



EN BUSCA DE UN

estilo

EDITORIAL

ANÁLISIS DE UN DISCURSO HACIA EL DISEÑO DE COLECCIONES UV

Idónea Comunicación de Resultados que presenta

AÍDA POZOS VILLANUEVA

Dirección: SOFÍA DE LA MORA CAMPOS

Lectoría: GONZALO BECERRA PRADO, ÉDGAR ALEJANDRO GARCÍA VALENCIA

EN BUSCA DE UN
estilo
EDITORIAL



ANÁLISIS DE UN DISCURSO
HACIA EL DISEÑO DE COLECCIONES UV

Idónea Comunicación de Resultados que para obtener el grado de

Maestra en Diseño y Producción Editorial

presenta

AÍDA POZOS VILLANUEVA

Dirección: SOFÍA DE LA MORA CAMPOS

Lectoría: GONZALO BECERRA PRADO, ÉDGAR ALEJANDRO GARCÍA VALENCIA



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO División de Ciencias y Artes para el Diseño

MDPE

MAESTRÍA EN DISEÑO
Y PRODUCCION EDITORIAL

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN, 3

Génesis de un proyecto editorial, 4

EL ESCENARIO EDITORIAL UNIVERSITARIO, 11

La edición universitaria, 12

Las ediciones de la UV: las colecciones, 14

Una mirada a las prácticas lectoras, 18

La actualidad: los retos de la edición digital, 24

EL ARGUMENTO DE UN PROYECTO EDITORIAL, 29

El proceso editorial: las variables, 30

La comunidad / la institución, 32

El discurso editorial, 36

El estilo editorial, 42

La semiótica del objeto: hacia el diseño, 46

EL ABORDAJE DE LA INVESTIGACIÓN, 51

Las dimensiones en la transdisciplina, 52

El análisis de orden cualitativo, 54

La construcción de herramientas, 57

Hacia la intervención: rediseño de colecciones, 64

LA INVESTIGACIÓN EN SÍ, 69

El discurso UV, 69

El rediseño de colecciones, 82

La propuesta (colección Biblioteca), 94

La propuesta (colección Ficción), 105

Del sello editorial (colección Ficción), 115

Del ejercicio de legibilidad (Adobe Caslon Pro), 117

La producción, 118

LA PROSPECCIÓN HACIA LA UV, 125

LA EDICIÓN UNIVERSITARIA: *MUTATIS MUTANDIS*, 137

BIBLIOGRAFÍA, 149

INTRODUCCIÓN

En esta Idónea Comunicación de Resultados se expone el surgimiento y evolución de un proyecto editorial (el de la Universidad Veracruzana), y de la mano de la Maestría en Diseño y Producción Editorial (de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco) se intervinieron dos de las más antiguas colecciones universitarias veracruzanas.

Como parte del equipo de producción de una editorial universitaria y como resultado de un proceso académico profesionalizante en el campo de la edición, con esta comunicación de resultados queda manifiesta la importancia de la labor editorial, que va más allá de la simple producción de objetos editoriales. La pragmática un paso adelante. Se pretende transmitir hacia la comunidad universitaria que produce libros la idea de la labor editorial como parte de construir el mundo a través de objetos culturales que se comunican. Como universitaria considero ahora que hacer libros es una responsabilidad social.

En este documento se busca mostrar que la mediación que se persigue como editor dependerá siempre de los símbolos de una comunidad, que si bien los usos y las costumbres marcan el derrotero, pueden ser interceptados para profundizar y sentar pautas en el modo de *hacer* como parte del modo de *ser*. Para ello en este proyecto se buscó ir hacia lo pragmático a través de lo conceptual y no sólo generar ideas, sino accionar, eso que este mundo del siglo XXI demanda.

Con esta intervención pretendo devolver a la comunidad editorial universitaria un poco de lo que se me ha ofrecido en esta oportunidad de profesionalización; con las reflexiones provocar editores conscientes de la importancia de su trabajo y de la necesidad de profundizar en la labor para así entonces producir; y con los productos acaso mover emociones y buscar la eficacia de los procesos como el mejor modo de hacer y no simplemente como parte de la eficiencia.

Para lo anterior fui a explorar mi comunidad y a los diferentes agentes y eventos que se interceptan en el proceso de producción y así contar el estado de la cuestión. Luego, al plantear un marco conceptual enriquecido por los simbolismos, estuve en capacidad de reconocer la cultura editorial de mi universidad. Posteriormente, echando mano

de técnicas de análisis cualitativo me ubiqué de frente a los diferentes actores del ciclo editorial y al reconocer necesidades finalmente busqué la mejor disposición y uso de los elementos del diseño hacia el acto comunicativo de los productos editoriales universitarios veracruzanos. Todo tiene un fin: incidir de manera pragmática en las concepciones y prácticas editoriales en bien de mi comunidad.

GÉNESIS DE UN PROYECTO EDITORIAL

El planteamiento del problema surgió al observar que, con los avances tecnológicos ocurridos a nivel de cada uno de los peldaños de la producción editorial, esa tarea se volvía cada vez más compleja. Aunque parecería que el uso de múltiples sistemas y herramientas de composición e impresión nos llevarían a la producción más eficiente, no siempre resultaba así, generándose confusión tanto en el concepto de lo que es la edición y sus diferentes agentes y procesos, como en el uso de técnicas empleadas en la producción de cualquier objeto editorial, trátase de libro impreso en papel o de publicación electrónica.

Si referimos a la producción editorial universitaria se encontraba esa problemática, determinada básicamente por la escasa actualización que sobre el proceso se ofrece. Así, por una parte en aquellas instancias dedicadas al ámbito científico se hace uso inadecuado o nulo de los programas o aplicaciones dedicadas al diseño, produciendo objetos editoriales sin regulación del uso de tipografías, desconociendo los programas de maquetación y edición más apropiados y, por supuesto, dejando de lado asuntos básicos de diseño editorial y todo lo concerniente al uso del lenguaje. Por otra parte, si la producción editorial se da en el campo de las artes, encontramos el uso esmerado de técnicas de diseño, pero se dejará de atender la norma editorial o aplicación de las reglas dadas a la lengua escrita. Es entonces cuando entran en juego las editoriales universitarias, como aquellos agentes encargados de producir y normar editorialmente a una institución, definiendo, de acuerdo con sus objetivos y particularidades, el estilo y la forma de producción y comunicación.

En el caso específico de la Universidad Veracruzana (UV), a través de la Dirección Editorial se producen libros desde hace más de medio siglo, y aunque han sido establecidas políticas y lineamientos editoriales, sobre el diseño de colecciones no se han documentado las normas de estilo a seguir, produciéndose libros bajo diferentes criterios.

De manera personal aterricé en este proyecto de producción al reconocer que en la UV, mi centro de trabajo por más de dos décadas, los intereses y las políticas de cada cuatro años pueden cambiar, amenazando la estabilidad ideológica y del proyecto editorial ante cambios administrativos inevitables. Al encontrar que en la actual administración se habían establecido políticas editoriales que buscaban la calidad de sus productos por sobre cualquier compromiso ideológico o político, y además se estaba en busca de un estilo, vi reflejada una oportunidad de intervención.

Mi actividad en la maquetación editorial me dio la pauta al reconocer que aunque actualmente la UV, con ya 60 años de historia editorial ha repuntado siendo conocida en casi todas las ferias de libro nacionales y algunas internacionales, pese a ello las colecciones que han hecho historia, como es el caso de la colección Ficción que apunta entre sus títulos las mejores plumas de Hispanoamérica, y la colección Biblioteca que reúne textos producto de la investigación universitaria, eran las que más inconvenientes de diseño tenían, dado que se trataba de formatos realizados desde hace más de 20 años, con problemas en el manejo de tipografía, estructura de cajas y demás elementos de diseño, generando en consecuencia confusión tanto en los editores como en los maquetadores, quienes sin normas de diseño editorial en que basarse al momento de la confección de un libro continuaban deteriorando ese diseño que se había vuelto casi al libre albedrío, basado “sobre el anterior” y sin una línea fiel a seguir, sólo buscando “hacer libros parecidos”.

Se visualizaba entonces una editorial universitaria políticamente encauzada, pero que a pesar de su experiencia tenía algunos puntos ciegos en la fase de producción, aun cuando en sus políticas editoriales manejaba la calidad editorial, que se asume como el resultado global que se obtiene de la aplicación de diferentes procesos de control en la elaboración de una publicación, con la intención de obtener un producto que se distinga en el mercado y que satisfaga las expectativas del lector.

Así, dado que en la UV no existían herramientas de control en la fase de producción editorial, se consideró que de no intervenir en esos momentos en que las condiciones administrativas eran propicias para la consolidación de resultados, al menos hasta 2017, los esfuerzos editoriales seguirán siendo debilitados por la falta de criterios, limitando la trascendencia del sello editorial universitario y contribuyendo a que sus productos se perdieran en el sinnúmero de ofertas editoriales que inun-

dan el mercado nacional e internacional; así surgió este planteamiento al reconocer el problema y visualizar la oportunidad.

Se partió entonces de la premisa que postula que un sello editorial se crea y adquiere fuerza persuasiva hacia los lectores al presentar elementos discursivos recurrentes, reconocidos como la manera peculiar de aplicar reglas en la preparación de un producto editorial, considerando tanto la forma de presentación de la lengua escrita como el diseño o las características estilísticas y tipográficas de sus colecciones, lo que se asume aquí como estilo editorial, de acuerdo con el concepto que maneja Senz Bueno (2006).

Se concibe entonces la idea de realizar un análisis que fundamente la necesidad de rediseñar dos colecciones para generar un estilo singular a través de sus productos editoriales. La premisa inicial lleva a buscar *re-conocer* el estilo editorial de la UV a través del encuentro con sus diferentes actores, analizar la actual producción y generar herramientas de apoyo para la elaboración de productos editoriales de calidad que lleven al mejor posicionamiento de nuestra universidad en el medio editorial y cumplan con la educación universitaria y el fomento a la cultura, fortaleciendo un sello que inspire al sentido de pertenencia. Se tuvo que reconocer que si bien existen a nivel nacional e internacional multiplicidad de colecciones y diseños que abarrotan la producción editorial, cada sello hace uso de criterios específicos acordes a necesidades propias y a contextos particulares.

La hipótesis de trabajo fue planteada al cuestionarnos si en realidad la edición universitaria de la UV requería normalizar su producción y definir un estilo propio. Se perfiló así el objetivo general: analizar el discurso editorial de la UV y de ser necesario generar herramientas que delinearan criterios.

Bajo ese enfoque se inició la proyección de ideas particulares y quedaron definidos los objetivos específicos que llevarían a la intervención: recapitular la historia editorial de la UV para reconocer las particularidades de sus actores y de sus productos, y sobre esa historia construir un marco teórico-conceptual para perfilar la intervención a realizar hacia el interior de la comunidad universitaria. Posterior a ese reconocimiento se buscaría plantear una metodología que llevara a recabar información sobre los actores del ciclo editorial universitario, ello bajo técnicas de estudio cualitativas, y con esa inducción trabajar en el rediseño editorial de dos de las más antiguas colecciones universitarias; es decir, sobre el análisis del discurso universitario hacer la propuesta

de una línea diseñística acorde a las necesidades, la temática editorial y el tiempo actual. Asimismo, se proyectó generar las normas de diseño editorial para las colecciones rediseñadas y, finalmente, realizar propuestas al discurso editorial universitario veracruzano, todo en un diálogo-reflexivo.

Los resultados del trabajo desarrollado se presentan en este documento anteceditos de aquellas fases que permitieron la consecución de los objetivos. Al reconocer el objeto empírico (la edición universitaria) como el punto de partida del análisis, y el problema (la falta de normas o estilo) que se planteó podía resolverse por medio de un objeto epistemológico (el rediseño de colecciones), se visualizó paso a paso que la meta de este proyecto bien podía ser un producto editorial intelegido como un discurso retórico en busca de un estilo.

Las herramientas para organizar la producción editorial que se me ofrecieron en la Maestría en Diseño y Producción Editorial (MDPE) me mostraron cómo disponer de la mejor manera los diferentes elementos para producir discursos. Fue considerado de inicio el contexto histórico y social en que se construye el proceso; enseguida se reconocieron conceptos semióticos y estilísticos hacia la organización funcional de las colecciones a intervenir; surgió la disposición lógica y visual del discurso que buscó expresarse de manera también organizada en la tipografía y el diseño, considerando además el uso eficiente y sostenible de los recursos; finalmente aparecieron las publicaciones digitales y las nuevas tecnologías como reflexión del espacio virtual que ocupan de manera inminente los discursos editoriales.

Todo ese proceso nutrió un discurso editorial universitario que se fue descubriendo en sus diferentes elementos y llevó a conocer el estado que enfrenta la edición de la UV y generar prospecciones. Así, se trabajó un discurso como un construir un ente orgánico a partir de los materiales extraídos.

