

POSICIONAMIENTO Y DEFENSA DEL LIBRO Y DEL EDITOR UNIVERSITARIO EN EL CONTEXTO DE LA DIFUSIÓN DE LA CIENCIA

PROGRAMA ELECTORAL PRESENTADO POR LA CANDIDATURA A JUNTA DIRECTIVA DE LA UNE 2021-23



María Isabel Cabrera (UGR)
PRESIDENTA
Línea estratégica 1:
Calidad y representación
institucional.



Remedios Pérez (UPV)
VICEPRESIDENTA
Línea estratégica 2:
Acceso abierto y
relación con
bibliotecas.



Pedro Rújula (UNIZAR)
SECRETARIO GENERAL
Línea estratégica 3:
Secretaría General.



Isaac Caselles (UFV)
TESORERO
Línea estratégica 8:
Formación e
innovación.



Belén Recio (UPCO)
VOCAL
Línea estratégica 4:
Comercialización e
internacionalización.



José Antonio Perona (UCLM)
VOCAL
Línea estratégica 5:
Página web UNE y
comunicación
corporativa.



Juan Luis Blanco (USC)
VOCAL
Línea estratégica 6:
Difusión y promoción de
la edición universitaria.



Jacobo Sanz (USAL)
VOCAL
Línea estratégica 7:
Revistas científicas y
relaciones con la
edición privada.



Francisco García Fitz (UEx)
VOCAL
Línea estratégica 9:
Propiedad
Intelectual.

La candidatura a Junta Directiva de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE) que se presenta bajo el lema *Posicionamiento y defensa del libro y del editor universitario en el contexto de la difusión de la ciencia* pretende dar continuidad a la labor realizada durante esos últimos años, a través de diferentes líneas de trabajo y proyectos de gran calado que han demostrado su valor y proyección en el ámbito de la edición y de la academia, haciendo avanzar a la UNE para seguir siendo un referente tanto en nuestro país como internacionalmente.

Proyectos algunos que ya están consolidados, y que hoy por hoy son una seña de identidad de la UNE, como el portal Unebook o el Sello de calidad editorial CEA-APQ, contribuyen, sin duda, a la promoción y prestigio de la edición universitaria, pero demandan una atención continuada para adaptarlos a realidades y exigencias en permanente cambio. Otros proyectos aún requieren tiempo y dedicación para consolidar líneas abiertas ya en el período anterior. Pero también esta nueva junta propone nuevas acciones y líneas de trabajo para afrontar los retos y problemas a los que se enfrenta la universidad en general y el mundo de la edición, la universitaria en particular como la armonización del acceso abierto con el legítimo retorno económico; la protección de la propiedad intelectual; la multiplicidad de formatos; la necesidad de ofrecer servicios *online* alrededor de los contenidos editados; los problemas de comercialización fuera de España...

Hemos de ser conscientes del papel que debe jugar la edición universitaria, especialmente en un sector profesional no pocas veces suspicaz, y aun hostil, en un modelo de universidad que ha cambiado sustancialmente en los últimos años con el Plan Bolonia y la reforma de las enseñanzas y con los procesos de evaluación del profesorado, y que reclama continuamente una mayor proyección internacional, deslumbrada y obsesionada con los impactos y los rankings.

Siempre es bueno hacer un poco de historia para observar con perspectiva el lugar que ha ocupado el libro en la universidad y la importancia que ha tenido la edición universitaria y el papel crucial que jugó la institución universitaria en la historia del libro. La cultura del libro y la enseñanza académica han caminado y progresado conjuntamente desde la Edad Media hasta nuestros días, en los que la primacía del libro como herramienta de conocimiento se ve desplazada y cuestionada continuamente, pese a los esfuerzos del sector del libro universitario y las voces de algunos intelectuales e investigadores.

La universidad no solo contribuyó a la expansión de la influencia del libro, sino que además provocó un cambio fundamental en la manera de entender el conocimiento en la cultura occidental. El paso de una cultura que se articulaba a través de discursos orales, a una cultura en la que predomina la palabra escrita modificó sustancialmente los discursos culturales que sustentaban el saber en Occidente. El mundo oral dejaba poco espacio para la complejidad intelectual y la reflexión. El libro, sin embargo, hizo que el pensamiento complejo pudiera ser no solo transmitido, sino también utilizado como herramienta para producir nuevas reflexiones. El libro, estructuralmente inalterable desde los códices medievales, ha sido mucho más que un mero medio de transmisión de la información, del conocimiento, ha sido, ante todo, un dispositivo para ordenar y estructurar la información, para la reflexión y el pensamiento, para pensar y para aprender a pensar.

