

## **PROGRAMA ELECTORAL PARA LA JUNTA DIRECTIVA DE LA UNE 2008-10**

### **100 propuestas para el futuro de la UNE**

#### **PROGRAMA PRESENTADO POR LA CANDIDATURA**

- Fernández Beltrán, Francisco (UJI)  
PRESIDENTE
  
- González González, Ana Isabel (UNIOVI)  
VICEPRESIDENTA
  
- Gómez-Hernández, José-Antonio (UM)  
SECRETARIO GENERAL
  
- Calero Egido, Herminia (UNED)  
TESORERA
  
- García Pizarro, Aranzazu (ULL)  
VOCAL
  
- Pastor Pérez, Lluís (UOC)  
VOCAL
  
- Peinado Santaella, Rafael (UGR)  
VOCAL
  
- Recio Godoy, Belén (UPCO)  
VOCAL
  
- Torres Ripa, Javier (DEUSTO)  
VOCAL

La acción de gobierno que aspira a llevar a cabo esta candidatura a Junta Directiva de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE) se va a centrar en nueve líneas estratégicas, en torno a las cuales se han planteado los diferentes objetivos programáticos que se recogen en este documento. La relación de acciones que aquí se muestra es amplia y ambiciosa, y es probable que, por la mera limitación temporal, no pueda cubrirse en su totalidad en el mandato de esta Junta. Sin embargo, hemos optado por incluirlas todas para que nuestro programa abarque todos los elementos que consideramos fundamentales para el futuro de nuestra asociación en los próximos años, de forma que este documento constituya la hoja de ruta que guiará nuestra acción de gobierno

## **I. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA ASOCIACIÓN**

La Unión es nuestra fuerza. Nuestra asociación, que agrupa ya 59 servicios editoriales bajo las significativas siglas de UNE, ha celebrado el pasado año el XX aniversario de su creación. Durante estos años, la UNE se ha consolidado como una asociación de referencia de los editores universitarios españoles y gracias a ella hemos empezado a ser tenidos en cuenta como interlocutores en los procesos que afectan al libro. Sin embargo, creemos que todavía se ha de continuar trabajando para que la UNE sea una asociación más fuerte y con mayor peso en el sistema editorial español. Para ello, proponemos:

1. Elaborar un Plan Estratégico de la UNE que, de manera consensuada con los socios, establezca claramente la visión, misión y valores de la asociación, así como sus líneas estratégicas y sus proyectos de acción a medio y largo plazo.
2. Consolidar y ampliar la colaboración existente con la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Cultura, así como con otros órganos y unidades de este mismo ministerio.
3. Establecer relaciones permanentes con la Secretaría de Estado de Universidades del Ministerio de Innovación y Ciencia.
4. Iniciar contactos de colaboración con las direcciones generales del Libro de las diferentes consejerías autonómicas.
5. Renovar y ampliar los contactos con la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE), en especial con la presidencia, la secretaría general y las sectoriales de Investigación, Bibliotecas y Gabinetes de Comunicación, planteando que las Publicaciones participen de su sistema de sectoriales desde el convencimiento de que la edición es un elemento esencial del sistema universitario.
6. Establecer un marco estable de información y colaboración con la Agencia Nacional de Evaluación de Calidad (ANECA)
7. Reforzar la colaboración con la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) y abrir vías de contacto con los gremios y asociaciones profesionales del libro de carácter autonómico.

8. Potenciar las líneas de colaboración estable con CEDRO.
9. Iniciar una relación institucional estable con el Instituto Cervantes, Casa América, Institut Ramon Llull y cuantos organismos españoles favorezcan la difusión internacional de las lenguas y culturas hispánicas.
10. Reforzar las relaciones con la Asociación Nacional de Editores del libro Científico, Técnico y Académico.
11. Aprovechar el bagaje y experiencia de los anteriores miembros de juntas directivas, siempre que permanezcan vinculados a sus respectivos servicios de publicaciones, mediante su colaboración en acciones de carácter protocolario y promocional de la UNE.