En el primer apartado de este documento, de manera paralela al reconocimiento del proceso editorial y algunos de sus agentes, se inició la búsqueda de aquellos hechos ocurridos en el entorno editorial universitario que llevaran a contar el estado de la cuestión como fundamento a la propuesta, y que fueron desde conocer las políticas editoriales que dan sentido a la creación de libros, así como lo que al respecto de la producción universitaria se ha delineado global y localmente. Documentando el desarrollo de las editoriales universitarias se hallaron dos posturas radicales: las institucionales que consideran los

proyectos editoriales como una labor más que realizar para cumplir planes de trabajo, y la de algunos personajes del medio editorial universitario que delinean otra función: el apoyo y construcción de una cultura. Así, trabajando en extraer información para dar sustento a este proyecto, se consideró a las editoriales universitarias como aquellos agentes encargados de producir y normar editorialmente a una institución educativa, definiendo, de acuerdo a sus objetivos, el estilo editorial y la forma de producción y comunicación de una instancia educativa, siempre bajo conceptos incluyentes.

Esa primera fase incluyó el reconocimiento de la Universidad Veracruzana y sus productos editoriales como la antesala a este proyecto que buscará la inmersión de sus colecciones en los procesos globales que demanda el entorno digital como reto ineludible.

En el segundo apartado, o fase de definición de procesos y conceptos, fueron surgiendo las variables dependientes como parte de una amplia estructura que conformó el eje teórico hacia el análisis proyectado. Apareció el editor gestionando la edición de colecciones para buscar el estilo de un sello editorial en el contexto de una universidad. Asimismo, hizo presencia “la normalización como inducción para mejorar un proceso productivo, que en un contexto local persiga la satisfacción de los agentes involucrados en la construcción y consecución de un objeto cultural: un libro” (Davies, 2005:3), con calidad editorial y con un estilo que persuada a los lectores hacia su consumo, y que además genere en los universitarios veracruzanos una identidad, que puede estar relacionada con el aspecto exterior o el contenido de un producto editorial.

En la construcción del marco teórico se desestructuraron procesos para realizar el nuestro. Se halló que el concepto fundamental es la edición. Asimismo, en un primer acercamiento se admitió que fortalecer la imagen y el prestigio de un sello editorial es una de las primeras tareas del editor, considerado como un agente más de la cadena productiva editorial. Dada la naturaleza y complejidad de factores involucrados en el proceso de edición, en esta fase del trabajo fue necesario hacer un cruce de disciplinas de forma tal que permitiera comprender la amplitud del hecho que nos ocupa. La transdisciplina entró en juego con toda su carga conceptual para mostrar significados y llevarme a percibir la integralidad del proceso. Así hallaremos en este apartado a la etnografía, la sociología y la semiótica, guiadas convenientemente por la argumentación retórica.

En la fase de diseño de la investigación, al asumir ésta como una acción hacia la intervención a dos colecciones de la UV, se planteó metodológicamente examinar el diseño actual a través de los ojos de la audiencia involucrada (autor-editor-diseñador-corrector-maquetador-lector), y hallar el enfoque que observara el contenido estilístico y propusiera características distintivas y técnicas, que si bien serían dictadas por la materia o temática, siempre considerarían el público al cual se dirige una colección.

La propuesta fue un análisis de tipo cualitativo de los actores-productos, bajo una modalidad de estudio de intervención a través de la investigación. Hacer uso de herramientas que llevaran a evaluar una situación específica en un contexto definido y apelando a motivaciones individuales de los actores involucrados, perfiló este proceso de manera positiva.

El análisis llevó a rediseñar un producto que manifestara la postura del editor ante la institución, determinada además por la sensibilidad y el gusto estético de los usuarios. Así se formuló una propuesta como agente de cambio que se buscó quedara reflejada en dos de las colecciones que fueron intervenidas en este proyecto y que aquí se detallan.

Se planteó hipotéticamente que al atender la forma de esas colecciones, y al generar materiales de apoyo para su cuidado editorial, nuestros libros funcionarán como vehículos proyectando un estilo dado por los aspectos tipográficos, que es lo primero que salta a la vista al abrir un libro, pero además porque se regirán con normas editoriales recurrentes y propias.

Cabe hacer mención que siempre estuvimos conscientes que el establecer una normatividad respecto de diseño no lleva implícito el hecho de forjar ese estilo editorial al que tanto aludimos, ello dependerá de la correcta y habitual aplicación de las reglas establecidas y, como en todo proceso, la supervisión entrará en juego, pues aunque a través del tiempo han sido argumentados los valores y beneficios de la aplicación de normas, permea el asunto como un problema.

Se concluye reconociendo que si los cambios propuestos llegan a ser aceptados, se estará así proponiendo el estilo de al menos dos colecciones de nuestro sello editorial –la Universidad Veracruzana–: la cuestión a resolver en este proyecto, y además planteando la opción de diseño como agente de cambio, como adaptación a los nuevos tiempos editoriales, sobre lo que finalmente se reflexiona en este documento.

EL ESCENARIO EDITORIAL UNIVERSITARIO

En este apartado confluyen la edición universitaria, el proyecto de la Universidad Veracruzana, sus ediciones y sus prácticas lectoras, todo a fin de crear un panorama sobre el estado de la cuestión que delinee la historia de nuestra universidad, siempre de la mano de lo que se ha estado estudiando y escribiendo.

Se inicia con la edición universitaria para vincularla luego al proyecto de intervención que nos ocupa: rediseñar dos colecciones: Ficción y Biblioteca. Se expone la propuesta editorial veracruzana pasando por las relaciones entre la lectura, con ello fue posible reconocer el sentido de la edición universitaria y, finalmente, reflexionar sobre los cambios protagonizados por las nuevas tecnologías, como el centro neurálgico de un hecho que hay que atender.

Si bien los aportes de la historia de la edición muestran el papel del libro en la cultura, del libro como objeto, con todo su valor como sistema de comunicación y generador de significados, también muestran su transformación como una manera de reconocer y adaptarse a los cambios presentes y entender el devenir del libro como medio de adaptación a los tiempos futuros.

En 2014, la Universidad Veracruzana cumplió 70 años de existencia, su vida ha sido aparejada al desarrollo de su editorial, dando respuesta a las necesidades y a los objetivos que se han ido planteando con la incorporación de las tecnologías y con la aplicación de nuevas líneas estratégicas de transformación en las universidades.

Así, las editoriales universitarias se encuentran frente a retos muy específicos: situarse en el mercado editorial y establecer un vínculo con la sociedad, con un público lector que existe incluso más allá del entorno universitario.

Vayamos a reconocer este proyecto a través del tiempo, y de la mano de quienes han estudiado las editoriales universitarias, sus escritos y sus prácticas lectoras, plasmar un poco de esa historia como antecedente.

LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

Se inicia demarcando la función que las editoriales universitarias tienen y para ello se recuperan reflexiones de quienes han estudiado desde el interior de las universidades las propuestas editoriales y con su experiencia nos dan la pauta de esos ideales que deberían considerarse en estos proyectos:

Las editoriales universitarias deben considerar el concepto mismo de universidad, su función cultural en la sociedad, cómo están organizadas la docencia y la investigación a las que, con la autonomía necesaria, deberá estar vinculada la actividad editorial y por medio de la cual se apreciarán la calidad y la inserción social de la vida académica. [...] Las editoriales universitarias enfrentan una dualidad contradictoria inevitable: surgen del mundo académico para satisfacer importantes necesidades de difusión; y deben moverse en la realidad industrial y comercial del libro. [...] La habilidad que adquieran para avanzar en estos dos ámbitos, tan opuestos entre sí en la práctica, les permitirá lograr sus cometidos fundamentales (Anaya Rosique, 2010:3-11).

También se hallan propuestas, acaso más sensibles, pero que dan aliento al devenir de las universidades en estos momentos en que las instituciones públicas y el sistema educativo todo transita por tiempos difíciles de cara al proyecto político mexicano:

La edición universitaria es parte de un proyecto de apoyo educativo de largo alcance para mejorar las condiciones vigentes de las instituciones. Conlleva cierta nobleza y valor educacional que sin duda permitirá la subsistencia de nuestra cultura (Lara Zavala, 2010:128).

Si bien se podrían coleccionar un sinnúmero de reflexiones, caemos en la cuenta de que todos quienes apalancan las funciones editoriales, con su experiencia confluyen en una postura incluyente, que puede quedar enunciada como:

En la cultura contemporánea, la universidad es una comunidad académica que desempeña tres funciones primordiales relacionadas con el saber: docencia, investigación y difusión cultural; es decir, le corresponde contribuir al alcance, a la preservación y a la diseminación del conocimiento en la sociedad (Anaya Rosique, 2010:2).

De manera específica, el proyecto editorial UV puede cambiar como cambian las administraciones, esa situación evita la consecución de proyectos de largo aliento. En la actual administración se trabaja consciente de ello, por eso la implementación de nuevas formas de producción, acordes a los tiempos, se atiende como prioritario y ello puede reflejarse en su página virtual:

La Universidad Veracruzana se asume como centro de producción y difusión del arte y del conocimiento [...] se ha constituido en fuente de producción editorial. Esta labor no puede pensarse solamente como un ejercicio de edición de textos, sino además y sobre todo, como un estímulo para la generación del saber y el conocimiento en cualesquiera de sus manifestaciones. [...] la calidad de sus contenidos editoriales será sustentada, más que en criterios de financiamiento y comercialización, en la naturaleza académica, humanística y de investigación científica de los mismos, teniendo como paradigma lograr la transferencia de los productos de generación y aplicación del conocimiento en pro de la transformación social (<http://www.UV.mx/editorial/como-publicar/>).

Se percibe también en esa página, en los lineamientos generales publicados por la editorial veracruzana, que se expone lo que se hace, pero no se dice cómo hacerlo; en ello encuentra justificante el proyecto de intervención de dos colecciones al comprobar que no existen documentos que delimiten ese “hacer editorial”.

Para apropiarse del estudio de caso se fue a reconocer aquellos hechos que encadenados nos enmarcan históricamente. Conocer y analizar las diferentes formas en que se han ido construyendo ediciones en la historia fue una vía de entrada que nos llevó a reflexionar sobre los valores de ese proceso, de la educación misma y conectar esos modos de hacer con las prácticas editoriales.

La historia y la sociología de la edición fueron herramientas que nos llevaron a *mirar*, y a partir de eso concebir cómo se han transformado las publicaciones, siempre dependientes de un contexto específico; esa dependencia necesaria como vehículo retórico hacia la comunicación de ideas.

Nos posicionamos así en la escena de un discurso, ante un lector, y quedamos de frente a nuestro proyecto para reconocernos en él.

Plantea Petrucci (cit. en Castillo, 2002) que un estudio en profundidad y crítico de testimonios escritos, de procesos de producción:

...puede hacer del historiador un intérprete atento del pasado en sus indicios visibles y legibles [...] para comprender la historia de cualquier cultura escrita, en toda su evolución y vicisitudes, el método del análisis formal de los signos gráficos y de su desarrollo a lo largo del tiempo, es tan indispensable como el punto de vista antropológico y social (p. 16-18).

Sin duda el aporte de diversas disciplinas fue significativo y colocó este proyecto de edición universitaria en un contexto global y permitió conformar una historia personal (institucional) que a través de sus productos se busca sea contada; es decir, hallar relaciones entre el quehacer editorial como un modo de *ser y hacer* propio de un área geográfica, pero sustentado en una historia cultural que demarca el campo editorial que nos ocupa.

Eso conformó el estado de la cuestión universitaria veracruzana, ceñida a la historia de su cultura escrita, al análisis de sus textos, de su pasado y su presente, y a la historia de los procesos y prácticas de confección y uso de sus productos editoriales; finalmente, atendiendo a esos discursos se buscó perfilar acciones remediales que satisfagan necesidades del contexto universitario actual.

En la MDPE se mostraron las interpretaciones que la sociedad ha dado a ciertos acontecimientos históricos que ahora parecen cotidianos. La historia de la edición, de la mano de la sociología, nos mostró la trascendencia de organizaciones sociales, instituciones e individuos en la conformación de un modo de ser cultural, determinando actos que consolidados se adaptan a nuevos tiempos y eso deja ver las temporalidades, en donde queda depositado el acto lector que apoya el análisis de la comunidad editorial de la UV, con una historia de más de medio siglo donde se ha forjado un carácter que hay que reconocer para entender y en consecuencia incidir en él.

Ahí se perfila la técnica de análisis hacia el cumplimiento de los objetivos de este proyecto de intervención y se da paso a exponer lo que hasta ahora se ha propuesto editorialmente en la UV.

LAS EDICIONES DE LA UV: LAS COLECCIONES

Postula la historia de la edición que examinar libros como objetos físicos, atendiendo a las características tipográficas, da indicios del modo en cómo un objeto fue leído, pues cada texto da respuesta a las actividades lectoras de acuerdo con sus atributos, por ello se dice que la confección tipográfica puede ser decisiva para el significado de un libro, lo

que es apoyado por Chartier (2008), quien ha mostrado cómo esa confección lleva hacia la sociología: "...entender cómo el lector del autor se convierte en el lector imaginario del editor".

