y alejadas que sean— conforman un aspecto crucial para el desarrollo de nuestras sociedades. Por eso, en el marco de una serie de políticas tendientes a la inclusión y la ampliación de derechos, hemos ampliado el presupuesto educativo a 6,5 % del producto interno bruto, lo cual posibilitó la creación de 9 universidades emplazadas en regiones de sectores fuertemente populares, y un cambio sustancial del mapa de la educación superior (más del 80 % de estudiantes proviene de familias sin formación universitaria, y en muchos casos, sin siquiera las instancias de formación obligatoria), que nos han permitido pasar de 2000 becas en 2003 a 50 000 en 2014, o de una inversión de 6 millones a 260 millones de pesos; pero también nos permitió construir más de 4500 escuelas para cubrir las necesidades educativas de todo el territorio nacional.

Asimismo, hemos creado el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva; hemos creado el Canal Encuentro (el canal educativo del Estado argentino), el Instituto Nacional de Teatro (INT) y el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (Incaa). También hemos convertido la Secretaría de Cultura en un Ministerio acorde con las necesidades y el rango que el pueblo argentino le otorga a su amplia y diversa tradición cultural.

Por todo eso, el gobierno argentino entiende que el creciente prestigio de su industria editorial en la última década, cada vez más reconocida en los circuitos internacionales (el hecho de haber sido país invitado en las ferias del libro de Fráncfort, París, Miami y Guadalajara, son una muestra de ello), no puede estar librada a su suerte, y asume su responsabilidad histórica y promotora, porque así lo demandan su tradición y los renovados esfuerzos del sector. Así fue como con el apoyo explícito de la Jefatura de Gabinete y de los ministerios de Economía, Cultura, Educación y Relaciones Exteriores y Culto, sumado a la Cámara Argentina del Libro (CAL), la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN), entre otros actores, hemos elaborado el proyecto de ley para la creación del INL.

De este modo, asumimos el desafío de generar los instrumentos legales e institucionales necesarios para combatir la concentración económica y acompañar las transformaciones que desencadena el avance de la cultura digital, pero también para sostener la *biobiodiversidad* y promover el acceso democrático e igualitario al libro y la lectura. Así lo entienden todos los actores comprometidos en el proyecto, al sostener que el desarrollo de las políticas culturales, y específicamente de políticas del libro, son decisiones que deben acompañar las transformaciones contemporáneas —cada vez mayores y más veloces—, para poder garantizar las condiciones de la producción editorial en un marco de absoluta libertad, porque lo que está en juego es la posibilidad de garantizar el derecho a producir y acceder a la oferta editorial en toda su amplitud, estimulando la circulación de obras y autores tanto argentinos como regionales, y no solo en el territorio nacional, sino en el mundo de habla hispana, jerarquizando la labor de todos los actores que conforman el mundo del libro argentino.

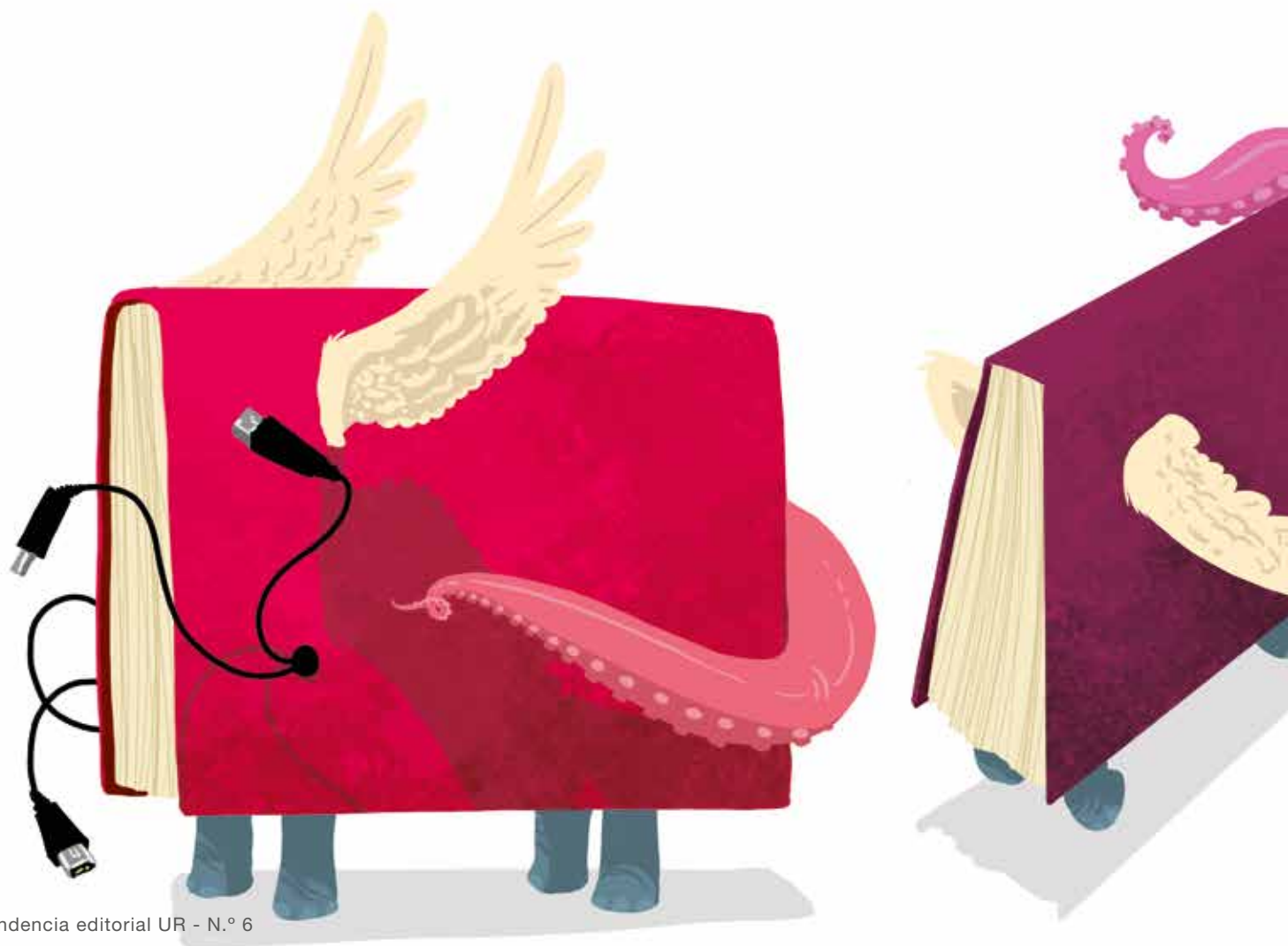
La gran mutación

La industria del libro se encuentra en un momento de mutación clave y son pocos los actores que manejan todos los resortes del futuro del libro en nuestra región. La presencia del Estado y el acompañamiento a un sector que conforma una de las claves de nuestra autonomía intelectual no deja de ser una tarea esencial para los Estados que pretendan defender el derecho a la cultura para todos sus ciudadanos.