## **II. EXTENSIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE CALIDAD**

La calidad es un requisito indispensable para poder desarrollar la función encomendada a nuestros respectivos servicios editoriales, y la UNE ha de favorecer la extensión de esta filosofía de la mejora continua y de la medición de resultados como la mejor vía posible para alcanzar el reconocimiento y prestigio que el libro universitario merece. Las editoriales universitarias hemos avanzado mucho en los últimos años. No en vano, nuestra producción se apoya en la mayoría de los casos en Consejos Editoriales, directores de colección y en procesos de evaluación externa de gran parte de nuestros títulos. Con todo, es preciso que ese avance se concrete en técnicas y procedimientos de gestión adaptados a los modelos de calidad. Para ello, proponemos:

1. Elaborar un manual de funcionamiento de las editoriales universitarias como punto de referencia y arranque de los procesos de normativización y normalización que requiere todo proceso de gestión de la calidad.
2. Trabajar en la adaptación de los principales modelos de referencia en la gestión de la calidad (EFQM y normas ISO) a la idiosincrasia y características específicas de los servicios editoriales, de forma que desde la UNE se genere una documentación que facilite su aplicación.
3. Negociar con la ANECA el desarrollo de un programa conjunto de evaluación de los servicios editoriales universitarios.
4. Tratar, además de con la ANECA, con las diferentes agencias de evaluación de la calidad autonómicas para establecer pautas y modelos que permitan dotarnos de un sistema de evaluación y acreditación de los servicios editoriales universitarios de calidad.
5. Estudiar la posibilidad de desarrollar un sello propio de “Libro de Calidad acreditado por la UNE” de acuerdo a unos requisitos mínimos de calidad científica y editorial que, previamente, se deberán consensuar y dar a conocer a los servicios editoriales socios.

6. Incorporar un sistema de gestión de la calidad en la propia organización de la asociación, de forma que se logre la acreditación externa de la UNE.
7. Favorecer el intercambio de experiencias y buenas prácticas entre los socios de la UNE, especialmente con la creación en la página web del Observatorio de Mejores Prácticas Editoriales.
8. Analizar los modelos de calidad que se aplican en editoriales universitarias de nuestro entorno académico, principalmente de Europa, pero también de Estados Unidos.
9. Incorporar de manera prioritaria los aspectos relacionados con la gestión de calidad en el programa formativo anual de la UNE.
10. Generar documentación y recursos en la web de la UNE para los socios en materia de gestión de la calidad y sistemas de acreditación.
11. Reforzar los Premios Nacionales de Edición Universitaria como reconocimiento de la calidad de las publicaciones de los socios.

### **III. PROYECCIÓN Y RECONOCIMIENTO DEL LIBRO UNIVERSITARIO**

La promoción del libro universitario es uno de los objetivos fundamentales de la UNE y para ello es imprescindible que el libro como objeto y las editoriales universitarias como servicios alcancen el prestigio y reconocimiento que merecen. Es necesario poner en valor de nuevo la cultura del libro, reivindicar el trabajo profesional que se lleva a cabo desde las editoriales universitarias españolas y, a partir de ahí, dar a conocer, promocionar y difundir de la manera más amplia posible la producción editorial conjunta de todos los socios. Para ello, proponemos:

1. Exigir a la ANECA y al Ministerio de Innovación y Ciencia un trato no discriminatorio para las publicaciones de las editoriales universitarias respecto a las de otras editoriales y reclamar que toda discriminación se haga en positivo para aquellas editoriales que acrediten sistemas objetivos de calidad.
2. Sensibilizar a los rectores sobre el importante papel de apoyo a la docencia, difusión de la investigación y refuerzo a la cultura que se lleva a cabo desde las editoriales universitarias españolas y sobre la necesidad de establecer un reconocimiento adecuado para los autores que publican en nuestros sellos, la mayoría de los cuales son profesores universitarios que tienen reconocida su doble capacidad docente e investigadora.
3. Empezar una campaña que sirva para reforzar el prestigio y la estima de la edición universitaria entre las propias comunidades universitarias y la opinión pública en general, con el apoyo de los medios propios de la UNE, la colaboración de los medios propios de las universidades e incluso la inversión publicitaria.