Además, Darnton (1996) afirma que algunos bibliógrafos e historiadores especulan que los lectores han respondido a la confección de los textos más que a su medio ambiente social. De modo que hay que estudiar la página como unidad del libro, ya que existen antecedentes que apoyan esa idea:

...después del año 1500, el libro impreso, el folleto, el pliego suelto, el mapa y el cartel quedaron al alcance de nuevas clases de lectores y propiciaron diferentes tipos de lectura [...] el nuevo libro transformó al mundo. Y no únicamente porque ofreció mayor información. Ofreció, más bien, un modo de comprender, una metáfora fundamental para darle sentido a la vida (Darnton, 1996:9).

Adaptarse a los tiempos es parte del fortalecimiento y permanencia de los sellos editoriales. En la construcción de libros hay que atender múltiples elementos y para el rediseño editorial de las colecciones veracruzanas, Biblioteca y Ficción, hay que conocer su historia como parteaguas de la nueva propuesta. Esa historia que ya ha sido contada en sus textos de aniversario: *Medio siglo de labor universitaria en Veracruz* (Del Palacio, 2007) y *Medio siglo de Ficción en Veracruz* (Ortiz Domínguez, 2014) y que a partir de aquí serán nuestra base histórica.

Desde 1944, año de la fundación de la Universidad Veracruzana, y 1957, año de constitución formal de su editorial, han dado a luz proyectos de diversa índole, muchos de ellos actuales testimonios de la vocación por la edición con que nace la editorial, avalada por una generación de destacados intelectuales que con su actividad la impulsaron y que hoy se traduce en más de medio siglo de fructífera y prestigiada labor editorial universitaria.

La editorial de la UV, con sus revista emblemática *La Palabra y el Hombre* y sus colecciones Ficción y Biblioteca como sólidas columnas, ha llevado adelante una singular labor de publicación de muchas y significativas obras del pensamiento, la cultura y el arte universales. Sus ediciones han llenado épocas y conforman un catálogo pleno de obras y nombres en la literatura, la filosofía, la ciencia y el arte. La editorial siempre ha abierto sus puertas a escritores noveles que han realizado importantes aportes a la literatura. Su labor ha contribuido al crecimiento de la UV. Conocer y reflexionar sobre sus raíces e historia

es reconocer sus fortalezas y sus debilidades, ello lleva a aquilatar lo hecho y reconocer la responsabilidad que implica ser portavoz de los instrumentos que hacen y cultivan hombres en los terrenos universitarios como una manera de abonar en ellos.

La Dirección Editorial de la UV asentada como el medio para la difusión y extensión universitarias inicia desde 1952 con la publicación de una revista como su medio informativo; en 1956 se editan sus dos primeros libros: *Lascas y Caracteres de la literatura italiana*, de Salvador Díaz Mirón y Luigi Fiorentino, textos que enmarcan la naciente colección Biblioteca Universitaria, antecedente de la actual colección Biblioteca objeto de nuestra intervención. En 1957 llega a la dirección Sergio Galindo y marca el inicio de un ambicioso proyecto editorial; se crea la revista emblemática literaria y en 1958 ve la luz la colección Ficción, antecedente de la segunda de nuestras colecciones a intervenir.

Digamos como preámbulo de las colecciones, que históricamente tienen su antecedente en las bibliotecas helenísticas, que no formaron parte propiamente de bibliotecas de lectura, sino que fueron tratados escritos y reservados a un número muy específico de lectores (Lyons, 2004:36). Dada la especificidad de sus textos dichos libros se iban acumulando en un sitio conformando lo que ha sido llamado colección. Esa su historia sigue siendo semejante, es decir, las actuales colecciones son elementos clásicos dentro de las editoriales, muestran líneas específicas de publicación; al proponer enfoques, temas, autores y series, dotan de importancia a una editorial y muestran esquemas de organización que han hecho destacadas a muchas casas editoriales y son asumidos como esquemas de éxito de otras tantas. Las colecciones se conforman como referentes temáticos, dan reputación a un sello y existen como referentes en diferentes campos dentro del vasto mundo editorial (Martínez Morales, 2007).

La colección Biblioteca

Se remonta a 1956, teniendo como cobijo la biblioteca de la Facultad de Filosofía y Letras de la UV, de donde toma el nombre y surge ante la necesidad de una publicación de formato mediano donde se incluyeran estudios monográficos de corte humanístico y sin limitaciones en la extensión de los volúmenes a publicar. Entonces la colección se llamaba Biblioteca de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias, título impráctico por su extensión y porque dejaba ver el añadido de sustantivos de manera acrítica. A finales de los setenta (1967) se simplifica el título

a Biblioteca. Ese término, tan socorrido en el ámbito editorial, como lo menciona Martínez de Sousa en su *Diccionario de tipografía y del libro*, se ha convertido, dentro de la historia bibliográfica, en una palabra común para referirse a “una colección de obras que tratan sobre un tema similar”.

La colección Biblioteca de la UV es conformada por textos de Gaos, Ortega y Gasset, García Máynez, entre otros que le dan renombre; también se publican traducciones y diversos textos humanísticos de variada extensión que pueden ir desde menos de 100 páginas hasta más de 500.

Para 1997 ya tiene 95 volúmenes (Antúnez, 1997), a 2007 acumula casi 200 títulos publicados desde el sello editorial UV (Martínez Morales, 2007) y para 2017 cuenta ya con 320 títulos. Inició publicando autores foráneos y actualmente publica principalmente autores de casa, al tiempo que aumenta su producción anual de manera destacada, lo que habla del apoyo que han dado las autoridades universitarias para difundir la generación de conocimientos de las disciplinas humanísticas, aunque lo que se comparte editorialmente en esta colección a veces aparece acaso desordenado tipográficamente. El aumento de autores es manifiesto, lo que lleva a detectar un cierto interés y el afán de nutrir con sus publicaciones a esa colección universitaria.

En lo que respecta a tirajes se han reportado muy variables, ya que el mercado universitario no responde a los mismos criterios de las empresas editoriales comerciales, así se tiran ediciones de hasta cuatro mil ejemplares y más recientemente, con las nuevas tecnologías, se hace impresión bajo demanda, partiendo de tiradas de 300 a 500 ejemplares (Martínez Morales, 2007:139-166).

Con esa historia a cuestas, la UV planea seguir esta actividad de bibliomanía, que como dice Martínez de Sousa “es la pasión desordenada de tener o coleccionar muchos libros, aunque sea una manía y no precisamente el fin sea la instrucción”. Hay que apuntarlo para no olvidarlo y buscar producir para instruir.

La colección Ficción

Gabriel García Márquez, Juan García Ponce, Álvaro Mutis, Jaime Sabines, Rosario Castellanos, Rosa Chacel, José Revueltas, Elena Garro, constituyen apenas unos cuantos nombres, tomados al azar, de escritores que conforman su catálogo, orgullo editorial de la Universidad Veracruzana. Desde medio siglo atrás se abre un capítulo para la

cultura latinoamericana, al dar cobijo y difusión a obras y autores que, con el tiempo, se han convertido en paradigma del pensamiento, el arte y la cultura de los países de habla hispana.

Ya en 2014 fue publicado un volumen que convocó a investigadores del arte y la literatura a ponderar la importancia de autores y obras que conforman esa colección, reflexionar sobre la valía de los títulos incluidos y su relación con la obra total de los escritores, describir los temas relevantes, así como su inserción en el tiempo y el medio social que los vio surgir y estudiar los efectos y el alcance conseguidos respecto del público lector (Ortiz Domínguez, 2014).

La colección Ficción, dado su especial valor y trascendencia, constituye el mejor ejemplo de impacto de la universidad pública en la sociedad contemporánea. En marzo de 1958 surgió con la publicación de *Polvos de arroz*, de Sergio Galindo. Hoy, hablar de la colección Ficción, anota Ortiz Domínguez (2014), a casi sesenta años de ese proyecto editorial significa “hablar de una historia viviente, de una voluntad creadora, de un deseo de mantener, como quería Machado, la palabra viva en el tiempo” (p. 9).

Esa es la historia en la que vamos a intervenir, como una forma de revalorar los esfuerzos de antaño y renovarlos.

UNA MIRADA A LAS PRÁCTICAS LECTORAS

Es una idea reiterada que los individuos necesitamos realizar el acto de la lectura como medio de acceso al conocimiento. El análisis de conceptos y de prácticas lectoras de una comunidad confronta esa premisa y da luz sobre el rumbo que debe seguir una institución educativa en la consecución de un fin: formar sujetos sociales críticos en su dimensión humana.

Una de las prácticas sociales que cotidianamente se llevan a cabo en el ámbito universitario se deduce debe ser la lectura, ya sea aquella de textos académicos que perfila la actividad profesional de un estudiante, o la que tiene por objeto el desarrollo del pensamiento crítico de un sujeto que se desliza sobre una línea de tiempo en que se ocupa primordialmente de su crecimiento intelectual: la lectura constructiva; también aparecerá aquella otra que busca acrecentar la cultura de un individuo y que por su naturaleza de elección libre se ha denominado lectura por placer; finalmente, se mostrará como ineludible de estos tiempos la lectura digital como medio de comunicación

cotidiana, aquella apalancada al desarrollo tecnológico y realizada sobre nuevos sistemas de lectoescritura. Esos son los supuestos, pero se vislumbra que la lectura es algo más complejo que el tipo de consumo personal.

Las concepciones teóricas sobre el acto lector se ligan ahora a las prácticas que se llevan a cabo en el entramado de una institución de educación superior, para reconocer a los actores que participan en la puesta en escena de esa construcción lectora tan debatida en estos tiempos. En breve recorrido que nos conduzca hasta las aulas veracruzanas, buscamos conocer las prácticas lectoras de una comunidad tan diversa como es la que conforma una universidad pública de nuestro país, con una tradición ya septuagenaria; ello nos llevará a reflexionar y concluir acerca de la eficiencia y pertinencia de sus prácticas y programas que, se dice institucionalmente, buscan formar lectores.

Darnton (1996), de la mano de Ginzburg y Rousseau, ya indicaba que hay que estudiar la lectura como se estudia cualquier otro quehacer: “leer y vivir, componer una página y darle significado a la vida, estaban vinculados de modo más íntimo en los orígenes de la historia moderna que en nuestros días” (pp. 4-5).

En este camino esos teóricos nos guían para comprender qué lugar ha tenido y tiene actualmente la lectura en la producción de conocimientos, en el intercambio de emociones y en las relaciones que los individuos han mantenido en las instituciones de educación. Darnton (1996) sugiere la importancia de la lectura y su evolución:

...leer es un acto a la vez natural y extraño que compartimos con nuestros antepasados, nuestras experiencias de lectura ni siquiera asemejan a las suyas como lectores. Podemos disfrutar la ilusión de viajar en el tiempo para establecer contacto con autores que vivieron hace tres siglos. Pero aun suponiendo que los textos que hoy leemos como antiguos se han mantenido inalterados [...] nuestra relación con esos textos difícilmente equipara a la que tuvieron con esas obras los lectores del pasado. La lectura, en suma, también tiene una historia. ¿Cómo podemos recobrarla? (p. 3).

Parece quedar claro que se debe conocer el dónde y el cómo ocurre la lectura para contar su historia, es muy importante porque permite situar al lector en un escenario específico que al mismo tiempo informa de la experiencia siempre dependiente de una serie de factores sociales, culturales e incluso motivados por los avances tecnológicos, que van

permeando en acciones pedagógicas y psicológicas sobre los diferentes actores que intervienen en la puesta en escena que se construye, teniendo como protagonista al objeto libro.

Existe incluso un punto donde es necesario relacionar conceptos como alfabetización, iletrismo, lectura, lector y libro, en sus diferentes formas y contextos, ello abona al reconocimiento de las prácticas lectoras de la Universidad Veracruzana y permite marcar preceptos y propuestas ante un sistema dinámico como es el editorial. Hay que considerar que toda historia de las prácticas lectoras es la historia de los objetos-libros y de sus palabras-lecturas.

Para ello nos apoya Ferreiro (2001), quien postula que los problemas de alfabetización comenzaron cuando se decidió que escribir no era una profesión, sino una obligación, y que a lo largo de la historia han surgido nuevos modelos de leer y nuevos modos de escribir como construcciones sociales. Esta autora debate si las nuevas tecnologías ayudarán a la educación, porque la tecnología por sí misma no simplifica lo cognitivo del proceso de alfabetización. Es ahí donde acude a los editores:

...como creadores, como artesanos que producen objetos incompletos, pues un libro es un objeto en busca de un lector, y no puede realizarse como objeto cultural hasta que no lo encuentra; cuando encuentra un lector-intérprete se convierte en patrimonio cultural, y cuando encuentra una comunidad de lectores-intérpretes es cuando se da la completud (p. 112).