En este contexto, el proyecto de ley para la conformación del INL, enriquecido con el aporte de todas las fracciones políticas, pretende constituir al instituto en un instrumento fundamental para el fortalecimiento de los derechos de producir y acceder a la cultura escrita en nuestro país, porque entendemos que es una gran contribución para la circulación y la presencia de la obra de autores argentinos en otros países, así como para ampliar la presencia en nuestro país de la producción editorial en lengua castellana, original o traducida, en el más amplio de los sentidos.

El INL se ocupará del fomento y la promoción de la actividad editorial argentina, de todas aquellas actividades relacionadas con la producción y comercialización del libro y también contribuirá a la ampliación del lectorado y la promoción de la lectura mediante el fortalecimiento del acceso democrático, igualitario y federal al libro en nuestro país. Será un organismo que apuntalará la producción y circulación de obras difíciles o de rentabilidad riesgosa, al tiempo que fortalecerá la diversificación del mercado editorial argentino, estimulando la apertura de librerías en todo el territorio nacional, aun en las regiones más alejadas y menos pobladas.

La larga tradición editorial, con autores y creadores de gran calidad en un amplio abanico de géneros, es un tesoro que no puede quedar a merced de los vaivenes que sufre periódicamente un mercado editorial fuertemente globalizado y cada vez más concentrado en un puñado de transnacionales del libro. Los canales de difusión y distribución de libros, fundamentalmente, pero también —y cada vez más— los puntos





de venta y las librerías, se enfrentan a contextos en los que los cambios económicos y tecnológicos reducen las posibilidades de intervención para los pequeños y medianos actores. Ante la necesidad de manejar grados de información cada vez más voluminosos y vitales, de enfrentar cambios tecnológicos permanentes, de disponer de datos valiosos, el INL será el encargado de acompañar a todos los profesionales del libro en sus necesidades de actualización y formación, produciendo informes y herramientas propicias para que la industria editorial argentina se fortalezca internamente, pero también para que pueda competir y estar presente y circular en nuestra región lingüística, así como en otros territorios, a la altura de su historia.

Martín Rodrigo Gill

Abogado y doctorando en Derecho y Ciencias Sociales. Profesor universitario en la Universidad Nacional de Villa María, la Universidad Tecnológica, Facultad Regional de Villa María, y en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Católica de Córdoba, en las áreas de Derecho Público, Legislación Rural y Derecho Natural, respectivamente. Fue rector de la Universidad Nacional de Villa María desde 2007 hasta 2012 y reelecto en ese cargo. Fue vicepresidente y presidente del Consejo Interuniversitario Nacional durante dos ejercicios y presidente de la Comisión de Comunicación y Medios del referido Consejo Universitario Interuniversitario Nacional. Se ha desempeñado en distintos ámbitos de la actividad pública. En la faceta académica, cumplió tareas como secretario académico del Instituto Académico Pedagógico durante la etapa de normalización y puesta en marcha de la Universidad Nacional de Villa María, ámbito en el que se desempeñó también como secretario de Investigación y Extensión del Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales. Ha desarrollado funciones en la administración pública municipal en la ciudad de Villa María, donde fue concejal, intendente interino y secretario general y de gobierno. Docente categorizado en el Programa de Incentivos del Ministerio de Educación de la Nación e integrante en tal carácter de diversos proyectos de investigación. En 2012 se desempeñó como secretario de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación y desde diciembre de 2013 asumió como diputado nacional por la Provincia de Córdoba. Ha participado en numerosos encuentros, jornadas y simposios en materia jurídica, pedagógica, sociales y políticas, en calidad de conferencista, disertante y organizador, tanto en el país como en diversos puntos del exterior.

¿A qué se enfrenta un distribuidor de libros y revistas académicos?



Emilia Franco

Psicóloga de la Pontificia Universidad Javeriana, con amplia trayectoria en el mundo de la cultura, inicialmente en el Muro Blanco y en el Arké. En 1992 fue cofundadora de Siglo del Hombre Editores y desde entonces se desempeña como gerente general de esta compañía colombiana, líder en la distribución de publicaciones de pensamiento, investigación, academia y cultura de editoriales colombianas e iberoamericanas.

En el ecosistema del libro, la labor del distribuidor es siempre la más cuestionada, la que genera con frecuencia inconformidades en varios de los eslabones de la cadena y la que fácilmente se considera sustituible. En muchos casos se ve como un mal necesario. En realidad, el distribuidor es algo así como la oveja negra de la familia.

Por eso es pedagógico, para quien se interesa por el tema, saber qué hace un distribuidor, cómo se estructura para garantizar su estabilidad, qué riesgos asume a diario, en qué consiste la complejidad de su operación, qué amenazas afectan su supervivencia y, en definitiva, por qué y para quién existe. Un distribuidor de la producción académica es:

- La *cara visible* de la editorial en los canales comerciales.
- La posibilidad que tiene la editorial de *estar presente simultáneamente* en múltiples escenarios: librerías, subdistribuidores, eventos, ferias nacionales e internacionales, ventas virtuales, presentaciones de libros, licitaciones, atención directa a lectores.
- El que asume los riesgos del cobro de la cartera, las quiebras de las librerías, la recuperación de cartera a plazos muchas veces indecentes y, a pesar de ello, paga cumplidamente al editor.
- Alguien que *conoce el mercado*, las necesidades de cada cliente, y es quien tiene la estructura y la agilidad necesarias para gestionar de manera adecuada la circulación del libro, con toda la complejidad que ello implica.
- El que está en *sándwich* entre la a veces incredulidad y escepticismo del editor y las exigencias del librero, a quien hay que atender siempre

como si fuera el único y quien no conoce del todo las complejidades tras bambalinas a las que debe enfrentarse el distribuidor.

- El que *responde por los éxitos y los fracasos* de cada libro que distribuye, por la falta de ejemplares de un libro exitoso que acaba de salir y tiene que asumir la penosa realidad de decirles a sus clientes directos e indirectos que no hay ejemplares para todas las librerías que lo quieren (con razón) o del libro hiperespecializado que el autor quiere ver en todas las librerías de Colombia, pero que, por más empeño, las librerías no lo reciben o lo envían de vuelta muy pronto.

¿Cómo es el día a día de un distribuidor?

- Un distribuidor recibe a diario novedades de sus editores, las cuales crea, cataloga, escanea e ingresa al sistema con todos los metadatos de cada libro en un tiempo récord. En este proceso encuentra de vez en cuando tropiezos normales en esta actividad: el libro llegó sin precio, el código de barras o el ISBN están repetidos, el o los libros llegan sin remisión del editor, pues son entregados directamente por el impresor. En estos casos, el proceso se frena y genera congestiones en el flujo del recorrido del libro, ya que se detiene físicamente en un

espacio de tránsito que se requiere libre para recibir las próximas novedades que van llegando.

- Ingresa la reseña del libro al sistema informático, la cual con mucha frecuencia debe construir por su cuenta, por falta de información del editor.