El uso de libros como medio de conocimiento e instrumento de trabajo sentó las bases para el desarrollo de hábitos de pensamiento y de trabajo intelectual totalmente distintos y que son los que han dado lugar a lo que hoy en día asociamos a la investigación científica y humanística. Ni el pensamiento crítico ni la ciencia se desarrollaron en sociedades donde los libros no eran fácilmente accesibles ni las escuelas y universidades promovieran la cultura del libro.

Hemos avanzado mucho desde entonces, trabajando con tesón, buscando la excelencia, las más de las veces con pocos medios, y colaborando unos con otros como asociación, como UNE.

Nuestra Asociación va a cumplir 35 años de existencia en 2022, y en esta larga andadura ha venido demostrando con creces su alto grado de eficacia en la tarea de hacer libros y dar difusión, promocionar y prestigiar la edición universitaria, por ello es un orgullo ser editor universitario. Recordemos algunos datos y logros recientes que nosotros mismos hemos publicado, a partir del Informe realizado en 2017 *Las editoriales universitarias en cifras* y que debemos tener presentes: producimos alrededor de unos 5000 libros al año, de los que un tercio es digital, datos que han seguido creciendo y que nos presentan como el grupo de edición académica más grande de España y el principal actor en la difusión del conocimiento en nuestro país.

Pero hay que destacar también en esta producción no solo las grandes cifras de la edición universitaria sino la importante transformación que han ido experimentando los servicios de publicaciones de los campus en estos últimos años, asumiendo retos y situándose siempre a la vanguardia: se ha incrementado de manera espectacular la edición digital y la venta del libro universitario digital en plataformas comerciales y en librerías, y por tanto su internacionalización, siendo cada vez más importante su presencia en Latinoamérica; se ha dado un considerable impulso a la edición en abierto, beneficiándose de ello especialmente la edición de revistas científicas, capítulo fundamental en la labor de transferencia científica. Todo ello ha favorecido y mejorado el sistema de intercambio científico que la UNE realiza con REBIUN y otras instituciones, contribuyendo a una mejor difusión de las obras. Pero muy importante también es que hemos mimado y mejorado las prácticas de calidad (sello CEA-APQ, certificaciones con normas ISO, premios de edición...) y por supuesto la calidad física de los libros, consiguiendo que sean más atractivos y competitivos. Publicando en diferentes idiomas,

coeditando más tanto con otras universidades como con diferentes instituciones públicas y privadas, hemos incrementado la edición de obras de divulgación científica para llegar a un público amplio y no solo especializado. Y hemos redoblado nuestros esfuerzos en la tarea de difundir y visibilizar más nuestra producción con buenas campañas de publicidad en todo tipo de medios, la actividad en redes sociales, la colaboración en blogs del sector, el incremento de nuestra presencia en ferias nacionales e internacionales...

Somos plenamente conscientes de nuestra trascendente responsabilidad social que tenemos y de nuestro compromiso con la transferencia del conocimiento. Con todo ello, en estos años, va enseñando músculo la edición universitaria, y ¡ya era hora! Porque estamos en el buen camino, más que nunca debemos creer en lo que hacemos y seguir avanzando juntos.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

1.- CALIDAD Y REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL

M^a Isabel Cabrera

Directora

Editorial de la Universidad de Granada

Una de las principales señas de identidad de la UNE es su apuesta por la calidad y la excelencia Junto a la implantación de procesos y métodos de trabajo alineados con sistemas de gestión de calidad, nos propusimos como asociación la labor de concienciar y colaborar con los socios en la puesta en práctica de estos procesos en cada una de las editoriales y servicios de publicaciones. Seguiremos redoblando nuestros esfuerzos en la búsqueda de fórmulas que permitan el reconocimiento de la calidad de las obras editadas, tanto en lo que se refiere a los aspectos formales del libro, como

especialmente, en lo que respecta al ámbito de la calidad académica de las obras y su impacto, con el objetivo de que las mismas sean objeto de un merecido reconocimiento, acabando con los recelos y obstáculos institucionales que las ediciones universitarias han venido encontrando.