Se entiende que el acto lector ha ido cambiando, aunque siempre ha sido un proceso para buscar información e interpretarla de acuerdo con las concepciones culturales, que también están cambiando. Entonces hay que indagar cómo se construyen las comunidades de lectores.

A lo anterior apoya Petrucci (en Castillo, 2002) al promover que se debe prestar atención a las prácticas que han producido el escrito, para argumentar a partir del dominio del objeto libro y las posibilidades ofrecidas por la cultura gráfica, asociando en ese análisis los papeles que han jugado las formas y los soportes de la escritura en relación con las maneras de leer.

Ferreiro (2001) ha dado luz a esa reflexión al volver a la antigua idea de que escribir y leer fueron actividades profesionales con funciones bien delimitadas en una época en que no había fracaso escolar, y cuando reitera que los problemas de la alfabetización comenzaron cuando se decidió que “leer no era marca de sabiduría, sino de ciudadanía”.

Así, atendiendo a los apuntes de Darnton, Petrucci y Ferreiro, se muestra la relación entre la lectura, los textos y los objetos, entre los lectores, los discursos y su materialidad, y también aparece la ruptura de ello gracias a la revolución digital, lo que obliga a una revisión de las nociones asociadas con lo escrito, dado que los fragmentos de texto que ahora se leen en pantalla son considerados sólo composiciones, que aunque singulares pueden ser efímeras y nos llevan a buscar reconocer esas nuevas maneras de leer que nos apoyen en la construcción de significados a partir de un nuevo contexto.

Bajo ese enfoque proseguimos a presentar algunas propuestas que en la Universidad Veracruzana y su comunidad se han realizado sobre el acto lector, brindando con ello un panorama de lo que en un fragmento de nuestro país, México, se concibe como práctica y acciones culturales en pos de un objetivo lector, tan denostado en estos tiempos pero que requiere de atención inmediata dados los drásticos cambios que ahora ocurren en el contexto lector del mundo.

Sin duda el campo de la lectura y la escritura es complejo a la investigación pues se le aborda desde perspectivas sociológicas, antropológicas, psicológicas y pedagógicas. En México hay propuestas orientadas a mejorar la educación, pero ese campo ha sido sujeto de programas institucionales que han debilitado las acciones y el problema continúa como una preocupación, por ello hay que reflexionar, documentar acciones y plantear caminos para orientar la investigación hacia la apropiación de la escritura, dice Ferreiro “abatir el iletrismo” y coadyuvar en la lectura de comprensión de textos, todo ello será posible si buscamos entender socialmente el uso de la escritura y reflexionar sobre las prácticas de la lectura en consonancia con otras prácticas culturales dentro del campo, todo como una acción reflexiva que detone posibles soluciones.

Los estudios orientados a comprender la relación entre el joven universitario y la lectura bien pueden ayudar a enriquecer el debate en torno a los modos de promover la lectura en las universidades mexicanas. Se han publicado algunos estudios que delinean la situación y nos muestran que el distanciamiento de los universitarios de la práctica lectora, a pesar de las instituciones y sus programas, hace pensar que el estudiante no gusta de la lectura y prefiere distraerse frente a la computadora, aunque el surgimiento de la literatura juvenil parece contradecir esa idea en buena parte.

Algunas encuestas indican que sí, los jóvenes leen, sobre todo en secundaria y leen para ellos mismos. Tal parece que la ruptura se da en

la preparatoria; entre más tiempo pasan en la escuela menos leen para ellos mismos. Y aunque se puede tener éxito en los estudios y no leer, lo cierto es que la escuela debería formar lectores (Baudelot, Cartier y Détéz, 2010).

En la UV, desde 2007, bajo la coordinación de Felipe Garrido se realizó la “Primera encuesta de prácticas culturales y lectoras”. Para ese estudio se tomó como modelo la encuesta de Conaculta; para el caso de la UV se elaboraron 119 preguntas y se aplicaron 1 457 cuestionarios en la comunidad universitaria. Entre los resultados se apreció que los miembros de la UV leían 4.18 libros al año, un poco arriba de la media nacional que era de 2.9, aunque esta cifra, claro, abarca a todos los sectores de la sociedad y no sólo al ámbito universitario (Jarvio y Garrido, 2007). Los resultados permitieron “calificar” esas prácticas y derivaron en la conformación de diversos proyectos alternativos. Así, en la UV se ha gestado un apoyo gradual hacia el impulso de la lectura en su comunidad a través del “Programa Universitario de Formación de Lectores”, de la creación de la colección Biblioteca del Universitario y del Portal Lectores y Lecturas.

Al respecto de dichos programas anota Garrido: “En México se lee más de lo que se dice y menos de lo que se podría y debería. Más allá de las sutilezas estadísticas, si nos dedicáramos a formar lectores no perdemos nada y es mucho lo que podríamos ganar” (<http://www.UV.mx/universo/293/infgral/infgral01.htm>).

En 2011 se realizó el estudio “Prácticas lectoras en los nuevos soportes digitales en la UV”, buscando caracterizar esas nuevas formas de lectura y dando como resultado un documento en donde se concluye que a pesar del uso masivo de las nuevas tecnologías, en la comunidad universitaria veracruzana estos recursos son poco usados en el ámbito de la lectura, sin embargo, existe una tendencia al incremento e integración de esas nuevas formas de comunicación. Se analiza además la evolución de los soportes y se plantea que dicha evolución responde a una necesidad de lectura más rápida y cómoda (Jarvio, 2011).

En los estudios aludidos la lectura se ha considerado como el medio natural de conocimiento por el que se ha transitado y es analizada por su carácter lineal-secuencial de aprendizaje, siguiendo las líneas de un escrito. Vemos así la especificidad dada al concepto en el ámbito educativo. Además, en esos estudios el universitario es clasificado por áreas académicas, y ha sido ubicado y calificado dentro de perfiles bien definidos (mayor lector, deficiente lector), considerando en dicha clasi-

ficación factores que aparecen como objetivos pero que si analizamos veremos son completamente subjetivos, como la misma construcción social de la práctica de la lectura lo es.

Los datos recabados, aunque permiten tener indicios de la conducta lectora de los universitarios, son cuantitativos y engrosan reportes institucionales sólo indispensables en el proyecto administrativo, pero si se atisba en dichos datos de manera cualitativa y se trata de mirar en su subjetividad, se hallan modos de ser ante los cuestionamientos y las respuestas, elementos que más que llevar a calificaciones nos permitirían integrar información para revertirla en acciones y propuestas de apoyo al programa educativo. Cabe recalcar que dichos estudios, además de derivar en esfuerzos tradicionales de apoyo a la práctica lectora han incidido en el cuestionamiento acerca del papel que el profesor debe cumplir como promotor de la lectura y la escritura, llevando con ello al cuestionamiento acerca de ese perfil no siempre cubierto bajo un sistema de instituciones que agremian no siempre al mejor académico-investigador-promotor, en aras del crecimiento de una sociedad.

Más recientemente, en 2014 se instauran en la Universidad Veracruzana nuevos programas enfocados a promover la lectura, asumiendo dicha actividad como una tarea de los universitarios; se trata de la Especialización en Promoción de la Lectura y del Programa Universitario de Formación de Lectores (PUFL), como una afirmación de la responsabilidad que la UV tiene en la materia. Ya se asume que hay que formar lectores, no sólo enseñar a leer, actos muy distintos. Si bien se reconoce como una obligación de los profesores el ser lectores, también se reconoce que hay mucho por hacer. Felipe Garrido, quien abanderó el PUFL, sigue en su gestión ante la UV admitiendo que “la lectura no es un privilegio, sino una necesidad”.

Zavala (2010) también confronta a la institución: “... la enseñanza universitaria cumple la función de promover la lectura de materiales especializados entre aquellos lectores que nutrirán de manera sistemática la tradición de la escritura igualmente especializada” (p. 9). El profesor universitario, sugiere, debe asumir un papel de mediación, no sólo indicar lo que conviene leer, sino conocer y practicar estrategias de lectura. En su opinión, en México la docencia y la investigación son actividades separadas en la mayoría de las universidades públicas y plantea que el profesor tiene una tarea en la promoción de la lectura, favoreciendo que un estudiante se convierta a la larga en un lector profesional.

Hay indicios de que no estamos preparando lectores; si nuestros maestros no escriben y no leen no pueden compartirse con los jóvenes universitarios, por ello son importantes proyectos como el de la Universidad Veracruzana con sus acciones de promoción y al crear la Biblioteca del Universitario, proyecto avalado e impulsado por Sergio Pitol, Premio Cervantes de las letras, quien en la presentación de dicha colección nos habla de la lectura con una incitación: “... leer es uno de los mayores placeres, uno de los grandes dones que nos ha permitido el mundo, no sólo como una distracción, sino también como una permanente construcción y rectificación de nosotros mismos”.

Y si bien hay que reconocer que la lectura no lo es todo para el ser humano, que no nos volverá sabios, que tal vez nada se materialice porque buscamos a través de ella la inmaterialidad, no hay duda de que nos hará personas más tolerantes, respetuosas y comprensivas de los demás.

Volvemos al veracruzano Pitol: “una sociedad que no lee es una sociedad sorda, ciega y muda”. Entonces una sociedad alejada de la lectura y del libro producirá inercia espiritual. Por ello, los programas de fomento a la lectura y la escritura, pero aparejados al desarrollo y evaluación de técnicas y análisis de dichas prácticas, desde las universidades, tienen un acento especial. Los proyectos promotores de la lectura y la escritura de la Universidad Veracruzana son una apuesta a evitar que nos convirtamos en una sociedad miope, en una sociedad muda por la ignorancia: la ideología de la injusticia. Estamos así ante los proyectos universitarios, los autores nos inducen, los actos sucediéndose, los lectores interactuando con los objetos, esos objetos que vamos a intervenir para buscar adaptarlos a los tiempos y con ello tratar de ir un paso adelante al buscar resolver un problema, que aunque supuesto en su inicio, es una respuesta o alternativa de solución ante el avasallante desarrollo que en la industria editorial nos acomete.

LA ACTUALIDAD: LOS RETOS DE LA EDICIÓN DIGITAL

Actualmente nos enfrentamos a lo que Borges ha dado en llamar “las mutaciones de las maneras de leer”, ello sucede porque dice: “el libro no es un ente incomunicado; mejor aún, es una relación, un eje de innumerables relaciones”. Lo apoya Chartier (1994) quien es contundente cuando reflexiona en el uso de los nuevos medios de información que han modificado el poder que el libro ha ejercido a través de la historia:

“...los efectos de una revolución temida por unos, aplaudida por otros, considerada ineluctable o simplemente designada como posible ha trastornado radicalmente las modalidades de producción, transmisión y recepción del texto” (p. 7).

Se plantea así una revolución de los modos de producir editorialmente, viendo como hecho consumado el destino de la existencia electrónica que nos obliga a darle al libro y a la lectura otro tratamiento. Tenemos que reaprehenderlo en pantalla, pues se modifican las estructuras y las formas del soporte. Estamos cambiando los soportes y los objetos se comunican de diferentes modos; es la cultura marcando pautas, transitando y escribiendo su historia.

Todo ello nos lleva a reflexionar que internet, correo electrónico, páginas web e hipertexto, están introduciendo cambios profundos y acelerados en la manera de comunicarnos y de recibir información, y esos instrumentos, como dice Ferreiro, “no son democráticos”. Esas tecnologías exigen capacidades de uso de la lengua escrita más flexibles que las que estábamos acostumbrados a aceptar, entonces, hay nuevos estilos de habla y de escritura que debemos atender y las universidades son actores importantes de esa transformación.

Entonces, si el tránsito del papel a la pantalla es un hecho y hay que proponer nuevos sistemas de interacción con una también nueva sociedad lectora, hay que iniciar por aprehenderla en su dimensión social para entender el avance de esa cultura y así comunicarnos sobre las redes tendidas en ese nuevo sistema de sociedad virtual que nos abordó y transforma casi intempestivamente.

Quedamos situados frente al libro como un objeto de consumo modernizado, acaso suplantando las tradiciones orales, las generaciones de oyentes, la lectura como experiencia colectiva integrada; estamos frente al libro objeto coexistiendo y mutando para adaptarse a nuevas necesidades. Se está de cara a un modelo distinto que ha dado paso a la lectura individual y en silencio, apuntalada por las nuevas tecnologías portadas casi como prótesis que nos acompañan todo el tiempo. Los hábitos lectores también se están modificando y llevan a nuevas formas y soportes que hay que estudiar, comprender y acotar para seguir escribiendo esta historia, la de los lectores del mundo del siglo XXI.

