

## PROGRAMA ELECTORAL PARA LA JUNTA DIRECTIVA DE LA UNE 2016-2018

### *RESPONDIENDO A NUEVOS RETOS*

PROGRAMA PRESENTADO POR LA CANDIDATURA

- González González, Ana Isabel (UNIOVI)  
PRESIDENTA



- Cabrera García, María Isabel (UGR)  
VICEPRESIDENTA



- Rújula López, Pedro (UNIZAR)  
SECRETARIO GENERAL



- Calero Egado, Herminia (UNED)  
TESORERA



- Azofra Agustín, Eduardo (USAL)  
VOCAL



- Blanco Valdés, Juan Luis (USC)  
VOCAL



- Pastor, Lluís (UOC)  
VOCAL



- Pérez García, Remedios (UPV)  
VOCAL



- Recio Godoy, Belén (UPCO)  
VOCAL



La candidatura a Junta Directiva de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE), que se presenta bajo el lema “Respondiendo a nuevos retos”, es deudora de los equipos anteriores, y propone continuar líneas de trabajo ya iniciadas a lo largo de los últimos años, manteniendo aquellos proyectos que se han demostrado útiles para la asociación y, al mismo tiempo, abrir nuevas líneas de acción, acordes con los retos actuales tanto del mundo editorial como del ámbito académico.

Durante estos años, la UNE ha demostrado su capacidad para liderar proyectos de gran alcance en el ámbito de la universidad española y para las editoriales universitarias en particular, adquiriendo una mayor visibilidad y un papel cada vez más relevante en aquellos asuntos que les afectan, de una u otra forma.

A las tradicionales y clásicas funciones de la universidad, como centro de investigación, estudio y docencia, la universidad del siglo XXI suma nuevas y más amplias misiones, entre las que destacan una amplia extensión cultural, la responsabilidad social y la transferencia del conocimiento al sector productivo.

En esta denominada “tercera misión” de la universidad, el papel de las editoriales universitarias adquiere una especial importancia, sea desde la perspectiva de la investigación, como paso previo para una actividad de transferencia, difundiendo y poniendo en valor los resultados de esa investigación, sea considerando las publicaciones propiamente como actividad de transferencia o complementaria a la misma.

Creemos que este papel de las editoriales universitarias puede potenciarse, desde el espíritu auténticamente colaborativo que caracteriza a la UNE, gracias a una acción conjunta de todos, en la que todos asumamos

nuevos retos en un entorno cambiante y abierto, complejo pero lleno de posibilidades.

Por todo ello, esta candidatura presenta un programa basado en los siguientes objetivos:

- El valor de la UNE reside en sus socios y en su capacidad de colaboración. Para ello debemos trabajar en un doble sentido: por un lado, impulsando las acciones cooperativas entre los socios, que puedan alentar proyectos conjuntos y, por otro, fomentando su participación. En los últimos años, hemos adquirido una amplia experiencia en estas colaboraciones, que se han revelado estratégicas en la elaboración de propuestas, como la que se llevó conjuntamente con REBIUN para las plataformas de préstamo de libros electrónicos, o la que elaboró el Documento Marco para un Manual de Calidad de las Editoriales Universitarias. Hay que seguir consolidando a la UNE como un espacio de colaboración, en el que los socios no solo encuentren la ayuda o el asesoramiento necesarios para su actividad diaria, sino que puedan también impulsar y ofrecer su propia colaboración. Y más aún, un lugar en el que esa colaboración sirva de tarjeta de presentación como grupo ante la comunidad universitaria y la sociedad en general, permitiendo aprovechar nuestras potencialidades comunes. En este sentido, posicionarnos como grupo en determinadas actividades, tal como lo hemos hecho ante proveedores de servicios, en la plataforma de ventas, por ejemplo, nos proporcionará una mayor visibilidad y facilitará el posicionamiento de las ediciones universitarias, favoreciendo una mejor respuesta a los retos a los que se enfrenta la edición universitaria.
- El mundo editorial está sujeto a rápidos cambios, consecuencia lógica de una sociedad en constante evolución, a la que no es ajena la universidad. Ello propicia tanto que existan nuevas necesidades como que aparezcan nuevas oportunidades. Ante esta realidad, la UNE debe ser un apoyo para los socios en estos procesos, posibilitando mejores condiciones al actuar como grupo, permitiendo aprovechar economías