- Continuaremos intensificando nuestra colaboración con ANECA y FECYT, tanto con sus responsables como con nuestra participación en la Comisión de Evaluación del Sello de calidad en edición académica CEA-APQ y en la Comisión de Seguimiento, garantizando la buena marcha del sello, que se acerca a su quinta convocatoria.
- Crearemos un grupo de trabajo del Sello CEA-APQ para asesorar y velar por la buena salud del mismo y su difusión de cara a favorecer su aplicación en otros países y en el sector privado.
- Seguiremos estableciendo vínculos con los grupos de investigación en calidad editorial.
- Trabajaremos para avanzar en el diseño de un modelo de evaluación de monografías de manera individualizada
- Incrementaremos los contenidos del observatorio de Calidad de la UNE y lo dinamizaremos para favorecer el intercambio de experiencias y buenas prácticas entre los asociados y para darlas a conocer a nuestros autores, comunidades universitarias, organismos evaluadores y al resto de la sociedad.

En cuanto a las relaciones institucionales, se trata de una línea estratégica y transversal, que permite dar soporte a todas las demás acciones. En los últimos años la UNE ha dado pasos decisivos en este ámbito, incrementando el contacto y diálogo institucional, actividad que ha contribuido a mejorar su imagen y posición frente a las instituciones universitarias y a los agentes del mundo editorial, académico y cultural, convirtiéndose en un interlocutor necesario (ANECA, FECYT, CEDRO, FGEE, Ministerio, etc.).

- Seguiremos favoreciendo el diálogo y el encuentro con las principales instituciones en el ámbito educativo e investigador: Ministerio, CRUE, ANECA, FECYT.
- Potenciaremos los vínculos y proyectos con las redes europeas y americanas de editores universitarios, que en este momento se han visto favorecidas por la colaboración en distintos foros y actividades y por la oportunidad que nos brindan las videoconferencias, habiendo sido asimismo muy activa la participación conjunta en ferias (FILBO, Feria de Guanajuato, Feria de Madrid...).
- Defenderemos la edición universitaria ante los agentes acreditadores y ante los grupos de investigación sobre edición.
- Fortaleceremos las relaciones institucionales con los agentes y grupos de interés del sector editorial: FGEE, CEDRO, VEGAP...
- Favoreceremos el encuentro y el diálogo en nuestras Universidades, con los equipos de gobierno, que son nuestros interlocutores más directos

2.- ACCESO ABIERTO Y RELACIÓN CON BIBLIOTECAS Y VICEPRESIDENCIA

Remedios Pérez

Directora

Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia

Desde hace más de una década el modelo de publicación en acceso abierto se ha ido implantando como parte de nuestros procesos de difusión de contenidos y ha supuesto para las editoriales universitarias una continua adaptación a las exigencias que han venido del ámbito académico y de las políticas gubernamentales. En este camino hemos experimentado el acceso abierto como una realidad indiscutible para la difusión de la investigación a través de las revistas, mientras que su implantación para las monografías está

siendo más pausada y con sus propios obstáculos. A esta realidad se suma el impulso sobre el acceso a la producción científica y la responsabilidad social de las universidades que está cobrando fuerza con las políticas y directrices de la Comisión Europea y que encuentra su marco conceptual en la denominada Ciencia Abierta.

La UNE ha mantenido entre sus líneas estratégicas observar como el acceso abierto ha ido implantándose entre nuestros procesos editoriales, formando parte de nuestros catálogos y conviviendo con nuestro modelo convencional de publicación. En este recorrido se ha trabajado buscando alianzas con las bibliotecas universitarias y participando en encuentros que favorecen el debate sobre como situarnos en este escenario y, por encima de todo, compartiendo experiencias como socios que nos puedan enriquecer en este camino.

Como parte de esta estrategia, se ha recogido en nuestra web un espacio donde visibilizar la producción de los contenidos a partir de los enlaces facilitados por los socios y este espacio ha tenido un recorrido importante a través de las redes sociales posicionando la edición universitaria como un pilar fundamental en la construcción de la ciencia abierta.