Aterrizar en ese discurso editorial que se transforma día a día es deconstruir para seguir construyendo ante el reconocimiento que las editoriales universitarias buscan volver a la lectura como una moneda de cambio; pero hay que partir de la idea que se lee si eso significa

algo, se lee para normar criterios y se lee al buscar ser. Entonces, hay que dejar de considerar al lector como un receptor pasivo y aceptar que lo visual ha ganado protagonismo, para ello hay que re-conocer y re-organizar el discurso a través de sus particularidades. Abrir las puertas de la sociedad universitaria, esa que queremos intervenir.

El contexto de la edición académica está en crisis y en ella se encuentran las universidades, porque también vivimos la crisis del libro en general. Se dice sobre el futuro del libro y la crisis que han sido provocados por la aparición de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y eso sin duda continuará con la avalancha de las ediciones electrónicas en el mundo. Se reafirma lo anterior cuando vemos cómo los medios digitales han modificado al libro impreso, llevando casi a la extinción aportes editoriales clásicos como la enciclopedia y el diccionario, que desde el siglo XVIII habían subsistido por su valor como objetos y que con la llegada de los medios digitales se han visto alterados no sólo en la forma, sino en los medios de comercialización, disminuyendo a tal grado que han llevado a la quiebra a grandes editoriales que basaban su prestigio en este tipo de objetos que han pasado a formar parte de la historia.

Pese a ello, Nunberg (2008) argumenta en contra de las predicciones sobre la desaparición del libro como objeto físico, cuando refiere la manipulación del libro con el cuerpo, lo que supone una correlación entre el libro y el texto. Habla de una nueva “forma cultural”, cuando se refiere al nuevo libro, el electrónico. La distinción radica en el valor simbólico de las distintas categorías de libros, que articulan sentidos con textos y sobre los cuales se sostienen las culturas.

En el ámbito de la edición universitaria hay que encontrar la forma de que las universidades den salida a los conocimientos que se producen, sin descuidar el valor simbólico que tiene para una cultura el libro impreso. Sin duda las universidades deben proyectar esas nuevas formas de publicación, que incluso redundan en beneficios económicos al reducirse costos de producción, pero nunca a costa del valor y calidad de un producto editorial. Por ello, ante la enorme cantidad de información que sube a la red, es relevante abatir el clásico problema universitario y académico de producción institucional y “productiva” sólo para algunos.

Nos apoya Nunberg (2008): “Evaluar un manuscrito, evaluar un proyecto [...] expandir los criterios de evaluación” (p. 25), ello como una forma de avalar académicamente los contenidos electrónicos que

están amenazando la calidad de las publicaciones en general y que de alguna manera son decisivas en el éxito o fracaso de ese nuevo medio de interacción: el libro electrónico.

En última instancia, hablamos de “libros”, aunque sean en soporte digital, pero también son catalogados en bibliotecas y entonces se trata de que lo que circula en la red debe ser igualmente evaluado, máxime si hablamos de producción académica universitaria que busca comunicar ideas a un pueblo.

Queda manifiesta la pertinencia de recurrir a los medios digitales para resolver algunos obstáculos que existen en los ámbitos académicos, universitarios y de investigación, y aprovechar los medios digitales como sistema de divulgación de los materiales de apoyo para el proceso de enseñanza-aprendizaje. Pero también debe ser atendido el valor de las prácticas culturales y el sistema de valores de una sociedad que no debe ser desatendida en aras de la modernidad, aunque ahora aparezca todo como una encrucijada generacional.

Si hemos de tomar partido, nos preguntamos: ¿el libro electrónico es capaz de favorecer y enriquecer el diálogo necesario en esta nueva faceta de la humanidad? Y concluimos con Chartier (2007), quien ha estudiado a fondo la historia de la lectura y no puede más que inferir una respuesta que compartimos:

No lo sé. Los historiadores son los peores profetas del futuro. Lo único que pueden hacer es recordar que en la historia de larga duración de la cultura escrita cada mutación (la aparición del codex, la invención de la imprenta, las revoluciones de la lectura) produjeron una coexistencia original entre los antiguos objetos y gestos y las nuevas técnicas y prácticas. Los editores se han comprometido con osadía en el uso de las nuevas tecnologías al mismo tiempo que seguían fieles a la publicación de libros que unen obra y objeto (p. 28).

Entonces... los editores desempeñan un papel fundamental en la reorganización de la cultura escrita que imponen las conquistas del mundo digital. Hay que apuntalar esa actividad y una de las primeras acciones es generar propuestas de cambio, y si la modernidad es la consigna, el entender los signos con toda su carga simbólica nos apoyará en buena parte. Vayamos de la historia al significativo apoyados en la teoría.

EL ARGUMENTO DE UN PROYECTO EDITORIAL

Cada revolución tecnológica en los procesos de edición, en los sistemas de difusión de publicaciones y en el reacomodo de la industria editorial a nuevos modelos económicos conlleva diferentes prácticas empresariales y supone a su vez sustanciales modificaciones en los métodos de trabajo (Senz Bueno, 2007). Las editoriales universitarias se insertan en ese macro entorno complejo ya que contribuyen a la difusión y promoción del desarrollo de una universidad.

Desde la editorial se ofrece un lugar donde los investigadores pueden mostrar los resultados de su trabajo, pero también, como lo ha mostrado la historia de la Editorial de la Universidad Veracruzana (UV), sirven como canal para la edición y publicación de autores de relevancia nacional e internacional y sus obras se extienden hacia la narrativa, la poesía y, por supuesto, la historia, el ensayo científico y filosófico, por citar sólo algunos temas.

Nuestra editorial cuenta ya con 60 años de tradición literaria, profesional y constante, además de un prestigio ganado a nivel nacional e internacional que la hace destacada entre las editoriales universitarias. Su comunidad es amplia y diversa, eso genera necesidades específicas: hay que proveer cultura, conocimiento científico, tecnológico y humanista a través de productos que sensibilicen hacia el acto de leer para buscar la reflexión; se deben ofrecer objetos culturales acordes a cada uno de los ámbitos y personas, considerándolos como individuos en formación constante, pero deben ser productos literaria, lingüística y estéticamente cuidados que se brinden a una comunidad que se prepara para participar en su sociedad.

La Dirección Editorial se ubica dentro de la UV como el organismo encargado de dirigir y vigilar el correcto desarrollo del proceso editorial y la publicación del resultado de los trabajos de los investigadores, creadores y docentes de la institución, o personas ajenas a ella, con base en las políticas que al respecto señale el Consejo Editorial de la propia universidad. Se organiza de manera funcional dentro del organigrama de la institución como una dirección dependiente de la Secretaría de la

Rectoría, y se constituye por departamentos que en conjunto realizan las actividades consecuentes con la labor editorial.

EL PROCESO EDITORIAL: LAS VARIABLES

El proceso atraviesa por varias fases que de manera general se pueden enunciar como: de la autoría, de la Dirección Editorial, del Consejo Editorial y de la producción editorial. En esta última fase se ubica el Departamento de Producción, que se organiza de acuerdo con el flujo de trabajo natural para conseguir su fin: la construcción de productos editoriales.

Al profundizar en la fase de producción aparecen elementos que apoyan nuestra premisa. Al intentar desmenuzar el proceso editorial van surgiendo de inmediato una serie de variables dependientes como parte de una amplia estructura. De acuerdo con Davies (2005) aparece el editor como gestor de proyectos; es decir, un individuo que integra todo el sistema de producción y por lo cual debe tener competencias y capacitación específicas para llevar a cabo la toma de decisiones con argumento y perspectiva.

La misma Davies acota que ese personaje de la cadena editorial actúa gestionando la edición hacia un estilo que conformará un sello editorial; y para nuestros efectos posicionamos dicho sello en el contexto de nuestra universidad.

Vamos a desestructurar el proceso para conocerlo en su amplitud y ello nos lleva a entender que el concepto fundamental, la edición, es una triada en donde aparece el texto (como contenido), el libro (como soporte) y la lectura (como la práctica cultural); pero también a asumir que fortalecer la imagen y el prestigio de un sello editorial, es decir, ponderar el estilo, es una de las principales tareas del editor.

Sobre esa estructura se procede hacia el análisis del discurso editorial de nuestra universidad, situándonos bajo el esquema planteado por Anaya Rosique (com. pers.) como “el círculo virtuoso de los procesos editoriales”; es decir, el flujo de la investigación nos llevará primero hacia nuestra audiencia o comunidad para buscar ofertar un producto generado por una demanda entonces conocida, y luego buscar que ese ciclo gire siempre en sentido circular: buscar para ofrecer productos que satisfacen necesidades.

Se admite entonces al editor dentro de ese círculo como un gestor, tal como Davies (2005) anota:

El editor gestiona: la generación, evaluación y selección de obras, [...] la revisión de sus partes y la minuciosa lectura de los textos, [...] la conversión del manuscrito en un original de imprenta y el ulterior lanzamiento con el aspecto adecuado, a través de los medios óptimos y con la promoción idónea (p. xiii).

Reconocidas las variables básicas que nos permiten relacionar los conceptos centrales, en el proceso de enmarcar teóricamente este proyecto van apareciendo ideas integradoras del proceso que son elegidas por sobre aquellas definiciones que fragmentan el ciclo editorial. Se adoptan conceptos que aun apareciendo como razones subjetivas nos permitan mover emociones, pues se busca introducir nuestra propuesta con una argumentación que, de acuerdo con los elementos de la tradición persuasiva retórica analizados por Esqueda (2009), se procura sólida y profesionalizante (el *logos*), a fuerza de atender necesidades y despertar emociones (apelando al *pathos*), y buscar la manifestación de ese sentido de pertenencia universitario configurado por la casa editorial veracruzana y sus colecciones (el *ethos*). Por ejemplo, la marca o sello editorial es asumida como una contraseña, atendiendo a Herralde (2000):

Mi creencia, quizá ilusa, es que, incluso en una época tan acelerada como la actual, sigue siendo importante el largo aliento, la *longue durée* en la creación, eficacia e influencia de una marca. Para crear una marca editorial —y que se convierta en una contraseña— es imprescindible la persistencia y la coherencia para fijarla en el imaginario colectivo. Ahondar en un surco hondo y ancho, sin dispersiones ni despistes. Una imagen nítida, a la vez previsible y sorprendente. La creación de un ‘aura’ que ‘proteja’ a escritores desconocidos, que inspire credibilidad (p. 12).

En proposiciones como la anterior se encuentran involucrados en el estilo al tema, al autor y a la editorial misma; ese tipo de concepciones con todas sus subjetividades nos llevan a aprehender una serie de fenómenos que comparten características y en ese acto buscamos enmarcar teóricamente nuestro objeto de estudio: el estilo editorial, pero para ello se debe iniciar por comprender el lugar que habita ese estilo que más adelante abordaremos como sujeto de este proyecto de intervención de dos colecciones universitarias. Iniciamos la búsqueda del sustento hacia el trabajo de campo y para ello hemos de reconocer nuestra comunidad universitaria.

LA COMUNIDAD / LA INSTITUCIÓN

Una comunidad es dinámica y heterogénea, está conformada por diversos grupos de individuos que actúan y se interceptan interiorizando de distintos modos los procesos sociales objetivos que en su entorno ocurren. A través de la sociología es posible reconocer que los significados que se dan a los procesos y a los objetos culturales son dependientes directos de los particulares modos de hacer que tienen los individuos para encontrar un sentido de “sí mismos” y al mismo tiempo para buscar el “ser colectivo”, todo ello como un medio para formar y ser parte de una comunidad. Estudiar la conformación de la cultura de cualquier comunidad remite principal y fundamentalmente al contexto y a las circunstancias en que se desarrolla un grupo humano de manera cotidiana, por ello ha tomado relevancia el análisis de las prácticas sociales como eje hacia el análisis de las sociedades (Harvey, 1989). El propio Harvey resume la anterior idea al definir la cultura como “un complejo sistema de signos y significados (incluyendo el lenguaje) que se transforma en códigos de transmisión de los valores y significados sociales” (p. 299).

Al buscar los fundamentos del conocimiento en la vida cotidiana y la institucionalización en sus vinculaciones con la existencia humana, aparece la sociología, como pauta de organización simbólica se ubica junto a las ciencias que tratan del hombre, constituyéndose en una disciplina que debe desenvolverse en diálogo con la historia y la filosofía. Su objeto es la sociedad como parte del mundo, hecho por hombres, habitado por hombres y que, a su vez, forma hombres en un proceso histórico continuo (Berger y Luckmann, 1988).

Desde esa visión se apela a la sociología, tratando de inmiscuirla en los procesos editoriales y encontrar las herramientas que ofrece para entender el proceso editorial, las prácticas y el comportamiento de los propios editores. Se parte de mirar a la sociedad como una realidad subjetiva para aprehender la sociología del conocimiento, apoyados en la idea de que la “realidad” es una construcción social. Los propios Berger y Luckmann afirman que todo el conocimiento, y sobre todo el sentido común, son creados por la interacción social que reafirma opiniones y refuerza la percepción de una realidad basada en ese sentido común, caracterizando a grupos humanos y dando significado a instituciones sociales que arman una escena de realidad objetivada, pero con una subjetividad profunda y arraigada.