4. Participar en campañas de promoción de la lectura y de dignificación del libro como instrumento de saber, con la generación de un espacio propio para el libro universitario.
5. Promover y organizar, conjuntamente con otras organizaciones, el I Foro Editorial de Estudios Hispánicos y Americanistas en el año 2010, coincidiendo con el Bicentenario de la Independencia de la mayor parte de países suramericanos. Este encuentro se plantea con el objetivo de consolidarse como una cita bienal de referencia internacional que permita mostrar los últimos avances en el estudio e investigación de las lenguas y culturas de España e Iberoamérica que sirva de foco de atracción de académicos y estudiantes extranjeros. Este encuentro académico se plantea con la celebración en paralelo del Salón del Libro Universitario que permita la exhibición y venta de ejemplares del fondo común como eje central.
6. Organizar actividades propias dentro de la Semana Europea de la Ciencia que sirvan para destacar el valor del libro como vehículo para la transmisión del conocimiento científico en las diferentes lenguas oficiales del Estado. Se plantea organizar la muestra “El libro como difusor de la ciencia” entre el 15 y el 20 de noviembre de 2009, haciendo coincidir el encuentro con la asamblea general, y favoreciendo su realización con carácter bienal, en alternancia con el previsto en el punto anterior.
7. Promover un concurso de creatividad publicitaria entre los estudiantes de las Facultades de Ciencias de la Comunicación para dotarnos de originales de calidad que sirvan para su uso en la campaña institucional y, al mismo tiempo, difundir la UNE entre el colectivo universitario.
8. Explotar los datos del Informe PRECISA sobre la edición universitaria en España para dar a conocer y poner en valor el peso que, en conjunto, tienen las editoriales universitarias y favorecer entre las comunidades universitarias y la sociedad en general un mayor y mejor conocimiento de nuestra realidad.
9. Consolidar la revista *UNELibros* como un medio de comunicación propio, además de como boletín de novedades de carácter semestral, avanzando en la línea de mejora de su calidad y atractivo.
10. Estudiar las posibilidades de desarrollar nuevos catálogos temáticos de carácter conjunto que permitan dar visibilidad a la totalidad de las obras de los socios por materias, y aprovechar para ello las posibilidades de las nuevas tecnologías y de la web de la UNE.
11. Optimizar la campaña conjunta de publicidad en los principales suplementos culturales de la prensa nacional y potenciar la presencia y contacto con los medios de comunicación.

#### **IV. EXTENSIÓN DE SERVICIOS Y PROMOCIÓN DE RELACIONES INTERNAS**

Los socios son el verdadero motivo de ser de la asociación, que ha de hacer patente los servicios que oferta a sus miembros y, sobre todo, favorecer la interrelación entre sus diferentes miembros. Si como decíamos en nuestro primer eje estratégico, la unión es nuestra fuerza, esta unión hay que reforzarla mediante la extensión de servicios a los socios y la promoción de las relaciones entre los mismos. Para ello, proponemos:

1. Elaborar una carta de servicios que recoja claramente la oferta de oportunidades que la UNE brinda a cada uno de los socios. Este documento se podría complementar con un folleto corporativo que sirviese además como elemento formal de presentación de la asociación.
2. Favorecer la realización de coediciones entre los socios, para lo cual la UNE intentará generar en su portal un espacio privado donde las editoriales universitarias puedan dar a conocer a las demás sus proyectos y en donde se puedan buscar socios editoriales.
3. Establecer mecanismos que permitan la gestión y venta de derechos de los socios, especialmente mediante su tratamiento como oferta conjunta.
4. Promover la extensión del formato DILVE entre los miembros de la UNE como el medio para favorecer el intercambio de información sobre el libro.
5. Trabajar a favor de un sistema de distribución conjunta que favorezca la comercialización de los fondos de los asociados.
6. Elaborar un nuevo directorio de socios de la UNE más actualizado que permita una mayor difusión externa de los miembros de la asociación y un mejor conocimiento interno.
7. Consensuar unas tarifas orientativas de maquetación, corrección, traducción y otros trabajos de producción editorial, que puedan servir de referencia a todos los socios.
8. Plantear una política común de intercambio, que lo promueva, pero que al mismo tiempo permita determinar claramente el valor económico y de impacto (por el uso o consulta de libros) que conlleva para los socios.
9. Establecer vías para favorecer el intercambio con instituciones extranjeras mediante acuerdos de reciprocidad y difusión conjunta de los fondos.
10. Desarrollar un banco de servicios que permita el conocimiento e intercambio de proveedores y que facilite incluso que los propios servicios puedan ser proveedores unos de otros.
11. Elaborar un directorio de expertos común al que los socios puedan recurrir a la hora de buscar un evaluador externo para sus originales y que pueda nutrirse de las bases de datos particulares de las distintas editoriales.