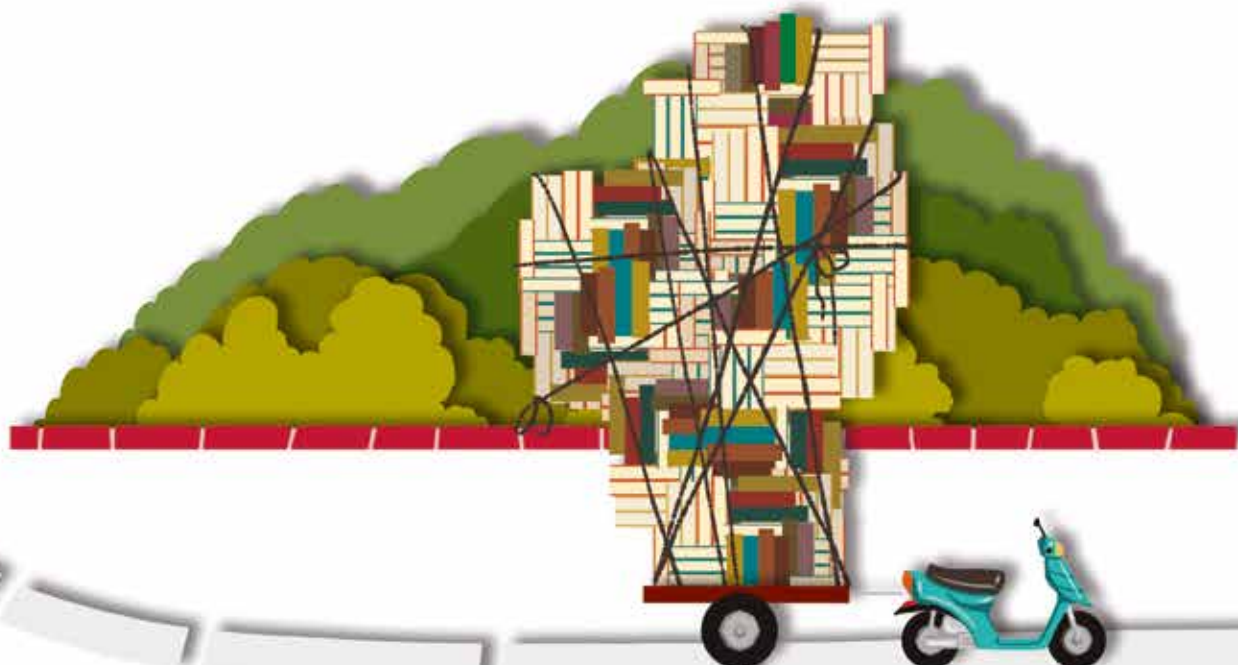
- Sube inmediatamente a su *web* cada libro una vez termina satisfactoriamente este proceso.

- Acomoda miles de libros en su bodega y prevé que la ubicación de cada uno esté plenamente identificada, con el fin de garantizar agilidad y precisión en el proceso de selección y despacho.

- Construye boletines de novedades, tanto electrónicos como físicos, que distribuye rápidamente entre libreros, distribuidores nacionales e internacionales, y lectores potenciales.

- Informa a su equipo comercial a través de mecanismos internos de las novedades del día, las cuales comienzan a circular entre los libreros, quienes en muchos casos exigen cita especial para definir los títulos y las cantidades que van a recibir.

- Despacha a diario decenas de pedidos dentro de la ciudad, en el resto del país e internacionalmente. Es un proceso de coordinación complejo y exigente, donde debe tener en cuenta el servicio completo del pedido, así como tiempos, plazos y características de la entrega.



- Le pone la cara al librero cuando no le llega el pedido de una novedad por cuenta de la poca cantidad de ejemplares que recibe algunas veces del editor, lo cual genera automáticamente una descalificación del distribuidor por parte del librero, pues considera que el distribuidor no está haciendo bien su trabajo.

- Asume los costos de fletes y seguros que ocasiona el envío diario de novedades y reposiciones a todo el país.

- Controla que los despachos fuera de la ciudad tengan las especificaciones de peso necesarias para que los costos del envío no liquiden el margen que le queda como distribuidor.

- Atiende a diario infinidad de llamadas y gestiona solicitudes constantes de clientes e interesados que requieren (¡para ya!) el despacho de un solo ejemplar a su librería o a su casa, con la meta de atenderlo inmediatamente.

- Gestiona todos los días decenas de solicitudes de devoluciones de libros, a su costo, muchas veces recién consignados, para poder cumplir con pedidos en firme, compras a instituciones, ventas al exterior, licitaciones, etc., por falta del número de ejemplares adecuado para distribución. Aquí también el librero le resta puntos y seriedad a nuestra labor, porque no entiende cómo es que le solicitamos en devolución un libro que le acaba de llegar.

- Gestiona al mes cientos de pedidos, cotizaciones, cortes de venta, cobro de cartera, presentación de muestras, atención de citas, presentación de catálogos y selecciones temáticas.

- Promueve, divulga y planea estrategias comerciales que visibilicen los sellos y libros que representa.

- Planea y ejecuta capacitación para su equipo comercial.

- Recibe decenas de cajas de devolución de librerías, las procesa, las ubica de nuevo en estanterías y notifica a las librerías las diferencias que se presentan.

- Realiza periódicamente inventarios físicos y documentales en librerías nacionales y en su propia bodega.





- Como consecuencia de lo anterior, realiza conciliaciones permanentes de inventario en su propia bodega, así como con los editores y librerías; procesos de cuidado que pueden tardar semanas, en cada caso.

- Programa un complejo esquema diario de transporte de pedidos, devoluciones de librerías y recogida de material de los editores, a través de transporte propio en el caos vehicular de la ciudad, intentando por todos los medios, el cumplimiento y la satisfacción del cliente y del proveedor, lo cual como es previsible, no siempre se logra al 100 %.

- Ajusta, transforma y mejora permanentemente su sistema informático para suplir las necesidades, los retos de las nuevas tecnologías y la misma dinámica del mercado.

- Invierte en tecnología altas sumas de dinero anual que garanticen la eficiencia de los procesos.

- Gestiona la atención de ventas internacionales, con el casi siempre inconveniente de no tener disponibles los ejemplares completos del pedido. Cotiza las mejores alternativas y despacho para el cliente, gestiona los trámites de exportación y se ve obligado a efectuar casi siempre devoluciones de librerías o solicitudes adicionales al editor, en tiempos récord para no perder el cliente ni el despacho consolidado que realizará.

- Se ocupa de las ventas a través de canales digitales, tanto el propio como de terceros.

- Maneja estrategias de cobranza con clientes difíciles con la presión que implica tener que vender, pero también cobrar.

- Envía a su costo cientos de libros a todo el país, a pequeñas librerías y ciudades para garantizar la visibilidad de los sellos que representa, sin la compensación de ventas seguras y con el desgaste que significa recibir en devolución grandes cantidades de ejemplares no vendidos y en muchas ocasiones deteriorados.