Hay que entender que construir la realidad requiere interacción social y lenguaje y ese constructo es inventado por los miembros de una sociedad particular o institución; además, es subjetivo, pues existe porque así lo creemos, aunque objetivamente no esté. Se encuentran así elementos de la sociología que pueden llevarnos a comprender las funciones y acciones de los diferentes agentes editoriales en el marco de un contexto creado y moldeado: las editoriales universitarias.

Por ejemplo, Goffman (1989) muestra a los agentes en acción cuando asume una perspectiva sociológica para estudiar esa vida social organizada dentro de los límites físicos de un “establecimiento”, dice él, que nosotros interpretaremos aquí como una universidad. Al mostrar a la persona en la vida cotidiana nos permite reflexionar acerca de la manera en que un individuo se presenta, en su actividad, con otros, guiando con su manera de ser la impresión que otros han de formarse sobre él. En esa presentación entran en juego actitudes, creencias y emociones, al desempeñar papeles o, lo que Goffman denomina “roles de la vida real”. Entendemos que los individuos se agrupan entonces de acuerdo con roles que se representan, forman equipos que el propio Goffman enuncia como “conjunto de individuos que cooperan para representar una rutina determinada”, y esos equipos se manifiestan en acuerdos mutuos, actuando sobre un marco de referencia básico que es particular.

Se ubica así a las instituciones como un cúmulo de actitudes y papeles representados, donde tal parece es necesario siempre seguir el guión, pero en esta investigación nos hemos planteado siempre dudar de lo que vemos y entonces en retrospectiva observar e introducirse en las historias cotidianas para hallar otros elementos que ayuden a elaborar un guión diferente, uno basado no en el sentido común ni en lo aparente, sino en las coincidencias que lleven a nuevos descubrimientos, incluso a dimitir sobre normas institucionales establecidas y guíe nuestro discurso desde la construcción de productos editoriales universitarios como parte del reconocimiento de un estilo editorial.

Lo anterior justifica el proyecto de rediseño de colecciones, aunque promueve una búsqueda mucho más profunda que la idea original basada en el simple ejercicio de construcción de productos: el análisis del discurso emanado de la editorial universitaria veracruzana. Vemos la necesidad de iniciar la praxis, pero con un enfoque que nos lleve además a aprehender el concepto bourdiano de *internalización*, factor clave que muestra que la noción de realidad en la vida cotidiana es

subjetiva ya que se interpretan hechos objetivos como significados y las subjetividades de otros son aprehendidas y les dan significados. Así, debemos estar atentos al hecho de que el significado no es personal ni creación autónoma, el individuo asume el mundo de otros, mediante una identificación, al buscar ser miembro de una sociedad. Cohen (1984) argumenta esa búsqueda de pertenecer como “un proceso de reivindicación de la distintividad, lo cual es precisamente la razón de ser de la comunidad”.

Por ello ahondamos en el concepto de sociología del conocimiento, ya que aporta una perspectiva más amplia sobre muchas áreas aplicables a los problemas de la sociología del lenguaje. Aparece la figura de rol del conocimiento en la dialéctica entre individuo y sociedad, entre identidad personal y estructura social, y nos proporciona una perspectiva complementaria que analizada e integrada al discurso de la editorial universitaria en estudio nos lleva a la comprensión del hecho social; a través de la colecta de datos y su posterior análisis buscamos “entender la realidad humana como una realidad construida socialmente” (Berger y Luckmann, 1988).

Con Berger y Luckmann entendemos las instituciones como un mundo de base conteniendo submundos con diferentes grados de complejidad; entra en juego la adquisición de roles que estructuran comportamientos dentro de campos semánticos y legitimen acciones a través de rituales; aparece el lenguaje especializado, el sistema de normas; la distribución social del conocimiento y la división social del trabajo dada por las instituciones educativas que modelan y son el paradigma de la socialización secundaria, esa que ya no termina, pues continúa siempre transformando la realidad subjetiva.

Hay que dialogar, conversar; surge el lenguaje como herramienta y soporte de un ser social en un entorno institucional. Ese diálogo es el que se ha de realizar para reconocer e interpretar el discurso editorial de la UV y luego buscar socializar el conocimiento. Consideramos entonces los simbolismos de una existencia y ampliamos más nuestro marco conceptual con Bourdieu (1999): “el editor aparece como el personaje a quien se le ha cedido el poder de hacer posible acceder a un texto y a su autor a la existencia pública” (p. 223). Y la edición es mirada así como “una suerte de transferencia de capital simbólico”.

Para repensar lo anterior hay que introducirse en todo el dispositivo institucional que Bourdieu (1999) muestra necesario para aprehender las relaciones objetivas entre los diferentes agentes que contribuyen

a las decisiones de publicar: “entrometerse en las interacciones de las cuales cada microcosmos editorial es el lugar, y están determinadas por la estructura del campo editorial en su conjunto, como determinante a su vez del tamaño y estructura de las unidades responsables y participantes en la toma de decisiones” (p. 224).

Atendiendo a lo anterior situamos como otro punto de encuentro que cada casa editorial ocupa, en un momento dado, una posición en ese campo editorial y esa estructura es la que orienta a su vez la toma de decisiones de sus responsables y al mismo tiempo genera estrategias en materia de publicación. Esas consideraciones nos llevarán a percibir lo que Bourdieu apunta: “es la verdadera utilidad del capital social y el capital simbólico, a través del cual la editorial puede ejercer su imperio sobre las academias...” (p. 227).

Para construir una vía que lleve a transitar hacia el reconocimiento de una sociedad y sus prácticas culturales es importante plantearse conocer las particularidades como parte de un todo, amplio y complejo y por ello necesario desmenuzar un proceso a través del trabajo de campo; la sociología de la comunicación también abona al entendimiento de esos fenómenos sociales y las teorías del conocimiento aparecen como estrategias. Si bien en la investigación se pueden emplear dos ejes de búsqueda del conocimiento: desde la ciencia objetiva o desde la subjetividad, ya reconocemos que la comunicación mediada nunca será asumida como verdad sino como vía hacia un hecho dinámico, reflexivo y constructor de realidades propias, subjetivas, no universales.

En la puesta en acción de un evento editorial como el que hemos proyectado a través del relanzamiento de las colecciones que han hecho historia en la Universidad Veracruzana, las particularidades o simbolismos de una comunidad sentarán las bases de la construcción y esas mismas particularidades se espera sean reflejadas en el acto de comunicación; pero estamos trabajando con subjetividades y la tarea es compleja.

Si se ha dicho que el contexto en donde se desarrolla nuestro proyecto editorial determina el proceso comunicativo, atendamos los elementos básicos de ese proceso de comunicación: emisor, mensaje y receptor.

Todo acto comunicativo es un objeto de intercambio entre dos instancias, una de enunciación y otra de recepción, cuyo sentido depende de la relación de intencionalidad que se instaura entre ellas: la instancia de enunciación, la instancia de recepción y el texto como producto terminado (Charaudeau, 2003:22).

Para evaluar la comunicación mediada a través de nuestros objetos editoriales tenemos que reconocer esos polos de comunicación que intervienen en la construcción del mensaje.

Dice Andión (com. pers.) que se debe recorrer el concepto de la recepción desde el polo anterior al enunciado, anterior al lenguaje. Entender las posibilidades de comprensión del sujeto-receptor para evaluar el acto comunicativo, pero al mismo tiempo atender el discurso persuasivo como una preocupación por la respuesta y como una dimensión con acondicionamiento político del lenguaje, como una relación de persuasión, de discusión, de convencimiento. Importa después saber cómo responde el interlocutor y reaccionar en consenso. Abordamos así los polos de la comunicación como un hecho político de construcción del mensaje, pero entendemos que toda interlocución se hace desde el código cultural que se posee.

A través de esas figuras es que se sustenta nuestra premisa inicial y se entiende que la edición universitaria de la UV requiere del análisis de su discurso para reconocer sus tendencias y particularidades como una línea o estilo a seguir al momento de la construcción de productos. Reconocemos asimismo que en la edición adaptarse a las condiciones actuales del mercado es igual de importante que visualizar tendencias del futuro, y en esta parte de la gestión se habrá de considerar el producto editorial como emisor de contenidos necesarios, y si bien adaptados al uso de las convenciones las características de los contenidos estarán dictadas por los lectores-consumidores a los que vamos a dirigir este proyecto. No descuidar que los productos editoriales en el mercado tienen sus particularidades y cumplen necesidades específicas. Esas son nuestras objetividades, pero hay que seguir introduciéndose teóricamente en las subjetividades de esos supuestos para escudriñar el ciclo editorial (procesos-sujetos) con toda su carga semántica y simbólica.

Sobre esas bases teóricas reconocemos la labor editorial universitaria como una forma de *hacer* y como un medio de *ser*, y eso es lo que conforma el discurso que pasamos a enmarcar teóricamente para entender.

EL DISCURSO EDITORIAL

Ubicar el ciclo editorial dentro de una comunidad ya reconocida nos deja ver que la historia de una universidad no es sólo quiénes son sus personas, sino el papel que esos actores representan en el sistema editorial en que se desarrollan, ello nos obliga a ir más allá y buscar entender

la forma en que se generan los discursos con los que se comunica una comunidad. Nuevamente el proceso de desestructuración del circuito editorial nos llevará a visualizar la estructura de ese discurso que buscamos analizar, o al menos reconocer, para entonces producir. Avancemos ahora para ser conscientes de los pasos que debemos dar hacia nuestro objetivo.

Las tres condiciones que la retórica plantea debe reunir un elemento discursivo: *logos*, *pathos* y *ethos*, son los principales elementos de la argumentación desde la Grecia antigua. En este proyecto de intervención buscamos apelar a principios o a proposiciones sobre relaciones causa-efecto que se potencien y validen para encontrar la respuesta afectiva de una audiencia y eso debe ser reflejado en el tono del discurso con el cual pretendemos llevar nuestro mensaje, es decir, a través del rediseño de dos colecciones.

Definido ese objetivo es relevante clarificar las motivaciones de analizar un discurso que se pretende sea *de y para* los integrantes de una cadena productiva; la definición de un estilo con argumento en el nivel de profesionalización de los agentes involucrados, con atributos tales que sean reconocidos como propios y necesarios, es decir, *de y para ellos*, además de generar productos que muestren la postura del editor con la institución, determinada también por la sensibilidad y el gusto estético de los usuarios.

En primer lugar buscamos comprender el pensamiento del auditorio a intervenir, para ello vamos hacia la argumentación a través de Ozuna (2011:56-84), quien analiza la relación entre los conceptos: invención, tópico y discurso, como la triada necesaria en ese análisis. Nos recuerda que la práctica retórica se despliega en cinco operaciones mayores: *inventio*, *dispositio*, *elocutio* y *actio*, precedidas por la *intellectio*.

Después de intelegir una situación particular, la *inventio* funciona como una operación “extractiva” del asunto a tratar, se busca cómo tratarlo y las maneras en que éste ha sido tratado; es decir, se buscan argumentos. Entendemos que elaborar un discurso es extraer de los lugares en que se han depositado experiencias significativas para procesar un producto que responda a cierto problema. Dice Ozuna “se trata de una noción extractiva más que creativa”.

Aparecen entonces los lugares comunes (tópicos), no como casilleros de formas vacías, sino como reserva de formas llenas, pues esos lugares o acciones funcionan como anclajes simbólicos. Se acude a la observación de prácticas cotidianas para indagar los lugares en los que en nues-

tro entorno de estudio residen esas formas llenas. Desde el momento en que se decide el tema se inició ese proceso. Ozuna nos apoya: “los tópicos son generadores, matriz nutricia; acudir a ellos, concientizar su valor de permanencia y estabilidad, su capacidad de mediar y hacer familiar lo que no lo es, nos revela sus posibilidades como mecanismos de conocimiento y aprendizaje”.

La producción editorial, al ser un proceso y no fin en sí mismo, supone la búsqueda y construcción de algo que no se conoce pero que existe; como su finalidad no comprende soluciones verdaderas su resultado se mueve en el ámbito de las posibilidades. Las “realidades” son establecidas por los miembros de la comunidad editorial de estudio y buscamos su entendimiento basado en consensos sociales y que las acciones desarrolladas sean motivadas por un acuerdo que garantice un fin común. Aunque se parte de supuestos se reconoce que las motivaciones, aunque particulares, pueden tener un punto en común: satisfacer algo que falta. Hacia esa satisfacción se dirigen los ejercicios de este proyecto editorial.