## **V. PROMOCIÓN COMERCIAL Y EXTENSIÓN INTERNACIONAL**

La comercialización es el objetivo último de los servicios editoriales, ya que, junto con otras vías, permite que nuestros productos editoriales se conozcan y lleguen a los usuarios finales. Este trabajo de comercialización, sobre todo en los mercados extranjeros, resulta complejo si se aborda a título individual, por lo que la UNE debe trabajar para desarrollar acciones conjuntas de promoción comercial y, especialmente, de presencia en el extranjero del fondo colectivo. Para ello, proponemos:

1. Llevar a cabo una campaña de promoción conjunta del fondo editorial de los socios que deseen adherirse.
2. Poner en valor la participación en ferias y salones del libro en España.
3. Rediseñar la estrategia de presencia en ferias en el extranjero con el fin de lograr las máximas sinergias.
4. Potenciar las acciones para la creación de una Asociación Iberoamericana de Editoriales Universitarias a partir del germen desarrollado en el Foro de Edición Universitaria en los últimos años, y favorecer la creación de una Asociación Europea de Editoriales Universitarias.
5. Trabajar conjuntamente con las redes universitarias (Xarxa Vives, Compostela, etc.) para promover la presencia del libro universitario español en el exterior.
6. Promover la adquisición de fondos universitarios para la red de bibliotecas públicas españolas mediante la negociación directa del conjunto del fondo.
7. Promover la adquisición de libros universitarios por parte de las embajadas y oficinas culturales de España en el extranjero.
8. Establecer relaciones con los departamentos correspondientes de las embajadas de otros estados en España para conseguir subvenciones que faciliten la traducción de libros de autores extranjeros en nuestro país.
9. Promover acuerdos con el canal de Noticias Culturales Iberoamericanas (NCI), dependiente de la Asociación para la Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI), para la difusión de piezas informativas de producción propia que permitan visualizar las novedades editoriales en torno a temas de interés, así como con otros medios audiovisuales de carácter cultural que puedan ayudar a la internacionalización de nuestras publicaciones.
10. Desarrollar acciones que favorezcan la visualización de las publicaciones universitarias en el ámbito de las librerías y de los propios campus.
11. Participar en la iniciativa Cegal en red, que permite interconectar al editor con el librero, el bibliotecario y el distribuidor en términos de stock de libros.

## **VI. SOLVENCIA E INDEPENDENCIA ECONÓMICA**

La UNE ha alcanzado en los últimos años un importante incremento de los fondos de los que dispone, especialmente gracias a las aportaciones que recibe de Cedro, lo que ha permitido ampliar la actividad de la asociación. Se hace preciso avanzar en la obtención de nuevas vías de financiación que garanticen la solvencia e independencia económica de la UNE. Para ello, proponemos:

1. Concurrir a convocatorias públicas de ayudas que permitan financiar parte de los nuevos proyectos recogidos en este programa vinculados con la Semana de la Ciencia.
2. Participar en los programas de Cooperación Iberoamericana y de celebración del Bicentenario de las Independencias para colaborar en la financiación del Foro Editorial de Estudios Hispánicos y Americanistas.
3. Desarrollar una búsqueda de patrocinadores específicos para las diferentes acciones previstas en este programa electoral.
4. Optimizar los recursos de la asociación, procurando el uso más eficiente de los mismos.
5. Llevar a cabo un plan de captación de los servicios editoriales de las universidades españolas que todavía no forman parte de la UNE para lograr la adhesión a este proyecto de todos los servicios editoriales de las universidades españolas.
6. Desarrollar acuerdos de intercambio y colaboración con publicaciones especializadas, que permitan la inclusión de su publicidad en nuestra revista y web a cambio de inserciones gratuitas por parte de la UNE.
7. Incrementar la búsqueda de ingresos publicitarios a través de la revista *UNELibros* mediante una actualización de las tarifas y el contacto con grandes anunciantes corporativos.
8. Estudiar la viabilidad de generar ingresos publicitarios a través de la web de la asociación.
9. Elaborar un programa para la captación y reconocimiento de socios protectores, que facilite una financiación complementaria para la UNE a través del patrocinio estable.
10. Buscar alianzas con otros agentes del sector del libro y del sistema educativo para aprovechar sinergias que reduzcan el impacto económico de la asistencia a ferias internacionales.
11. Analizar la correspondencia existente entre las cuotas y los servicios recibidos por los socios con el fin de proponer a los socios las mejoras que se estimen oportunas para mejorar esa relación.