- Cumple con las obligaciones laborales y tributarias desde todo punto de vista.

Todas estas gestiones y muchas más, que no describo para no cansar, solo son posibles gracias a la especialización de funciones de un distri-

buidor, muy distintas a las de la naturaleza de un editor, que demandan experiencia, trayectoria y una estructura sólida de empresa conformada por diversos departamentos y divisiones:

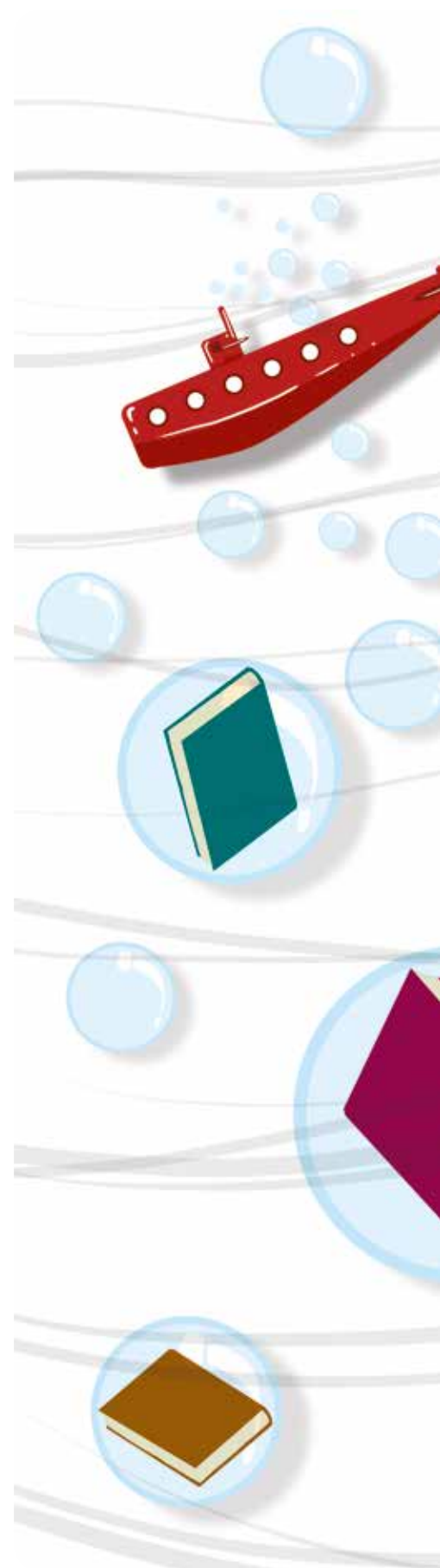
- Comercial
- Comunicación
- Catalogación
- Sistemas
- Desarrollo informático
- Bodega y despachos
- Mensajería
- Comercio internacional
- Servicio al cliente
- Ventas electrónicas
- Administración
- Recursos humanos
- Tesorería y cartera
- Contabilidad

Aspectos que no controla el distribuidor y que afectan su estabilidad y resultados

- El tipo de libros que recibe para distribución, donde hay desde las obras más exitosas hasta las que por sus características son de bajísimas posibilidades de venta. De todas formas, esos libros de baja rotación reciben el mismo tratamiento y oportunidades de distribución, pero con menores o a veces casi nulos resultados a cambio.
- Incidencias negativas ocasionadas por las tasas de cambio y la volatilidad de nuestra moneda, sumada a los altos descuentos en las negociaciones internacionales, y los extensos plazos que se toman los clientes internacionales para pagar.
- En algunas oportunidades, la competencia directa de los editores en el campo de la distribución, en su afán de producir más resultados y mayores márgenes.
- El escenario ya presente del libro electrónico, que si bien avanza poco a poco le va quitando una porción del mercado al libro impreso.
- La piratería y la fotocopia.

¿Cuáles son algunas de las ventajas competitivas del distribuidor?

- Su alto grado de especialización, experiencia y conocimiento del mercado, y del manejo ágil de todos los procesos.
- La optimización de sus recursos, funciones y fortalezas competitivas en beneficio de todos.
- Trayectoria y reconocimiento ante el cliente final, de la empresa en todos sus frentes.



- El volumen y calidad de la oferta, lo cual le permite trabajar ágilmente con las librerías más grandes como también con las más pequeñas, sin importar dónde se encuentren.

Algunas cifras

- Aunque entendemos que el tema de la rotación de inventarios es un asunto complejo para un editor, pues todos ya tenemos claro que las bodegas no pueden llenarse de libros que no se venden, es importante saber que para vender un ejemplar, se necesitan al menos 2,5 ejemplares en circulación.

- Una librería grande recibe al mes más de 1500 títulos nuevos, entre los cuales se encuentran nuestros libros académicos, que compiten por un espacio y visibilidad al lado de los libros de alta rotación de las editoriales comerciales.

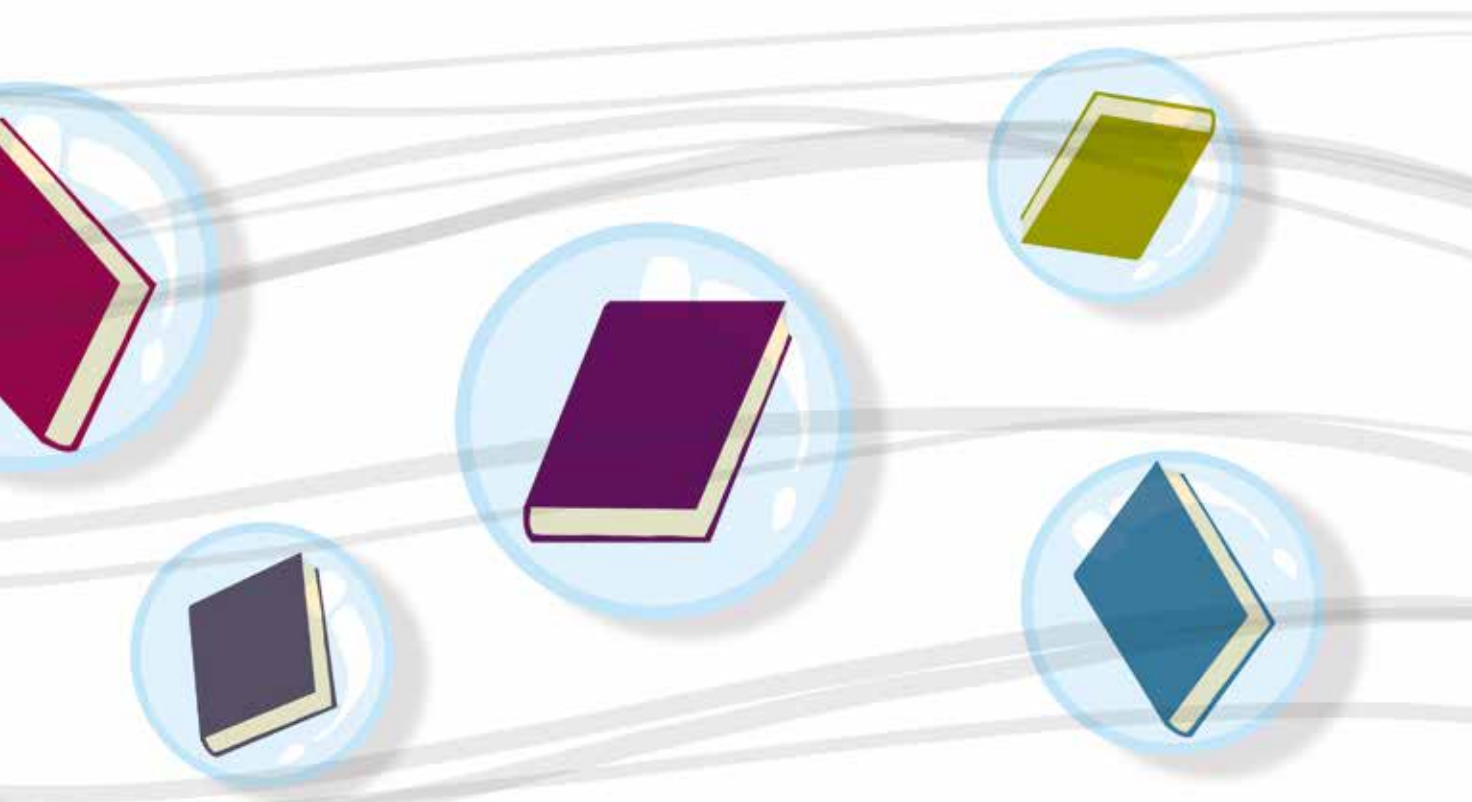
- La rotación general de inventario del libro académico en librerías está por debajo del 30 %. Esto quiere decir que debemos trabajar aún más varios aspectos que pueden mejorar esos resultados: la pertinencia editorial de cada obra que se publica y el uso académico que se les da a esas obras, pues ello repercute en una mayor venta. Empezar desde la editorial diversas es-