- de escala, y también estimulando la formación especializada y la puesta al día constante, aspecto en el que se ha mostrado siempre pionera.
- La universidad española tiene actualmente como uno de sus objetivos principales el fomento de la excelencia y la calidad en todas sus vertientes y busca trasladar este concepto a la sociedad, a la que debe rendir cuentas de su actividad. En este punto, potenciar el papel de las editoriales universitarias como parte del sistema universitario de difusión y transferencia del conocimiento de manera que sean percibidas como un factor estratégico en este proceso, ha de ser una tarea en la que, más allá de la labor diaria de cada editorial, la UNE, en cuanto corporación, puede colaborar activamente.
  - El papel que las editoriales universitarias han de llevar a cabo tiene diferentes aspectos, y no es ajeno a muchas de las políticas universitarias. Especialmente de interés para el mundo editorial universitario son las políticas de acceso abierto que, en respuesta a las exigencias normativas nacionales y europeas, están adoptando las universidades españolas, con plena garantía en todo momento del respeto a la propiedad intelectual. Es esta una cuestión en la que las editoriales universitarias están indudablemente llamadas a convertirse en referente en sus respectivos ámbitos.
  - Un ámbito que está adquiriendo una mayor dimensión en el sector editorial universitario es la edición de revistas científicas. Las universidades españolas han llevado a cabo un proceso de transformación de las revistas universitarias, apostando por la edición digital y, en buena medida, en acceso abierto, gracias a gestores editoriales estandarizados internacionalmente como OJS. La publicación en revistas científicas es básica en muchas áreas de conocimiento e, incluso, en aquellas en las que era tradicional la publicación de monografías, comienzan a adquirir una mayor notoriedad. Ahora bien, se requiere que las revistas científicas cumplan determinados criterios de calidad e impacto, que están muy bien determinados en las áreas de ciencias experimentales, ciencias de la salud e incluso en parte de las ciencias sociales, y que empiezan a

estarlo también en el ámbito de las humanidades y ciencias jurídicas. Hasta el momento, han sido entidades ajenas al ámbito universitario las que han liderado el proceso de evaluación de las revistas, y las universidades, en algunos casos, directamente a través de los comités científicos de algunas revistas, han participado en estos procesos. Sin embargo, es necesario que las editoriales universitarias reclamen el legítimo papel que desempeñan en estos procesos pues están en disposición de apoyar la profesionalización y garantizar la calidad de los mismos. Y, como es obvio, la UNE tiene un papel preponderante como interlocutor ante grupos editoriales, agencias e instituciones.

- La UNE ha de seguir trabajando para promover el reconocimiento de la edición universitaria, tanto interna como externamente. Además de buscar este reconocimiento frente a las instituciones y organismos evaluadores, deben redoblarse los esfuerzos para que, dentro de cada una de nuestras universidades se reconozca esta labor. Es evidente que esta no es tarea fácil pues subsisten inercias del pasado, reticencias y prejuicios. Pero es una labor que debemos abordar conjuntamente, que ya se ha iniciado en realidad, y de la que todas las editoriales somos copartícipes. Y la UNE tiene la capacidad de reforzar esos esfuerzos, de amplificarlos y de proporcionarles una visibilidad que de manera individual resultaría impracticable.
- Y más allá del papel ante las instituciones nacionales y los grupos de interés (CEDRO, Federación de Gremios de Editores, ANECA, FECYT...), para la UNE es fundamental igualmente la vía de la internacionalización, en la misma línea de la universidad española en general. Intensificar y ampliar las relaciones con grupos editoriales universitarios de Europa y América Latina contribuirá, sin duda, a mejorar nuestro posicionamiento.

Estos objetivos se van a desarrollar en diferentes líneas de acción, que permitirán desarrollar proyectos y comprobar su cumplimiento.

## **1.- Relaciones institucionales.**

Se trata de una línea estratégica y transversal, que permite dar soporte a todas las demás acciones.

Los últimos años han supuesto un avance importante en este ámbito. La UNE ha desarrollado una labor constante de carácter institucional que ha mejorado su imagen y posición frente a las instituciones universitarias y a los agentes del mundo editorial y académico. La relación con la ANECA y la FECYT, estableciendo un convenio para la puesta en marcha de un sello de calidad en edición académica, la colaboración con grupos de investigación sobre edición e impacto de las publicaciones, los trabajos desarrollados con REBIUN, etc., han permitido que nuestra asociación haya adquirido un reconocimiento de la labor no solo de la asociación sino de las editoriales universitarias.