Los desafíos para la producción y circulación de nuestros contenidos en acceso abierto siguen siendo una realidad que nos preocupa y por ello vamos a continuar con el debate y la reflexión sobre las políticas europeas y académicas que enmarcan el acceso abierto, procurando establecer su congruencia con las prioridades en gestión, infraestructura, formación y recursos para las editoriales, un compromiso este que asume nuestra candidatura para los próximos años.

El recorrido que se ha seguido por parte de las revistas ha sido más rápido que está siendo en el caso de las monografías, quizá la razón de mayor peso sea encontrar un modelo de financiación que permita costear la inversión que se hace en la producción de un libro, además de que esta

tipología tiene mayor aceptación en las ciencias sociales y humanidades donde la aceptación de la difusión en acceso abierto ha sido más lenta. Replicar el modelo que se ha seguido en las revistas o seguir uno propio, será una de las principales cuestiones que abordaremos e intentaremos resolver en los próximos años.

En este camino hacia la ciencia abierta no podemos olvidar nuestra convergencia con otros países con los que ya unen sólidos lazos y que están representados en asociaciones como EULAC con quienes mantenemos y fomentaremos una estrecha relación.

Dibujado este escenario y entendiendo que los pasos deben ser sólidos porque es una realidad que ya se está construyendo, nuestros retos se focalizan en:

- Posicionar la edición universitaria como un elemento clave en la Ciencia Abierta.
- Visibilizar las buenas prácticas en la edición y reconociendo la calidad e integridad de los productos que generamos, reconociendo los sellos editoriales de los socios como garantes de los procesos de selección, revisión y acceso.
- Invertir en infraestructuras que apoyen la difusión en el espacio tecnológico.
- Mantener una formación continua para seguir siendo reconocidos como profesionales de la comunicación y transferencia de conocimiento.
- Coordinar y mantener activo el grupo de trabajo de Acceso Abierto y el grupo de trabajo UNE-REBIUN.
- Apoyo al área 4 en el área de Unebook, fundamentalmente en el apartado del intercambio científico.

3.- SECRETARÍA GENERAL

Pedro Rújula

Director

Prensas Universitarias de Zaragoza

Este área es fundamental para dejar constancia de la actividad y acuerdos de la Junta Directiva de la UNE levantando acta de las reuniones.

Además apoyará, la línea 7 ejerciendo de secretario del jurado de los Premios Nacionales de Edición Universitaria, uno de nuestros eventos bandera. En las últimas ediciones se han acometido mejoras en cuanto a la presentación del acto de entrega de galardones, y seguiremos avanzando en la mejora continua en sucesivas ediciones.

4.- COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

Belén Recio

Directora

Publicaciones de la Universidad Pontificia Comillas

Hoy UNEBOOK, portal del libro universitario, es una realidad que pone de manifiesto el gran esfuerzo realizado por todos, y se va convirtiendo en referencia en el sector editorial hispanoamericano. Un proyecto fundamental, en continua transformación, adaptación y crecimiento, que va avanzando en mejoras y prestaciones, y aumentando la oferta editorial y adaptándose a nuevas demandas de consumo. A él están vinculados muchos de los objetivos que conducirán el programa estratégico en este área:

- Continuar con la incorporación de editoriales, tanto latinoamericanas como españolas, que aporten una mayor proyección de la plataforma.
- Planificación de acciones de optimización del portal con la puesta en marcha definitiva de la app, instalación del Project Counter, Pórtico, y

las mejoras técnicas que atiendan a las demandas y necesidades de usuarios y editores.

- Diseñar y aplicar un plan de negocio que ayude a la comercialización del visor UNEBOOK como ya se ha hecho con Marcial Pons o Verbo Divino, app DUANA o ampliación de licencias de uso en bibliotecas.
- Reforzar las relaciones con REBIUN para consolidar el proyecto de intercambio y ampliar líneas de colaboración.
- Ampliar el ámbito de actuación de la UNE a los países de América Latina y establecer puntos de encuentro con otras asociaciones: Incorporar socios hispanoamericanos a UNEBOOK
- Lograr la mayor eficiencia posible en la presencia conjunta en ferias del libro, tanto nacionales como en el extranjero: Establecimiento del calendario de Ferias para 2022. Nuevas estrategias, control y seguimiento.