trategias de difusión de cada libro publicado, invitando al autor a trabajar intensamente por la promoción de su obra y dándole luces al distribuidor sobre el público al que va dirigido.

- Trabajar por una mayor comunicación entre editor y distribuidor, para tratar cada novedad de forma única y especial, con el fin de planear las cantidades apropiadas y las estrategias comerciales en cada caso.

Es evidente que, a pesar de los vientos que corren en relación con las posibilidades que genera la circulación del libro en formato digital, donde creo firmemente que el distribuidor también puede cumplir una labor importante, el libro universitario continuará circulando también en formato impreso durante mucho tiempo más.

Por todo lo anterior, la compleja circulación del libro universitario en formato impreso, que seguirá existiendo y cohabitando con el formato electrónico, se mantendrá y se fortalecerá en la medida en que seamos capaces de entender que es necesaria la especialización de funciones del editor y del distribuidor, que permita construir un trabajo complementario y respetuoso entre ambos.



Rompiendo asimetrías:

EL FUTURO DIGITAL DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA



Manuel Gil

Librero, editor, profesor, consultor, bloguero y autor de varios libros: El nuevo paradigma del sector del libro [Trama, Madrid, 2008], El paradigma digital y sostenible del libro [Trama, Madrid, 2011] y Prueba, experimenta y aprende: marketing para librerías [Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid, 2013]. Ha publicado numerosos artículos de opinión sobre diferentes aspectos del comercio del libro en la revista Texturas, de la que es editor. En la actualidad dirige el blog <http://antinomiaslibro.wordpress.com>



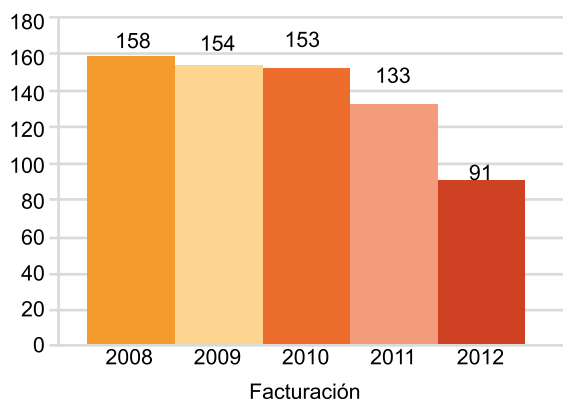


A mi modo de ver, hay tres cosas que distinguen con nitidez la edición universitaria, tanto española como iberoamericana: su enorme calidad, su apuesta por una fuerte estrategia de multicanalidad (con especial importancia de los ecosistemas digitales y una bibliodiversidad de amplio espectro) y una firme voluntad de reconversión digital. La idea de una edición centrada en libros de texto y manuales debe ser desterrada, pues la difusión de la investigación producida por cada universidad es el verdadero valor añadido, y posibilita un factor de competencia muy sólido de cara a las editoriales privadas. En algunos casos, y en concreto en el proceso de transición digital, nos encontramos ante el segmento más avanzado sin duda de toda la edición, lo que me hace ser ciertamente optimista respecto al futuro.

El libro universitario español representa un 5% de la producción de títulos, con una producción de cerca de 5000 títulos, y un fondo vivo de 50 000 títulos en papel y 20 000 *e-books* (entre pdf y e-Pub); sin embargo, este segmento de la edición ha estado en crisis en estos años. Desde 2008 hasta 2012, la caída de ventas de este segmento editorial ha sido del 42,14%. Solamente entre 2011 y 2012 la caída fue del 31% en volumen de facturación y un 15% en el número de ejemplares. Esto da ya una idea del escenario en que esta área editorial se está moviendo. Si observamos los canales de comercialización, la venta directa es muy importante y con

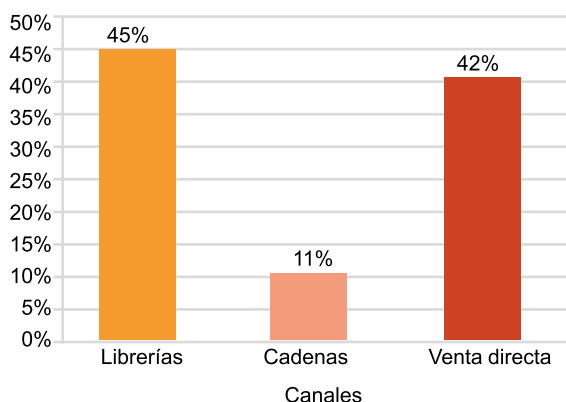
una fuerte tendencia a aumentar. La desaparición de librerías de “fondo” implica plantearse que este tipo de edición tenga puntos de venta físicos propios si quiere mantener una visibilidad razonable. Ello lo ha llevado, de hecho, a la apertura de librerías propias impulsadas por UNE, en España. No olvidemos que entre 2008 y 2013 en España han desaparecido un 21% de sus librerías de fondo. La evidente y obvia invisibilidad del libro universitario en las librerías españolas solo puede ser paliado con una enorme presencia digital. Una cuestión importante es que todos estos datos que muestro se corresponden con la comercialización de libros en papel (figuras 1 y 2).