Esta línea de trabajo debe mantenerse tanto en la búsqueda y establecimiento de acuerdos de colaboración para acciones concretas como las realizadas hasta el momento, cuanto en un diálogo permanente y abierto en todas aquellas cuestiones que afecten, de una u otra manera, al ámbito de la edición académica y su divulgación y explotación.

Por ello es importante mantener una acción continuada, manteniendo y fortaleciendo las relaciones con todas las instituciones y grupos de interés editorial, con el objetivo de que la UNE sea un interlocutor indispensable en el ámbito editorial académico.

Desde esta línea de acción se promoverán diferentes proyectos que tengan como objetivos:

- Mantener e intensificar las relaciones con asociaciones de editoriales universitarias de Europa y América Latina.
- Defender la edición universitaria ante los agentes acreditadores y ante los grupos de investigación sobre edición.

- Fortalecer las relaciones institucionales con los agentes y grupos de interés del sector editorial: FGEE, CEDRO, VEGAP.
- Consolidar las relaciones institucionales en el ámbito educativo e investigador: Ministerio, CRUE, ANECA, FECYT.

## **2.- Calidad.**

La UNE lleva varios años apostando por la calidad como compromiso con los socios y la sociedad y también como carta de presentación de la labor que desarrolla. A la implantación de procesos y métodos de trabajo alineados con sistemas de gestión de calidad, se ha unido la labor de concienciar y colaborar con los socios en estos mismos procesos. La redacción de un documento marco de calidad en los servicios de publicaciones y la creación de un observatorio de la calidad, testimonian este compromiso.

Pero especialmente se ha trabajado en la búsqueda de fórmulas que permitan el reconocimiento de la calidad de las obras editadas por las editoriales universitarias no solamente por lo que se refiere a los aspectos formales, sino también, y especialmente, en lo que respecta al ámbito de la calidad académica de las obras, con el objetivo de que las mismas pudieran ser objeto de un reconocimiento apropiado, acabando con los obstáculos institucionales que las ediciones universitarias vienen encontrando desde hace bastantes años.

El camino hasta el momento ha sido largo y no exento de dificultades, pero la colaboración institucional y, sobre todo, el trabajo desarrollado gracias al Consejo Asesor y con los grupos de investigación, ha permitido abrir vías para lograr el reconocimiento de la calidad de las ediciones universitarias.

La firma del convenio con ANECA y FECYT para el desarrollo y establecimiento del sello de calidad en edición académica CEA-APQ ha supuesto un paso decisivo en este sentido. El trabajo desarrollado por los grupos de investigación convocados por la UNE para determinar los

indicadores de calidad adecuados ha permitido poner en marcha este proyecto. La constitución de la comisión de seguimiento del sello y la aprobación de los indicadores y bases para la convocatoria de la primera evaluación del sello han marcado un hito en este sentido, hasta el punto que ha suscitado la atención no solamente en el ámbito universitario sino también en el ámbito editorial privado.

La puesta en marcha de las primeras evaluaciones y el seguimiento del correcto desarrollo de este proceso ha de ser objetivo prioritario de estos próximos años y velar por su reconocimiento y el cumplimiento de los acuerdos institucionales alcanzados una tarea ineludible.

Pero también lo será, y principalmente, ayudar a los socios para que el cumplimiento de los criterios que les garanticen alcanzar los objetivos de calidad sea una realidad.

En este sentido, la colaboración con los expertos en evaluación de la investigación y la edición permitirá alcanzar ambos objetivos. Para ello también se potenciarán los siguientes proyectos:

- Promocionar el observatorio de la calidad UNE.
- Consolidar los vínculos con los grupos de investigación en calidad editorial.
- Desarrollar el papel del Consejo Asesor.

### **3.- Difusión y comercialización.**

La calidad editorial se mide no solamente por indicadores directos sino, en gran medida, por índices indirectos. Entre ellos es especialmente importante el relativo al impacto de las publicaciones en la academia, mensurable de diversas maneras (citas, reseñas, descargas...).

En todo caso, resulta evidente que unas buenas medidas de impacto están en íntima relación con políticas eficientes de difusión y comercialización



de las obras. Como suele decirse en el ámbito digital, sin metadatos no hay ventas.

Es esta una línea de acción en la que la UNE se ha volcado tradicionalmente, y que se ha plasmado en distintas actividades y propuestas, que constituyen en algunos casos, auténticas cartas de presentación de la asociación. La puesta en marcha aún reciente del portal Unebook, cuyo desarrollo aún puede incrementarse, resulta una referencia en este ámbito. Todos ellos continúan siendo proyectos que manteniéndose, deben seguir siendo objeto de atención y, en su caso, de revisión para adaptarse a la realidad cambiante del mundo editorial:

- Ferias.
- Unebook, portal del libro universitario en español.
- Acuerdos con plataformas agregadoras de contenidos.
- Red de librerías.