## **VII. COMPROMISO FORMATIVO**

La formación y la investigación son los pilares básicos de la actividad universitaria y la UNE, como asociación que aglutina a las editoriales

de las universidades, ha de procurar destacar en ambos campos dentro de su línea de actividad. El compromiso formativo en el ámbito de la edición universitaria es una obligación para los socios, pero también para ampliar la base de profesionales del sector del libro, y esta docencia ha de contar necesariamente con el apoyo de la investigación como vía para nutrirlos de contenidos novedosos e interesantes. Para ello, proponemos:

1. Realizar una encuesta anual sobre necesidades formativas entre los socios, que permita conocer las principales carencias y demandas por parte del personal de los servicios editoriales.
2. Conformar un calendario formativo anual, elaborado según los resultados del compromiso anterior, que se dé a conocer con suficiente antelación y que incluya al menos dos cursos, uno en cada semestre.
3. Avanzar en la formación en línea y en la generación de contenidos propios para la formación en materias de edición universitaria.
4. Aprovechar los contenidos de los cursos de formación para alimentar la colección sobre edición elaborada por la UNE.
5. Redefinir el Máster de Edición Universitaria en el contexto de los nuevos postgrados oficiales y llevar a cabo nuevos acuerdos con universidades.
6. Rediseñar el programa formativo del máster con la posibilidad de realizarlo en varios años académicos, mediante su desglose en cursos de especialización, algunos a través de Internet, a fin de facilitar a los profesionales en activo su seguimiento.
7. Promover la investigación en materia de edición universitaria como paso previo fundamental para consolidar y aumentar el conocimiento científico y académico sobre esta materia.
8. En consonancia con el compromiso anterior, estudiar la convocatoria de un premio para la mejor tesis o trabajo de investigación sobre edición universitaria realizada en España o en universidades de habla hispana.
9. Publicar en Internet en formato abierto los libros editados hasta la fecha por la UNE en la colección sobre edición universitaria.
10. Editar nuevos títulos en la citada colección, siempre en la web y en formato abierto, configurándola como un espacio de conocimiento de referencia en Internet.
11. Buscar sinergias y acuerdos de colaboración con otros espacios de conocimiento sobre edición, y en especial sobre edición universitaria, que favorezcan que los socios de la UNE encuentren en su portal todo avance o innovación destacada en el sector.

## **VIII. DESARROLLO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**

El impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en el sector editorial se ha de prever y la UNE ha de facilitar a sus socios los mecanismos necesarios para adaptarse de la mejor manera posible a estos cambios, que suponen la mayor revolución tecnológica de nuestro ámbito desde la invención de la imprenta. Para ello, proponemos:

1. Avanzar todavía más en la generación de contenidos y en la configuración y el diseño de la web de la UNE hasta convertirlo en el principal portal de la edición universitaria en español.
2. Desarrollar espacios de encuentro, relación e intercambio de información para los socios en la zona privada de la web de la UNE.
3. Buscar sinergias y vías de colaboración con los principales desarrolladores de soluciones web para el sector del libro, como por ejemplo Google Books.
4. Establecer alianzas con los principales portales especializados en materia de educación, como Universia o EducaRed.
5. Facilitar herramientas, asesoramiento y formación a los socios para el desarrollo de contenidos editoriales avanzados mediante el uso de las últimas tecnologías. En este sentido, elaborar un catálogo de software libre de interés para los socios y facilitar su descarga desde la web de la UNE.
6. Adelantarnos a la introducción de los nuevos formatos del libro electrónico mediante el análisis de las diversas opciones posibles y la propuesta de mecanismos para su introducción en los procesos editoriales de los socios.
7. Trabajar a favor de la protección de la propiedad intelectual de los autores y de las editoriales socias y estudiar medidas especiales de protección ante el avance de las nuevas tecnologías.
8. Generar en la web de la UNE un espacio para la publicación y promoción de libros electrónicos y otros contenidos de acceso abierto desarrollados por las universidades socias, de forma que se cree el principal repositorio de la edición universitaria en abierto en España. Para ello, se buscará la colaboración de la CRUE y de otras instancias político-educativas.
9. Analizar el impacto de iniciativas como la del OpenCourseWare (OCW) en España y en el resto del mundo, así como las posibilidades que pueden brindar para los servicios editoriales.
10. Avanzar en el conocimiento entre los socios de los sistemas de protección de derechos intelectuales en abierto (copyleft) y debatir la generación de marco común de posicionamiento ante los mismos.
11. Asesorar y colaborar con las editoriales socias en el proceso de transición de sus revistas universitarias ediciones electrónicas.

## **IX. INTEGRACIÓN EN EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

La creación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) a partir de la Declaración de Bolonia y de todos los acuerdos normativos que la desarrollan está cambiando sustancialmente el modelo de Universidad hasta ahora vigente. El papel que han de jugar en este nuevo modelo las editoriales universitarias, en tanto que servicio universitario y, también, servicio a la sociedad, se deberá reconsiderar en el nuevo contexto y la UNE debe facilitar la información y conocimientos necesarios a sus socios para llevar a cabo este tránsito de la mejor manera posible. Para ello, proponemos:

1. Trabajar conjuntamente con las universidades españolas y otros organismos públicos (MICINN, ANECA) en la definición de la misión y funciones de los servicios editoriales universitarios en el contexto del EEES.
2. Analizar el posicionamiento que están adoptando o que piensan adoptar los servicios editoriales universitarios europeos en el contexto del EEES.
3. Elaborar, en colaboración con los servicios de armonización europea de las universidades, la CRUE y el MICINN, documentación y guías en la web de la UNE que puedan ser de utilidad para la adaptación de los servicios editorial al EEES.
4. Convocar un premio a los mejores originales para generar una base de manuales universitarios adaptados al EEES que se puedan publicar entre varias universidades. Estos manuales deberán corresponder a asignatura troncal en grado de cinco universidades, como mínimo, y estar elaborado por profesorado de al menos tres universidades. La UNE premiará el original pero no lo publicará.
5. Llevar a cabo una prospectiva de los manuales más interesantes publicados por editoriales universitarias europeas para conformar una base de trabajos que resulte de interés traducir.
6. Trabajar en la búsqueda de vías de coedición entre los servicios editoriales de las universidades españolas y los de otros países participantes en el EEES.
7. Participar en la organización de un Observatorio de la Edición Científica, Técnica y Académica que tenga como principal objetivo la recogida de las mejores prácticas en los procesos de adaptación editorial al EEES.
8. Promover la creación de foros y espacios de análisis y debate sobre el papel de la edición universitaria en la construcción del EEES.
9. Analizar y poner a disposición de los socios las experiencias más interesantes en el desarrollo de programas multimedia destinados a la docencia y aprendizaje universitarios y

determinar el papel a jugar en este proceso de los servicios editoriales.

10. Estudiar el impacto en las editoriales universitarias de los procesos de digitalización de materiales académicos y de creación de bibliotecas digitales, desde la perspectiva de la integración de todos estos elementos en el modelo del EEES.
11. Debatir y abordar un planteamiento común de cómo encajar la producción editorial de apoyo a la docencia en el proceso de aprendizaje en línea (e-learning).

Las 99 propuestas recogidas en este programa electoral sólo podrán llevarse a la práctica en la mayoría de los casos, y únicamente tendrán sentido, si entre todos somos capaces de:

1. Promover la participación activa de los socios en las actividades de la asociación, favoreciendo la implicación y el sentido de pertenencia.

Córdoba, 7 de noviembre de 2008