Si se buscan argumentos para generar estrategias que lleven a persuadir a nuestro auditorio acerca de la necesidad y pertinencia del proyecto editorial planteado, estaremos haciendo uso de la retórica y para ello nos apoya Gutiérrez (2011:16-35), quien la define como un estudio con fines prácticos: “la creación de una *techné* que permita tomar decisiones para resolver casos particulares de comunicación con fines persuasivos [...] considerando que las realidades al ser relativas y particulares permitirán más de una solución para resolver un caso de comunicación”. Advierte Gutiérrez que en ese camino de buscar pruebas persuasivas, durante la etapa de la invención, se hallarán toda clase de argumentos posibles de utilizarse, pero sólo un razonamiento atinado nos ayudará a decidir cuáles son más provechosos en cada caso. Confronta: “... hay además que conjugar el corazón con la razón, decir lo pertinente, en el lugar preciso, al justo auditorio para moverlo a decidir una acción”.

Con lo anterior entendemos que todo discurso editorial tiene que ser moldeado a partir de las características que presente un auditorio determinado y las pruebas que se inventen o se presenten han de ser relevantes para él. El análisis del discurso a través de la confección de productos editoriales será convincente sólo si demuestra manejar claramente los factores necesarios para lograr la persuasión y mover a la acción.

Luego, si buscamos la organización de un discurso seguiremos en la retórica. Tapia (2007) teoriza sobre el concepto de la *dispositio* argumentando y recordándonos que “las cosas están organizadas desde lugares de pensamiento, territorios construidos por hombres concretos en circunstancias concretas y cuyos efectos son persuasivos, pues incluyen la intención de moldear los juicios de otros”. Así, la gestión de los productos editoriales brinda la posibilidad de innovar al reorganizar estructuras con argumento retórico. Tapia estudia el concepto y nos lleva a entender que el orden de las partes condiciona la acción, así revitaliza ese concepto.

Lo apoya Gutiérrez (2011): “una vez que se han encontrado pruebas suficientes para emitir un mensaje, tenemos que ordenar los argumentos en un sistema de signos visuales” (p. 24). Entonces la *dispositio* es aprehendida como una herramienta retórica para llevar los argumentos a una serie de unidades organizadas, donde siempre es necesario comprender “la cosa” que se ve para darle sentido, es decir, ordenarla mediante un proceso cognitivo y creativo que implica planeación y espacialidad (Ozuna, com. pers.).

Atendiendo a lo que se ha teorizado sobre esta etapa de construcción de argumentos a través de la retórica estamos en condiciones de entender que la organización de un producto editorial postula una estructura definida por un carácter social; pero los fines de un discurso y la disposición son además construcciones resultado de reflexiones teóricas inter y transdisciplinarias, siendo el contexto en que se inserta un producto uno de los principales factores que determinan la estructura que organiza los discursos textuales y visuales en la página o en el espacio virtual; así, la *dispositio* reflexiona acerca de sus temporalidades y dicta que esas son experienciales; la decisión del orden depende de la reflexión acerca de las necesidades del consumidor de un producto.

Es el escenario y sus actores quienes con una necesidad detectada deben marcar la pauta en la construcción organizada de un discurso con el cual se buscará persuadir o bien comunicarse, siendo determinante la organización para promover emociones y generar acciones.

Llegado a este punto se está de frente a una más de las etapas retóricas: la *elocutio*, casi como epílogo al proceso formal de construcción de discursos. Dice Barthes (2009): “Una vez encontrados los argumentos y situados en grandes masas en las distintas partes del discurso, resta formularlos en palabras [u objetos]; tal es la función de esta parte

de la *techné* retórica llamada elocutio, a la que, abusivamente, hay la costumbre de reducir a la retórica” (p. 200).

Aunque la *elocutio* ha sido parte de la retórica antigua ha evolucionado y se le ha denominado también estilo (Corbett, 1965) que es un concepto útil para nuestras funciones, como hecho que se manifiesta a través de varios aspectos que convergen a través de las llamadas figuras retóricas y del estilo. Se entiende así que buscar un estilo es reflexionar sobre un objeto. Esa es precisamente la ruta retórica adaptada al diseño y seguida en la consecución de los fines de este programa ante el auditorio de la UV; la retórica antigua actuando en pleno siglo XXI.

Entendemos con la retórica que desde el punto de vista gráfico, usar la *elocutio* es llevar la metáfora a ser visible en la página, incluyendo el uso del sustrato: la metaforización llevada a lo táctil, a lo sensorial. Desde Aristóteles y Cicerón se ha debatido si las figuras retóricas nos acercan a los conceptos emocionalmente, posicionando a la *elocutio* como el arte de hacer que las palabras (discursos) nos lleguen con emoción, dadas sus cualidades. Incluso se afirma que la tipografía cambia las emociones que se perciben y eso queda claro en la práctica del diseño editorial.

Es entonces que aparecen de manera analógica las tipografías como esa voz o herramienta para proponer un discurso y el diseño editorial entra en el juego retórico, se proponen formas y se buscan funciones. Así, una obra literaria propondrá su discurso a cada lector y esa comunicación será única, determinada y especial porque hay una vinculación del sentido con la intención; elaborar un discurso de manera elocutiva es darle intencionalidad al lenguaje.

El texto es ahora un objeto y la lectura ya no es una operación puramente lingüística. El que se acerca a un texto puede ser impresionado no sólo por el orden de las palabras, sino por el formato y el color de los caracteres, el granulado del papel, la paginación, etc. Aparecen los fenómenos metagráficos que proceden del azar de las grafías, con ellos se puede ir al *actio* (Grupo μ , 1982). Esa puesta en escena nuevamente dictada por la retórica desde la Grecia clásica nos permitirá diseñar de manera elocuente para persuadir.

Y así en la edición, el principal acto comunicativo, el que *da lugar a* y el que finalmente *es percibido como*, es la escritura, ese evento que Harris (1995) modula como integracional, porque integra el aquí y el ahora, a alguien, tiene aspecto y es sujeto de una circunstancia y al ser parte de un producto editorial se presenta con varios niveles semánticos que se manejan en temporalidades en la lectura, provistas por ejemplo por el

tono de la letra, el aparato crítico empleado y la imagen que le circunscribe, ahí interviene el diseño tipográfico como aspecto inherente a los símbolos de un objeto. Así, la combinación entre notación y escritura da como resultado sistemas de escritura complementarios, ya que todo lenguaje se complementa: escritura + oralidad (+ diseño).

También Catach (1998) analiza el plano de los contenidos y el de la expresión como elementos que ayudan al mensaje y son componentes de un sistema de escritura. Con ella vamos a reconocer también la letra, en su contexto, como determinante, y aparece la zona visual, transformando la oralidad, casi corporizándola en los títulos, que es lo más móvil y cambiante de un texto y que se observa al hacer uso del espacio, del color, del tamaño, del tipo de letra y otros recursos gráficos que se manifiestan y son analizados como proveedores de simbolismos, elementos constitutivos de una zona visuográfica (Cárdenas, 2001).

Y podemos ir más allá si entramos en el terreno de las redes sociales que emplean la llamada tipografía cinética, porque está en movimiento y tiene nuevos niveles y formas conceptuales que visualmente transmiten mensajes con amplias posibilidades semánticas. Esa nueva tipografía es transitoria y puede modularse e ir en ambos sentidos, entre lo textual y lo visual, o ser secuencial, desplazarse y superponerse hasta derivar en la tipografía animada, que con un patrón de movimiento y canales acústicos evoluciona construyendo subjetividades y otorgando identidad en las redes. Por su complejidad, las posibilidades actuales en el diseño nos impelen a organizarnos textual y visualmente para producir discursos con sentido y emplear la firma o sello editorial con toda la carga que pueda adquirir en las redes y que la mantengan altamente contextualizada, incluso atrevernos a considerar el uso de nuevos signos semióticos, como los denominados operadores pasionales gramaticalizados (emoticones).

Si estamos ahora también de frente a la página o área visual (pantalla) como unidad de comunicación subjetiva, hacer uso de las reglas de composición tipográfica y diseñística nos llevará a un discurso textual y visual que permita la interacción y, finalmente, si al objeto editorial construido bajo un esquema retórico nos referimos, promover el acto lector y persuadir con su estilo. Siguiendo con el tono de este documento tratamos ahora de exponer las concepciones acerca del estilo que mueven el mundo editorial y que serán el sustento de este proyecto, si vamos a formular un discurso hacia una comunidad dada: rediseñar dos colecciones universitarias.

EL ESTILO EDITORIAL

Se inicia tratando las nociones que pudieran considerarse acaso tradicionales, pero que muestran la esencia y vigencia del canon editorial en la edición de textos y con ellas se deriva el concepto de estilo por asumir hacia el diseño a realizar. Si bien con Senz Bueno (2005) ya se maneja el estilo editorial como parte del control de calidad, hay ideas que han ido más allá de la fase de producción, inmiscuyendo al estilo en todo el amplio ciclo editorial, involucrando a todos sus agentes y a todos sus procesos; sin embargo, todas coinciden en resumir el encuentro con el estilo en cuatro palabras clave que concentran la esencia de un texto que va a publicarse: estilo, eficacia, excelencia y prestigio.

La escuela española ha confrontado las formas canónicas como parte esencial del proceso editorial y como elementos que conforman el estilo editorial, argumentando: "...el conocimiento, dominio y aplicación de los criterios inmanentes al canon editorial es una de las pocas garantías de supervivencia de la figura del editor" (Senz Bueno, 2007:44). Al analizar el origen y la función del canon como fundamento de los modos de comunicación de la lengua escrita ya aparece la "figura poliédrica del editor" que desde los tiempos antiguos ha formado parte del proceso de construcción de textos. Senz Bueno muestra que desde los orígenes de la edición se apoya la construcción de modos eficientes de producción: "el editor ha ido descubriendo y perfeccionando una fórmula magistral que, combinando ingredientes, técnicas, métodos y protocolos específicos le han permitido elaborar productos particularmente apetecibles y satisfactorios con la mayor eficacia posible..." (p. 45).

Cuando analiza la vigencia de ese canon, Senz Bueno refiere el código tipográfico "como el conjunto de reglas de composición y disposición tipográficas de los elementos de un texto" (p. 46) y con ello apoya en buena parte las premisas que sustentan este proyecto de intervención; además, salta de la percepción que adjetiva al canon como conservador y tradicionalista y abunda sobre la construcción de un estilo: "...los conocimientos y habilidades que conforman el canon editorial están matizados por los gustos de cada productor de impresos y obedecen a la fluctuación de corrientes y modas estilísticas" (p. 46), llevándonos con ello a terrenos del estilo más amplios, a la edición como una práctica social, involucrando incluso a la idiosincrasia en ese proceso cultural.

Vemos así que el canon editorial como camino hacia un estilo no sólo es un modo de construir ediciones, sino es todo un bagaje de pro-

cedimientos y técnicas que con el desarrollo de la tecnología e industria editorial, dice Senz Bueno, "...se han revelado especialmente útiles para lubricar el engranaje de la fabricación de impresos y para mejorar la calidad y el rendimiento productivo". Resume el concepto de estilo:

...es la manera peculiar de una editorial de dar forma tipográfica al texto de un autor, que está determinado por [...] su conocimiento de las formas canónicas de escritura, composición y compaginación tipográficas y de los sistemas de producción y reproducción gráfica; por su capacidad de interpretar un texto, realizando la síntesis de aquellos parámetros comunicativos (mensaje, tema, estructura y función del texto, destinatarios...) que exigirán reinterpretación; y por factores contextuales, como el momento cultural y tecnológico en el que escribe (Senz Bueno, 2006:91).

Con esa definición conceptual revitaliza el concepto de canon editorial como vía hacia el estilo, echando por tierra el carácter variable y efímero que se le ha dado en tiempos recientes a un concepto ya añejo pero no por ello menos enriquecido.

Pero si bien el concepto de estilo editorial se ha ampliado buscando nuevas vías, haciendo confluír una serie de elementos que hacen del concepto una unidad formal abarcante del campo editorial, que vincula todos y cada uno de los elementos que conforman ese amplio ámbito de acción, en la UV aparece acaso como indefinido y por ello buscamos con nuestra intervención su análisis social, simbólico y formal, para en lugar de condicionar acciones, delinearlas, siempre bajo la figura gestora de uno de sus principales actores: el editor, como agente de cambio y figura relevante de un entramado de acciones-efectos propios del discurso editorial.

Granados (2006) en sus "Lecciones de estilo (editorial)" es contundente en sus reflexiones y nos lleva a fortalecer ese concepto y más que enmarcarlo [teóricamente], abrirle las puertas a la subjetividad propia de un proceso cultural que se desarrolla en un entorno condicionado por las formas de ser de cada comunidad. Con Granados vamos a ensanchar la noción de estilo, nutriéndola con distintos elementos del ciclo editorial, reformulándola en sus posibilidades y fortaleciéndola con todos sus actores. Este editor mexicano muestra cómo el estilo va más allá que las simples definiciones que se dan, por ejemplo en un libro de estilo; anota: "...es un instructivo y una declaración de principios, una toma de postura [...] una definición de identidad" (p. 36).