Figura 1. Facturación 2008-2012



Fuente: elaboración propia a partir del informe de la FGED de Comercio Exterior.

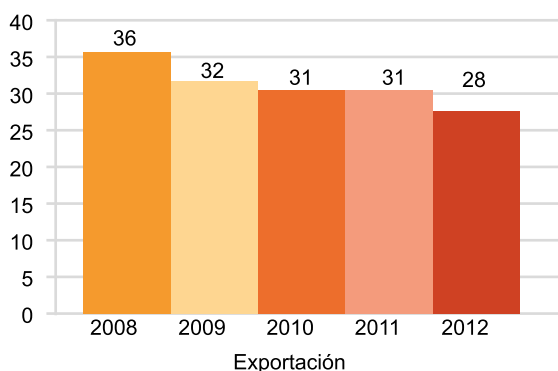
Figura 2. Canales de comercialización



Fuente: elaboración propia a partir del informe de la FGEE de Comercio Exterior.

Si observamos el comportamiento exportador de la edición científico-universitaria española, veremos que ha descendido un 22,3 %, aunque mantiene todavía unos datos de exportación bastante importantes (figura 3).

Figura 3. Exportación 2008-2012



Fuente: elaboración propia a partir del informe de la FGEE de Comercio Exterior.

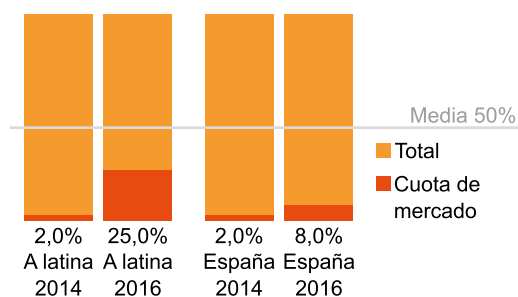
En este escenario, el esfuerzo de esta edición, en cuanto a una rápida migración digital, implica, en un corto espacio de tiempo, un aumento de las cifras de comercialización, al margen de un fuerte aumento en visibilidad y masa crítica, sobre todo en Iberoamérica. La urgente necesidad de incorporar digitalmente los catálogos universitarios a las plataformas de comercialización más importantes de ese continente, con la posibilidad más que real de desarrollar un agregador propio, parece una tarea urgente y, por lo que conozco, la Asociación Española de Editores Universitarios está en ello de manera deci-

dida. Por otro lado, se tienen ya algunas aproximaciones y proyecciones respecto al aumento importante del comercio digital.

Un ejercicio curioso que numerosas áreas de la edición están analizando es estimar la migración digital de las compras de libros por parte de las bibliotecas universitarias iberoamericanas y de los canales no *retail*. Un análisis bastante compartido es que mientras en España se pasará de un 2 % a un 8 % en 2016, en Iberoamérica se pasará de un 2 % a un 25 % en compras digitales en 2016. El acceso inmediato, las bajadas de precios y la disponibilidad de los catálogos de manera inmediata constituyen una oportunidad excelente tanto para los editores universitarios españoles como para los iberoamericanos; así, el contenido en papel dejará de viajar para aparecer en grandes agregadores una oferta digital inmensa, que fuerza así la ruptura de la asimetría comercial que ha existido durante muchas décadas entre España y Latinoamérica en el comercio del libro.

El libro digital español viajará a América, pero de allí también el contenido viajará a España y Europa. El *ratio* que muestra que por cada euro que España compraba en América les vendía 71,4, se difuminará con el comercio digital. El diseño de ecosistemas digitales y canales de comercialización es un reto compartido por todos los editores universitarios. El libro universitario de habla hispana competirá únicamente por calidad y no por la existencia de redes de distribución y comercialización a cada lado del Atlántico. En este punto, la migración digital pone a todos al mismo nivel competitivo. Y la edición universitaria iberoamericana debe aprovechar la oportunidad (figura 4).

Figura 4. Estimación de migración digital en compras de bibliotecas universitarias



Fuente: elaboración propia.

Si los editores universitarios tanto de España como de Iberoamérica migran sus catálogos a digital, el libro universitario ganará en visibilidad y notoriedad, los agregadores a los que inevitablemente iremos tendrán un contenido internacional que posibilitará unos niveles de información hasta ahora nunca vistos. Y esta oportunidad digital es compartida: los libros españoles aparecerán en grandes agregadores de América, y los libros universitarios iberoamericanos estarán en España y Europa, se romperá así la asimetría histórica del libro entre dos continentes.

Estamos ante una oportunidad compartida posibilitada por la disruptividad tecnológica digital: si la edición universitaria es capaz de rediseñar sus ecosistemas y precipitar el cambio digital, vender y comercializar ya no será un milagro. Y cito aquí a mi admirado Fernando Zapata, director del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe:

[...] nuestros lectores, los de cada uno de los rincones de la geografía de nuestros países, y los lectores de otras zonas del mundo tienen el derecho y la posibilidad de acceder a los productos de nuestra creación intelectual, convertidos en libros, ya sea impresos, ya sea electrónicos. Y el primer paso es garantizar que esos lectores o los que intermedian en la relación con ellos —editores, bibliotecarios, libreros, promotores de lectura— tengan las posibilidades de conocer qué producimos, qué características tiene esa producción, dónde y cómo se puede acceder a la misma.

Dejaremos de hablar de edición universitaria nacional para abrazar la idea de una edición universitaria de habla hispana. El reto: rompan las asimetrías y ganarán el futuro.