#### **4.- Promoción del libro universitario.**

Es preciso que las autoridades universitarias adquieran la conciencia de que las ediciones universitarias son buques-insignia de la institución, algo que en el entorno anglosajón se ha asumido desde hace mucho tiempo. También es necesario lograr un mejor y mayor conocimiento de las prensas universitarias por el profesorado, que son una parte imprescindible en nuestro trabajo. Además, su valoración resulta decisiva desde todas las perspectivas, porque los profesores e investigadores son nuestros autores principales, porque son también, en buena medida, los destinatarios de nuestras obras, y, porque son también ellos los que al final la van a “evaluar” en una u otra medida, y deben llegar al convencimiento de que la edición universitaria es insustituible en el proceso de transferencia del conocimiento y básica para su labor docente e investigadora.

Muchas de las acciones realizadas por la asociación tienen este objetivo. Se trata no solo de mantenerlas y afianzarlas, sino también de adaptarlas en función de los cambios que experimenta la universidad, de

manera que nos permitan llegar más y mejor a la comunidad universitaria para que esta adquiriera un mayor conocimiento de nuestra labor y su dimensión.

Y al mismo tiempo que se redoblan esfuerzos para que la comunidad universitaria tenga un mayor conocimiento de nuestra labor en el ámbito académico, no debemos olvidar también nuestro papel en la promoción del libro universitario hacia el exterior. En este sentido, los Premios Nacionales de Edición Universitaria, que este año cumplen su XIX edición, se han consolidado como una cita imprescindible de la agenda editorial española, tanto por el creciente nivel de participación, como por el prestigio de los jurados y el mayor nivel de exigencia y calidad, son un claro ejemplo de esa externalización de nuestro trabajo. Las campañas de publicidad, las notas de prensa y un papel activo en las redes sociales contribuyen sin duda a este objetivo. Este camino desarrollado en los últimos años, debemos intensificarlo en los siguientes, sobre el claro convencimiento del alto valor divulgativo de un buen uso de las redes sociales y su proyección cultural, científica y académica, centrando los proyectos en:

- Unelibros y Unerevistas.
- Premios.
- Campañas de publicidad y relación con los medios de comunicación.
- Redes sociales.

## **5.- Formación.**

Como en otras áreas de actividad ya comentadas, también en el área de la formación, la colaboración en la UNE es fundamental, pues las editoriales universitarias son servicios universitarios altamente técnicos y especializados, al tiempo que muy específicos dentro de la gestión universitaria.

Dada esta especialización, no es habitual que los planes de formación generales de las distintas universidades se hagan eco de los problemas e

intereses propios de la edición académica, ni menos aún den respuesta a la permanente innovación técnica en el terreno de la edición y de su gestión.

Por este motivo, la labor de la asociación es fundamental para enfrentar las necesidades de formación de los socios, e incluso, para convertirse en referente formativo para estos y en el ámbito universitario en general. Buena prueba de ello es el éxito que han alcanzado en los últimos años las «Jornadas taller sobre libro electrónico» que convocan no solamente a editores, sino también a bibliotecarios, documentalistas, profesores, investigadores, e incluso editores y distribuidores del ámbito privado y comercial.

Esta es, por lo tanto, una línea de acción imprescindible, en la que es preciso trabajar para lograr no solamente dar satisfacción a las necesidades de los socios sino también para hacer de UNE un foro permanente, abierto, plural y constructivo, de debate sobre la edición en sus diversos aspectos: técnicos, comerciales, normativos, jurídicos, promocionales...

Gracias a las encuestas que se realizan periódicamente a los socios, la formación más demandada sigue siendo la relativa a la producción de libros digitales, la propiedad intelectual y la contratación de libros digitales.

En relación con las mencionadas jornadas taller, cuyo éxito de participación no ha parado de crecer, las encuestas realizadas en la última convocatoria nos han confirmado que los socios demandan más sesiones prácticas, talleres complementarios más técnicos y monográficos. En este sentido, se estudiará modificar el formato de trabajo, que permita dar respuesta a estas necesidades, tanto en el desarrollo de las propias jornadas como en la realización de talleres más prácticos. Paralelamente se explorará la posibilidad de realizar cursos en línea específicos. En este sentido, los proyectos pueden concretarse en:

- Potenciar la encuesta sobre necesidades formativas de los asociados para estar atentos a sus demandas.
- Potenciar los talleres.
- Potenciar cursos virtuales.
- Cursos sobre aplicaciones editoriales especializadas como OJS y OMP.