Queremos convertir UNEBOOK en la plataforma vertical del libro universitario. Y para ello será necesario:

- Seguimiento de las acciones llevadas a cabo por Prodiko respecto a la comercialización del libro en papel y digital a través de Unebook.
- Planificación de los acuerdos con otras plataformas de venta (Pro Quest, Casalini, Amazon) y seguimiento de la evolución de los marketplaces de Unebook.
- Diseñar un plan de negocio para la comercialización del visor
- Proyecto de intercambio UNE-REBIUN
- Creación de un plan de comercialización de licencias para bibliotecas
- Integración de otras bibliotecas universitarias cuyas universidades no disponen de editorial.

No olvidaremos nuestra Red de librerías físicas y la visibilidad UNE en librerías en general. En esta línea queremos:

- Seguir consolidado espacios y llevar a cabo acciones encaminadas a desarrollar otros nuevos, animando a los socios a favorecer estos espacios en las librerías de su entorno (rincón, estante UNE...).
- Firmar nuevos acuerdos con librerías en otras ciudades españolas para que se conviertan en espacios de referencia UNE donde nuestro público podrá encontrar, pedir y comprar nuestros libros.

5.- PÁGINA WEB UNE Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA

José Antonio Perona

Director de Ediciones

Universidad de Castilla-La Mancha

Se trata de un campo de acción fundamental para un mejor y mayor conocimiento de las prensas universitarias. Nos adaptaremos a los cambios que experimenta el sector de la comunicación, el mercado y la universidad, de manera que las acciones que realicemos tengan más alcance y nos permitan llegar más y mejor a la comunidad universitaria y al público en general. Canalizaremos nuestras acciones en dos direcciones, comunicación externa y comunicación interna o entre los socios de la UNE:

Comunicación externa: Para conectar con los usuarios de la web de la UNE seguiremos trabajando en incorporar contenidos de calidad que podamos compartir de forma desinteresada, que sean útiles y así mantener un vínculo de confianza con los usuarios. Para esto vamos a trabajar de manera colaborativa con el resto todas las áreas de la UNE con los objetivos de mostrar:

- Continuo proceso de mejora que contribuya a mantener y fortalecer la imagen corporativa de la UNE como una asociación de referencia a nivel nacional e internacional.

- Generar un diálogo constructivo y colaborativo con los socios y usuarios del sector editorial para favorecer una estrategia con sus demandas y generar contenidos a corto, medio y largo plazo.
- Facilitar gráficos útiles, como infografías, que muestren los procesos de gestión en calidad editorial, derechos de autor, diferencias entre autoarchivo y publicación en acceso abierto y otras que se generen con el diálogo entre los socios y profesionales del sector editorial.
- Incremento y mejora de los desarrollos en la nueva web (observatorio de calidad UNE, espacio de acceso abierto...).
- La difusión de los logros de la asociación a través de los medios de comunicación debe seguir ampliándose y debe crecer nuestra relación con los medios de comunicación.
- Incremento y mejora de las inserciones de publicidad, reseñas y noticias en prensa y revistas culturales

Comunicación interna: Los socios debemos estar informados de todas las novedades y noticias, las que se generan desde la asociación y las que nos afectan desde el entorno profesional y de educación superior.

Nuestra misión es distinguir los distintos niveles de información y que así lo perciban los socios. No es lo mismo una circular, que una novedad, que una noticia. Con ese fin se crearon las newsletters de la UNE, Unelibros y Unebook. Seguiremos trabajando para mejorar la comunicación atendiendo a los niveles de información y las necesidades de los asociados.

6.- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

Juan Luis Blanco Valdés

Director

Publicaciones de la Universidad de Santiago de Compostela

El área quiere definir su actividad inmediata sobre dos coordenadas éticas fundamentales: la participación y la transparencia.