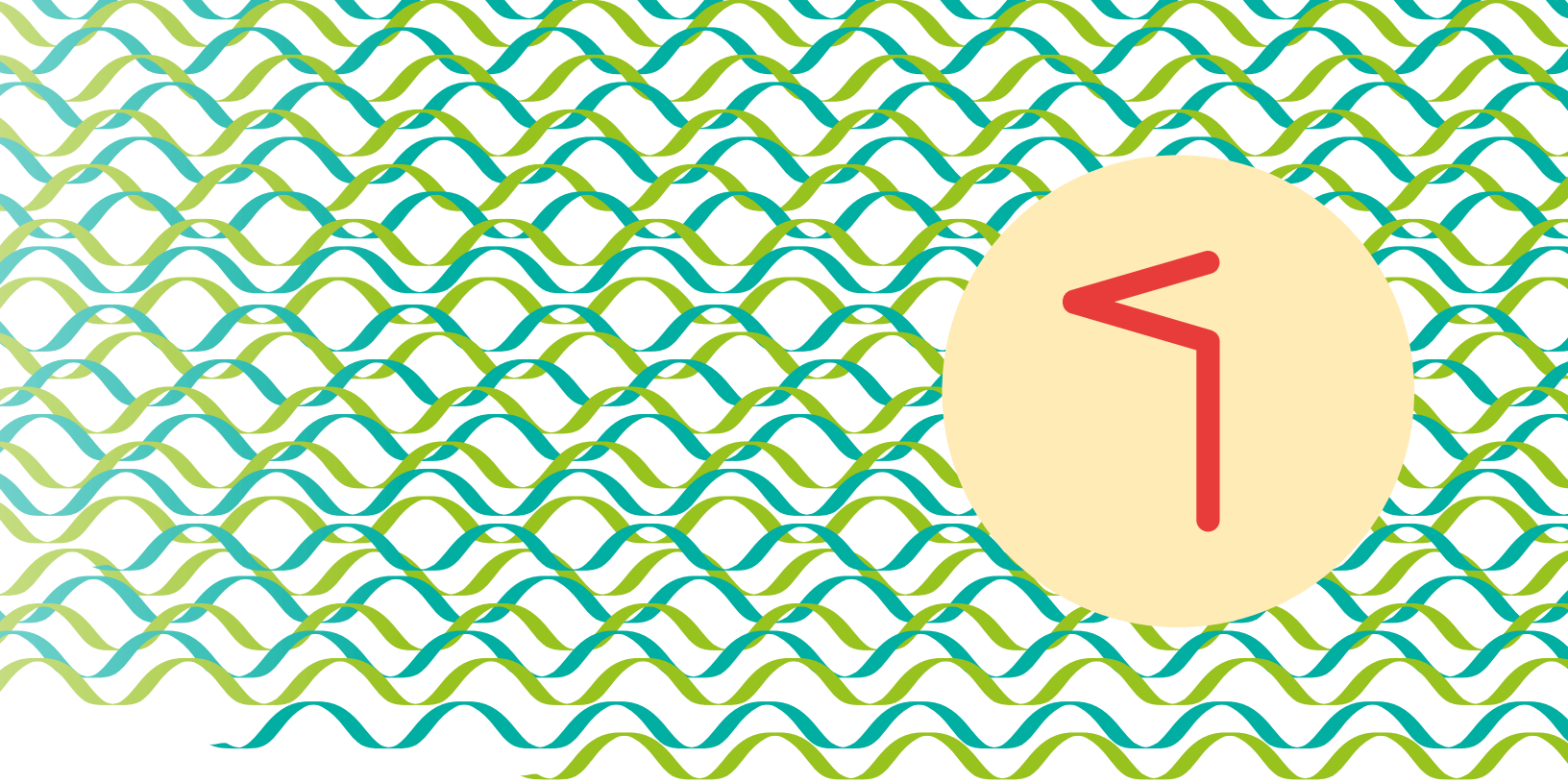
El Foro Internacional de Edición

Universitaria y Académica: una década



Sayri Karp

Coordinadora editorial de la Editorial Universitaria de la Universidad de Guadalajara (UdeG), empresa de la que fue directora (2002-2007). Vicepresidenta del área septentrional de la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (EULAC). Secretaria técnica de la Red Altexto de Editoriales Universitarias y Académicas de México (2006-2010). Integrante del comité organizador del Foro Internacional de Edición Universitaria (FIL Guadalajara 2004, 2006, 2008, 2010, 2012 y 2014). Cursó la maestría en Edición en el Centro Internacional de Estudios Profesionales para Editores y Libreros, de la UdeG, y la licenciatura en Lengua y Literatura Hispánicas en la Universidad Nacional Autónoma de México. Su trayectoria como editora comenzó hace más de 25 años.



Diez años no es nada y es mucho. Esta última década ha sido significativa para la edición universitaria y académica en América Latina. No porque antes no pasaran cosas, sino porque en estos años los editores universitarios han cobrado conciencia de sí mismos y han potencializado su labor abriéndose un espacio de digno reconocimiento dentro de la industria editorial.

En los últimos diez años las editoriales universitarias y académicas han vivido un proceso de sólida profesionalización que ha hecho que su producción salga de los recintos institucionales, y sea tan amplia que llegue a ocupar el 20% de la producción nacional en algunos países.

Haciendo recuento, hace diez años montamos por primera vez el stand de la Editorial de la Universidad de Guadalajara en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara: los ganchos de acrílico rojo que usamos para exhibir los libros llamaron tanto la atención que ganamos el premio al mejor stand. Ese mismo año presentamos, en un salón rebosante de público, *El libro monero. Crónica del birote y su arrimón a las letras*, y

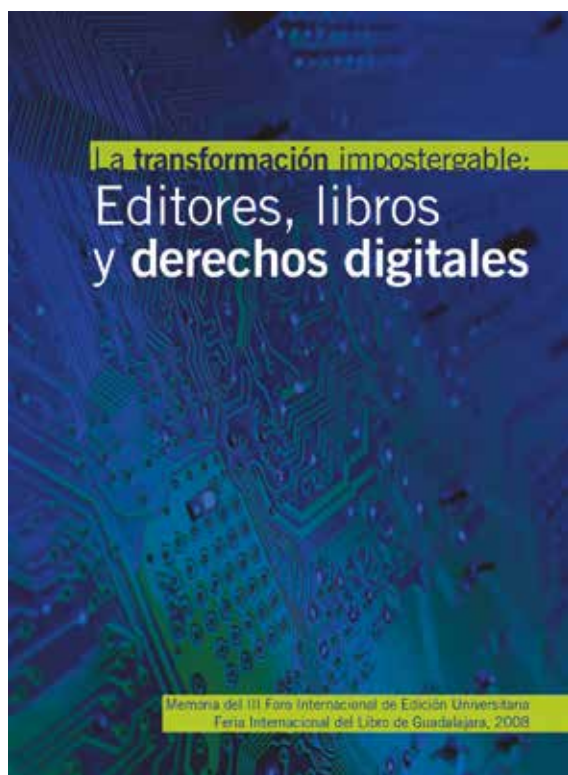
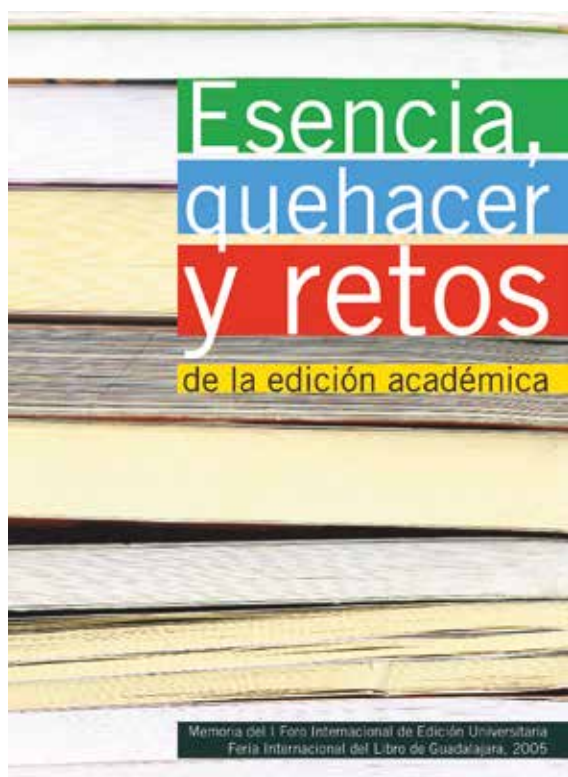
salimos en primera plana el primer día de feria, con un escándalo que logró que este título fuera uno de los más vendidos.