## **6.- Open access y relaciones con Bibliotecas.**

Junto a los proyectos y líneas de actuación asentadas, con los que la UNE trata de dar respuesta a las demandas de los socios, queremos también prestar atención a nuevos desafíos a los que las editoriales universitarias se están enfrentando.

Las universidades están empezando a responder a los retos de la normativa comunitaria sobre el acceso abierto. En algunos casos con la implantación de políticas institucionales de acceso abierto y recomendaciones, más o menos exigentes, de depósito en repositorios universitarios. Así, las editoriales están recibiendo solicitudes de sus autores para que se les autorice alojar el archivo de sus publicaciones en tales repositorios. En este punto, las editoriales deberían jugar un papel importante en el ámbito universitario, en cuanto que garantes de derechos económicos que han sido cedidos a sus universidades, con escrupuloso respeto a la propiedad intelectual y a los derechos de autor.

Debería, en este sentido, existir una visión desde la perspectiva editorial que garantice los compromisos y obligaciones de las universidades en relación con el acceso abierto a las investigaciones financiadas con fondos públicos y que al mismo tiempo sea respetuosa con los derechos económicos derivados de los contratos de edición y que suponga un retorno de la inversión realizada en producción editorial.

En este punto, es importante la experiencia que se está llevando a cabo en el ámbito de la edición de revistas científicas, que las universidades están liderando. La utilización de herramientas como OJS se está generalizando y

otras similares podrían ser empleadas para la gestión editorial de colecciones, lo que sobre todo permitiría garantizar la transparencia de los procesos y su trazabilidad.

Desde esta perspectiva, las actuaciones deben concretarse en promover:

- Relación con bibliotecas y repositorios.
- Proyectos para la incorporación de revistas a bases de datos.
- Zona de acceso abierto en Unebook.

### **7.- Propiedad intelectual y acciones colaborativas.**

La experiencia de estos años nos demuestra que a la hora de abordar proyectos, la suma de esfuerzos de diferentes editoriales, aprovechando sinergias, consigue lograr mayores impactos y prueba que trabajar conjuntamente permite mejorar y alcanzar mayor visibilidad. En este punto, también el papel de las editoriales universitarias, de manera coordinada, en la defensa de los derechos de propiedad intelectual de las Universidades es un ámbito en el que debemos tener una actitud proactiva. Su gestión en proyectos digitales plantea aún muchas dudas, por lo que el apoyo entre los socios a través de la UNE es una labor pendiente. Por ello, entre otros, desde esta línea de acción nos planteamos:

- Promover las relaciones entre los socios, favoreciendo coediciones y la gestión conjunta de proyectos digitales.
- Potenciar el papel de las editoriales universitarias como parte del sistema universitario de difusión y transferencia del conocimiento.
- Dar visibilidad a los sellos editoriales universitarios.
- Establecer relaciones de mutuo beneficio con las entidades de gestión de derechos.

## **8.- Nuevas tecnologías.**

Las nuevas tecnologías suponen tanto un reto como una oportunidad de mejora. No siempre es fácil tener conocimiento actualizado ni tomar decisiones al respecto. La UNE debe ser en este punto un apoyo básico para los socios, constituyéndose en un ámbito donde el intercambio de experiencias y la colaboración puede resultar más útil. Desde esta línea de acción nos planteamos también los siguientes objetivos:

- Atención permanente a la mejor efectividad de la página web de la UNE.
- Introducción de las nuevas tecnologías en la difusión y márketing de los libros.
- Posicionamiento en los buscadores de la página de acceso a Unebook.

## **9.- Solvencia económica.**

Es esta también una línea de acción fundamental pues de ella dependerán el resto de proyectos que se proponen en este programa electoral. Creemos que, en este punto, es imprescindible garantizar los siguientes objetivos:

- Asegurar el cumplimiento del presupuesto.
- Mantener la actividad de captación de socios.
- Lograr el patrocinio de aquellas actividades de la UNE que lo permitan.
- Alcanzar acuerdos de colaboración que posibiliten realizar actividades sin coste, o con mínimos costes, que proyecten la labor de la UNE.
- Presentar proyectos competitivos a nivel nacional o internacional que permitan financiar acciones concretas.