En esa trascendente tercera misión de la universidad como es la transferencia a la sociedad del conocimiento, la investigación y la cultura generadas en su seno, las editoriales universitarias juegan un papel estratégico e intransferible. Los soportes digitales que, en los últimos tiempos, ha ido adquiriendo el, digamos, formato de esa transferencia, facilitan e incrementan de una manera exponencial nuestras posibilidades de comunicación. Sobre esta evidencia (si cabe, acelerada aún por los meses de incomunicación presencial derivada de la pandemia), el boletín *Unelibros* es desde 2021 una bitácora digital, dinámica, abierta a la participación y la reflexión colectiva: *Unelibros Blog*.

Insistir en las potencialidades del blog en línea es un objetivo fundamental, en lo que tiene, especialmente, de participación, de la construcción cooperativa de sus contenidos entre todos los asociados. Pretendemos consolidar la nueva forma digital de *Unelibros Blog*, incorporando reportajes, entrevistas, colaboraciones, novedades del sector, vídeos, columnas de opinión, artículos sobre los más variados aspectos de la profesión, incluso enriqueciendo y ampliando las actuales secciones, y, desde luego, estimulando la apertura a la participación colectiva debe constituir una línea de actuación preferente del área de difusión y promoción.

Otro logro por el que la UNE lleva casi treinta años acercándose a la sociedad, a través, fundamentalmente, de un prestigio solidificado y justamente reconocido por los medios de comunicación, son los Premios

Nacionales de Edición Universitaria, un evento anual incorporado ya al calendario de referencias del sector. En este sentido, un eje fundamental de actuación del área para el próximo bienio será incentivar la complicitad de los asociados con los premios, a través de la permanente revisión de las bases, de cara a su constante actualización, como reflejo, en lo posible, de las diferentes sensibilidades propias de una asociación tan rica y amplia.

7.- REVISTAS CIENTÍFICAS Y RELACIONES CON LA EDICIÓN PRIVADA

Jacobo Sanz

Director

Editorial de la Universidad de Salamanca

La visibilidad e impacto de las revistas científicas de las editoriales universitarias no solo es un tema en constante debate y revisión sino que en sí mismo plantea un área de investigación específico que nos obliga a una constante formación para mejorar nuestros resultados. En este sentido, el proyecto de esta Junta Directiva de la UNE plantea las siguientes líneas estratégicas que pretenden formar y formarnos en cómo actuar para alcanzar los objetivos más arriba señalados:

- Mantener actualizados los criterios y las bases que miden los diferentes indicadores de indexación e impacto.
- Trabajar en constante comunicación con los asociados para remitir los diferentes sistemas de evaluación y recomendaciones ante cualquier cambio o novedad destacada. Valga, como botón de muestra de este punto, el lanzamiento el pasado 30 de junio de este año del JCI (Journal Citation Index) por parte de WoS: una nueva métrica para las revistas que no tienen Factor de Impacto, como el caso de las de Artes y Humanidades.

- Fortalecimiento de las relaciones con la FECYT, máxime en una etapa tan importante como la que estamos viviendo, en la que se está gestando un nuevo Plan estatal de indicadores de ciencia abierta FECYT 2021-2024, actualmente en fase de redacción.
- Proponer, en el área de formación, cursos específicos con especialistas que nos permitan drenar nuestras carencias y necesidades ante los nuevos retos que se vayan produciendo en la edición y difusión de las revistas científicas a fin de mantener y aumentar la calidad de su producción.
- Relaciones con la edición privada: En un mundo globalizado como el que vivimos resulta cada vez más necesario el trabajo conjunto entre empresa pública y privada. Es por ello, que desde la Junta Directiva de la UNE se apuesta por el desarrollo y mejora de las relaciones entre las editoriales universitarias y las privadas. Relaciones centradas en los siguientes puntos:
 - Iniciar un proceso de comunicación y conexión con los diferentes gremios de editores.
 - Establecer nuevas líneas de colaboración y protocolos de coedición teniendo en cuenta la experiencia acumulada hasta el momento.
 - Retroalimentarnos en fórmulas de divulgación y proyección editorial
 - Asesoramiento y formación en los objetivos y consecución del Sello de calidad CEA-APQ, que permitirá a las editoriales privadas promover y estimular las ediciones académicas con el consiguiente beneficio para la comunidad universitaria que verá ampliada y reforzada su ámbito de difusión
- Apoyo a la línea 9 en el área de *Unelibros Blog* (participación en el comité de redacción de *Unelibros* como apoyo).