Hace una década, desde la FIL, nos planteamos generar un espacio dedicado especialmente a los editores universitarios: el Foro Internacional de Edición Universitaria y Académica. El año anterior nos reunimos con la directiva de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE) para discutir la puesta en marcha de este foro, preocupados por impulsar la profesionalización y la inserción de este sector en la industria editorial.

A partir del diálogo y la reflexión conjunta, y de intercambiar ideas sobre las fortalezas y debilidades, los aciertos y errores tanto de las áreas editoriales como de las asociaciones de España, Colombia, Brasil, Argentina, Costa Rica, Panamá, Ecuador, Estados Unidos y México, hemos promovido el desarrollo individual y colectivo.

Estos análisis y discusiones sirvieron para elaborar un diagnóstico de la edición universitaria en muchos de los países latinoamericanos, y para darnos cuenta de que la problemática era similar en todas partes.

El Foro Internacional de Edición Universitaria es un espacio que se ha constituido en uno de los principales lugares de discusión de los temas que de manera más urgente nos conciernen a los editores universitarios.



Portadas de algunas de las memorias del Foro Internacional de Edición Universitaria celebrados en el marco de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara. Para conocer más visite: http://www.fil.com.mx/act_nego/fieu.asp

Diez años después, y tras la realización de cinco ediciones, podemos decir que el camino que emprendimos fue un acierto, no sólo porque este foro se ha ido profesionalizando en sí mismo, sino por las repercusiones que ha tenido; incluso podemos afirmar que se ha convertido en un referente a nivel internacional.

A lo largo de estos años hemos visto también cómo se han consolidado varios proyectos, como la creación de la Red Altexto de Editoriales Universitarias y Académicas de México, así como la conformación de otras asociaciones nacionales, como las de Argentina y la de Ecuador, entre otras, y la realización de otras jornadas y foros dirigidos a la edición universitaria.

En suma, podemos decir que el Foro ha enriquecido y construido nuevos puentes a través de los cuales nos hemos comunicado y retroalimentado editores de diversas instituciones y de diferentes países; hemos evaluado abiertamente las distintas experiencias y realidades de las editoriales universitarias y presentado soluciones a los retos planteados.

Todo esto fue posible, en gran medida, gracias a la compartición de experiencias de algunas asociaciones cuyo trabajo y análisis tiene muchos más años de práctica, y a la generosidad de editores expertos que nos han transmitido sus conocimientos.

Actualmente, la edición universitaria tiene un papel fundamental en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara. En los últimos años se ha construido un espacio dedicado a las publicaciones académicas, que integra como expositores tanto a editoriales comerciales, como a editoriales de instituciones de educación superior públicas y privadas, de manera individual o colectiva, o bien, asociaciones nacionales.

Hoy el compromiso conjunto de las distintas asociaciones nacionales de llevar a cabo la profesionalización continua de los responsables de las áreas editoriales de las instituciones de educación superior es una realidad, así como la puesta en marcha de proyectos multinacionales como la conformación del gran catálogo latinoamericano y el portal “Visibilidad y conocimiento” uno de los proyectos que adelanta la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe - EULAC.

Con la sexta edición, el Foro Internacional de Edición Universitaria y Académica renueva su estructura y se enfoca en dos de los temas más importantes para el éxito y desarrollo de las editoriales universitarias: su papel medular en el engranaje de la producción y transmisión del conocimiento, y la comercialización de sus publicaciones. Además de ofrecer conferencias y talleres dedicados al análisis y la proyección de nuevos modelos de negocio, la importancia de la internacionalización y la esencia de un proyecto editorial dentro de una institución de educación superior, también ofrecerá un espacio para conocer la situación de la edición universitaria en Argentina, país invitado de honor.

En estos diez años hemos reafirmado la importancia que tienen los editores universitarios como piezas modulares de las universidades en el proceso de generación y transmisión del conocimiento. Quizá habremos de redefinir nuestro trabajo, pero nos quedará algo permanente que no hay que olvidar jamás: el verdadero progreso es el que pone la tecnología y el conocimiento al alcance de todos. Y como editores universitarios debemos tener claro que la educación es la ventana por la cual vemos al mundo y la gran igualadora de las condiciones del hombre.

Algunas novedades para esta Feria

Universidad del Rosario



Planeta de ciudades

Shlomo Angel
Páginas: 422
ISBN: 978-958-738-417-8
PVP: USD \$42



El peritoneo: descripción de un nuevo síndrome, falla peritoneal

Rafael Riveros Dueñas, Andrés Isaza Restrepo, Carlos Sefair Cristancho (Editores académicos)
Páginas: 122
ISBN: 978-958-738-488-8
PVP: USD \$15



La nación expuesta

Sven Schuster (coordinador),
Páginas: 258
ISBN: 978-958-738-523-6
PVP: USD \$27

Universidad de Guadalajara



Conversaciones con la cultura.

Las mejores entrevistas del suplemento 02 Cultura de La gaceta de la Universidad de Guadalajara

Cristian Zermeno (coordinador)
Páginas: 308
ISBN: 978-607-742-027-9
PVP: USD \$23



Muerte derramada.

Premio Nacional de Cuento Juan José Arreola 2014

Mario Sánchez Carbajal
ISBN: en trámite
PVP: USD \$12



Paraninfo de la Universidad de Guadalajara. Tiempo, Arte y Espacio

Carlos Correa y Sofía Anaya
Páginas: 196
ISBN: 978-607-450-713-3
PVP: USD \$30

Universidad Veracruzana



Las auroras montreales

Monique Proulx
Páginas: 240
ISBN: 978-607-502-340-3
PVP: USD \$15



Vicisitudes del pequeño acróbata

Saúl Yurkievich
Páginas: 128
ISBN: 978-607-502-338-0
PVP: USD \$12



Delicados trazos. Ensayos y tribulaciones

Noé Jitrik
Páginas: 186
ISBN: 978-607-502-339-7
PVP: USD \$10

Pontificia Universidad Javeriana



Errores innatos del metabolismo.

Un abordaje integral del diagnóstico al tratamiento

Luis Alejandro Barrera, Ángela Johana Espejo, Eugenia Espinosa y Olga Yaneth Echeverri (editores)
Páginas: 466
ISBN: 978-958-716-465-7
USD \$36



Filosofía y dolor.

Hacia la autocomprensión de lo humano

Luis Fernando Cardona Suárez (editor académico)
Páginas: 628
ISBN: 978-958-716-690-3
USD \$23



Vitrolas, rocolas y radioteatros.

Hábitos de escucha de la música popular en Medellín, 1930-1950

Carolina Santamaría-Delgado
Páginas: 234
ISBN: 978-958-716-504-3
USD \$21