8.- FORMACIÓN E INNOVACIÓN Y TESORERÍA

Isaac Caselles

Director

Editorial de la Universidad Francisco de Vitoria

Hoy en día es imprescindible estar al día en metodologías de enseñanza con las mejores herramientas para el aprendizaje y la autoevaluación de cada uno de los directivos editoriales y sus equipos, para que dispongan de información completa y actualizada sobre los cambios tecnológicos, las nuevas políticas y exigencias que se vinculan a un sector tan cambiante como el editorial.

La innovación y adaptación es un requisito que estamos obligados a cumplir, por lo que hemos de estar pendientes de las publicaciones que se hacen en el sector, la opinión de los expertos y, a la vez, escuchar que se está haciendo en cada uno de los agentes del libro, librerías, bibliotecas, distribuidores, ferias...

Para poder conocer las inquietudes e intereses de los asociados se proponen encuentros de debate sobre el estado de cada editorial de cara al establecimiento de puntos comunes para el diseño de prioridades y un plan de acción que pueda marcar el camino para que cada editorial pueda seguir, según sus posibilidades.

Esta acción se establecerá después de que lleguen los resultados de la nueva encuesta, que seguirá el modelo que tenía hasta ahora la UNE, en estas preguntas se solicitarán una serie de datos para ver las necesidades y expectativas de los asociados.

Como ayuda a las actividades anteriores se celebrarán unas jornadas y unos cursos en los que se invitará a profesionales que muestren qué se está haciendo en las editoriales más prestigiosas y cual son las líneas que se otean

en el horizonte del futuro editorial y se enseñará las técnicas más novedosas y útiles para nuestros asociados. Nos proponemos por tanto:

- Potenciar la encuesta sobre necesidades formativas de los asociados para estar atentos a sus demandas.
- Potenciar los talleres presenciales y cursos virtuales.
- Seguir incrementando la calidad y prestigio de nuestras Jornadas sobre el libro electrónico.

Con estos trabajos se pretende dotar de herramientas para que cada editorial sea capaz de evolucionar al ritmo que le permitan los recursos que tenga a su disposición y los objetivos que acuerden con las direcciones universitarias de las que dependan y con las que se ha de tener una relación que ponga en valor a las editoriales y demuestre que los resultados de las publicaciones benefician a las bibliotecas (con miles de libros gratis), al vicerrectorado de investigación (ya que uno de los índices del posicionamiento de las universidades son sus publicaciones), el vicerrectorado del profesorado (ya que una buena editorial atrae a que investigadores de otras universidades colaboren en publicaciones, conferencias o clases) o el vicerrectorado de internacionalización (por cuestiones obvias como las ferias internacionales o las ventas a otros países).

Con esta propuesta la UNE quiere mostrar a los editores desde sus primeros días todo lo andado hasta ahora por los asociados y acompañarlos en su crecimiento como profesionales de un sector tan competitivo como bonito, para que puedan especializarse y disfrutar de esta profesión.

La tesorería es un área fundamental a la hora de gestionar el resto de proyectos que conforman el Programa electoral de esta candidatura, queremos seguir dando prioridad a una serie de acciones:

- 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.
- Apoyo a la línea 5 (Belén Recio) en la coordinación integral de Unebook.
- Incorporación a la Comisión de Unebook.

9.- PROPIEDAD INTELECTUAL

Francisco García Fizt

Director

Publicaciones de la Universidad de Extremadura

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 terreno 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, así como los problemas generados del uso de las imágenes. Por ello, entre otros, desde esta línea de acción nos planteamos:

- Establecer relaciones de mutuo beneficio con las entidades de gestión de derechos.
- Asesorar a los socios sobre modelos de contratos y promover la elaboración de borradores que puedan servir de referencia a los socios.

- Proponer sesiones formativas e informativas sobre derechos de propiedad.
- Desde esta área se apoyará la edición del Blog Unelibros y con el grupo dedicado a su edición, ayudando a consolidar la nueva forma digital de Unelibros Blog , contribuyendo a hacerlo más atractivo e interesante para el sector editorial con nuevas secciones e impulsando su difusión y visibilidad.