Para dejar clara la actual postura que editoriales y editores manejan, Granados abunda en ese estilo que Cebrián (1996) maneja desde el *Libro de estilo de El País*: "... es un código interno [...] un modo de dar personalidad a un texto y facilitar la tarea al lector". Además analiza lo que Strunke y White (2000) en *Los elementos del estilo* enuncian sobre ese concepto, concibiéndolo como "...lo que se distingue en y lo que distingue a"; es decir, subjetivamente es algo que enaltece a un texto, que le da nobleza y que objetivamente también debe ser percibido porque en primera instancia aspira a la notoriedad, pues como bien anotan: "... adquiere su forma final más de las actitudes de la mente que de los principios de la composición [...] será determinado por lo que eres, más que por lo que sabes", tal cual lo dicta el aforismo de Schopenhauer: "El estilo es la fisonomía de la mente".

Granados aparece apabullante en el medio editorial al llevar esas concepciones al terreno de la praxis y menciona tres puntos medulares en donde puede fijarse un análisis de lo que por estilo editorial podríamos asumir. En su primer ensanche, anota: "el estilo ha de aspirar a la notoriedad. [...] El estilo editorial será entonces parte del rostro visible de un catálogo, una parte que gesticula y dice a los lectores: 'todas estas obras responden a un plan, a una concepción del mundo', y lo dice mediante el diseño congruente de las portadas, mediante un espíritu común en los títulos, mediante los materiales comerciales" (p. 40).

En una segunda parte que conlleva a la ampliación nos propone: "el estilo editorial debería aspirar a poseer individualidad de expresión gracias a la cual reconocemos a un editor"; y hace aparecer a uno de los actores subrepticios del ciclo editorial: el marketing, para hacer coincidir lo que sarcásticamente denomina "la voraz practicidad del mercadólogo y el mundo espiritual en que se desenvuelve la cultura [útil] para detectar las necesidades e imaginar sus soluciones" (pp. 41-42). Propone reconocer el llamado nicho de mercado pero más que como un acotamiento, como una estrategia de supervivencia para hacer surgir las marcas que desde el nacimiento del libro han venido aparejadas a los objetos como símbolos de calidad. Y amplía asimismo ese concepto de marca al no limitarla al sello editorial, reivindicando al marketing "como herramienta para definir la personalidad del editor, es decir su estilo" (p. 43).

Y sigue en el ensanchamiento: "La dinámica con que se trabaja esa huerta propia exige una gran atención a lo que nuestros lectores disfrutan y necesitan, pues la sintonía entre lo que la entidad editorial publica y lo que su lector requiere es una condición *sine qua non* para su trascendencia,

tanto por lo que toca a la continuidad como por el impacto que logre en el largo plazo” (p. 43). Con ello nos advierte que las propuestas deben ser congruentes en su globalidad, editar lo necesario para una comunidad, emplear las técnicas propias de un entorno y acorde con las costumbres y medios de producción actuales; el sello actuando como punto de partida y meta: “...es el recipiente al que queremos llenar de significados” (p. 44).

Si en este documento ubicamos el estilo como punto de encuentro hacia la construcción o diseño de colecciones, con Granados hallamos el mejor momento y visitamos a Bringham para reconocer en *Los elementos del estilo tipográfico* a ese estilo tan buscado al que encontramos en plena libertad, en sus características citas: “El estilo tipográfico es el poder de moverse libremente a través de todo el dominio de la tipografía y funcionar en cada paso de una forma que sea vital y llena de gracia [...] responder a nuevas condiciones con soluciones innovadoras” (pp. 45-46). Y en esta última etapa del ensanchamiento propuesto al concepto de estilo la historia del arte aparece distinguiendo rasgos y características estilísticas. El estilo como una ventana para reconocer elementos, cualidades y expresiones que llevan a identificar proyectos; aparecen las colecciones, los autores, los actos comunicativos para, dice Granados, “redondear nuestra renovada definición de estilo editorial, atribuyéndole las cualidades de un sistema, es decir, de un todo organizado, cuyos elementos actúan ordenadamente y producen algo más que la mera suma de las partes”.

Con sus tres propuestas de ensanchamiento nos deja Granados en otros terrenos para observar el ahora ampliado concepto de estilo en la transdisciplina. Vemos que se cierra el ciclo y regresamos a la sociología con el concepto de Bourdieu (1999): “El estilo de una editorial, resulta del *habitus* del editor y de las coacciones inscritas en la posición de su editorial, que se revela en su catálogo, reconstruyendo: la fórmula generadora de sus elecciones” (pp. 246-248), y con ello estamos en posibilidades de reconocer que el estilo editorial en el ámbito académico es muy amplio y hay que concebir en él las normas que conformen ese estilo.

Han aparecido nuevos tópicos para nuestra argumentación y se reconoce que la institución, el autor, el editor, el corrector de estilo, el corrector de pruebas, el librero, el distribuidor y el lector; así como la edición, la corrección, el diseño, la formación, el marketing..., son eslabones de una sólida cadena sobre la que intelegir como lugares de pensamiento para buscar respuestas particulares que lleven al análisis y la construcción del discurso universitario veracruzano.

Con una frase tomada de Granados (2006) se resume este apartado y se da paso a la fundamentación teórica sobre el acto del diseño: “El estilo es el hombre... la editorial misma” (p. 47).

LA SEMIÓTICA DEL OBJETO: HACIA EL DISEÑO

Si se trata de organizar un proceso editorial, además de conocer su historia y la forma en que se construyen discursos buscando un estilo, hacer uso de las herramientas semióticas lleva a entender cómo el ser humano construye significados y con ello se incursiona en el análisis simbólico del contexto editorial universitario. Analizar todo aquello que sea signifiante y simbólicamente debe ser considerado como medular en la propuesta de construcción textual y visual de nuestras colecciones universitarias veracruzanas, es el caso que nos ocupa.

Vamos ahora hacia la semiótica del objeto editorial para estar en capacidad de proponer las estructuras formales que deben comunicarse y ser la línea de diseño de la producción editorial que intervenimos. Se inicia con la semiología como la ciencia de los signos y la semiótica postulada por Saussure como la disciplina semiológica que estudia de qué manera los hombres dan sentido a las cosas (Barthes, 1966).

Dada la complejidad del sistema editorial universitario que es estudiado, con Barthes se construyen argumentos apoyados en la naturaleza del concepto significado, referido a un sistema aditivo de signos, símbolos y significantes, abarcante e indisociable. El signifiante entendido como mediador donde la materia (sonidos, objetos, imágenes) es necesaria y el significado detrás del signifiante ya que no puede ser alcanzado sino a través de él.

Nos apoyamos en los conceptos de Barthes (2009). La imagen es analizada como un sistema comunicante que construye signos con los cuales la sociedad interactúa al hacerlos funcionar como objetos de uso. La función-signo tiene un valor antropológico porque es la unidad misma donde se anudan las relaciones de la técnica y del signifiante (p. 55).

Nos dice Barthes (1966) que en el objeto el sentido de la palabra “significar” no se debe confundir con “comunicar”; es decir, los objetos no sólo transmiten informaciones, sino también sistemas estructurados de signos, eso es perceptible en el diseño de objetos comunicativos. Nuestro libro universitario aparece, el objeto es concebido, de acuerdo con Barthes, con una finalidad de uso, con una función que se convierte en signo –definido por su simbolismo–. Si los significantes del objeto son

colores, formas, atributos, accesorios, entonces el objeto sirve al hombre para actuar sobre el mundo y modificarlo, es un mediador entre la acción y el hombre. Así buscamos nuestro objeto, el libro universitario, aquel que requiere ser funcional, comunicativo por significativo, temporal y atractivo, y formar parte de un sistema de objetos-signos con sentido: las colecciones universitarias veracruzanas.

Pero los objetos no dan lo que son de una manera declarada, ya que el sentido es un producto de la cultura. Dice Barthes (1966) que creemos encontrarnos en un mundo de usos, de funciones y en realidad estamos, por los objetos, en un mundo de sentido, de razones, eso es lo que define la ideología de una sociedad. Un fragmento de esa sociedad, la institucionalizada, la educativa, la universitaria, la veracruzana, es la intervenida a través de la propuesta de rediseño editorial de sus colecciones como objetos culturales.

Entender que todo proceso de comunicación lingüística y visual conlleva una carga creativa y por ello tiene una relación estrecha con la semiótica, al ser partícipe de una construcción del ser constituido por signos, es complejo. Si se busca entenderlo hagamos específicos nuestros objetos apoyados en la semiótica.

El libro, como proceso y como objeto es considerado un instrumento en la comunicación y un soporte que funciona como una de las formas privilegiadas en la conservación, la transmisión y comunicación de la memoria colectiva. En tanto que soporte e interface construye niveles de significado y adquiere valor de signo al transformarse en un objeto con dimensiones semánticas propias, que resulta necesario conocer en su proceso de producción. El libro como soporte material y cognitivo resulta de la suma de significados dados por sus características formales y conceptuales en cuanto objeto de diseño. El libro es considerado como objeto en sus distintas dimensiones, funciones y niveles, a partir de su significado, de su uso y de su función (Cid Jurado, 2012).

Con ello entendemos que antes de pasar a la etapa de diseño hay que analizar más profundo. Apoyados en el sistema de los objetos de Baudrillard (1969), vamos hacia el que nos ocupa: el libro universitario que compone colecciones. Pero en este proyecto se tiene como objeto de estudio el estilo editorial, entonces, de acuerdo con el mismo Baudrillard se tiene que reconocer que el déficit de estilo en un objeto es una falta de espacio, es cuando la funcionalidad pierde su organización. Es de resaltar entonces el papel de los espacios en interacción con los símbolos, con las letras, con los gráficos y los colores. La interacción de los elementos

entre sí y con el espacio circundante es una relación que cuidar para no perder la organización, la funcionalidad y por ende el estilo.

Dice el teórico que la desestructuración, sin reconversión del espacio es un empobrecimiento; los valores simbólicos y de uso se esfuman detrás de los organizacionales. Cuando al estilo le sucede la desestructuración se altera el modelo que tiene armonía, unidad, homogeneidad y coherencia de espacio, de forma, de sustancia y de función. Hay que estar atentos a que de manera común lo que se dicta como “estilo” en el fondo es un estereotipo: la generalización de un detalle o matiz de un aspecto particular. Pero el matiz (en la unidad) corresponde al modelo, mientras que la diferencia (en la uniformidad) corresponde a la serie (Baudrillard, 1969).

Lo anterior da argumento a nuestra propuesta y nos lleva a atender la estructura, que resume el aspecto organizacional, la herramienta que ejerce los valores del cálculo; cálculo de las funciones para la colocación, cálculo de los colores, de los materiales, de las formas, del espacio para el ambiente. El diseño entra en juego y aparece la funcionalidad del objeto. El sistema de composición descansa en ese concepto: colores, formas, materiales, colocación, espacio, todo es funcional, que no califica a lo que está adaptado a un fin, sino a lo que está adaptado a un orden o a un sistema; es “la facultad de integrarse a un conjunto” (Baudrillard, 1969).

Emerge así la colección y se reconoce a través del mismo Baudrillard que los objetos cotidianos son los objetos de una pasión, la de la propiedad privada, cuyo papel es fundamental en el equilibrio vital de un sujeto y de un grupo. Todo objeto tiene dos funciones: ser utilizado y ser poseído. Sólo una organización más o menos compleja de los objetos, que remita los unos a los otros, hace de cada objeto una abstracción suficiente para que pueda ser recuperado por el sujeto en la abstracción vivida que es el objeto de posesión. El concepto de coleccionar (*colligere*), escoger y reunir, se distingue del de acumular. La colección emerge hacia la cultura, tiene como mira objetos diferenciados que son también “objetos” de conservación, de tráfico, de ritual social, de exhibición, y quizás, incluso, fuente de ganancias (Baudrillard, 1969).

Así la propuesta de rediseño buscará un reencuentro de simbolismos y comunicar el sentido y valor de una institución con un proyecto editorial añejo que busca solidez, empleando lo visual en su capacidad de conjuntar un sistema complejo de significados, ello a través del relanzamiento de dos de sus colecciones más antiguas. Vayamos a esas nuevas páginas por diseñar.

Con la página, la interface que media entre las competencias necesarias para decodificar un sistema semiótico y a través de diferentes estrategias buscar la visualidad se generan conceptos a través de la orientación, la composición y la organización visual, así se administran los espacios; al manejar elementos (títulos, ilustraciones...) y letras en contexto, como un sistema de apoyo al texto, se hace uso de la forma; cuando se ubican los elementos de formas sugerentes para la lectura, se marcan mensajes empleando la letra de forma plástica, todo ello es un acto semiótico que utiliza signos que guían y mueven a una acción (Barthes, 2009).

Así el acto de construcción de la página es un acto semiótico antes que diseñístico. Los símbolos al servicio de la técnica, y la técnica como sistema de producción simbólica. Si analizamos más profundamente la página hallamos a la escritura construyendo identidad a través de apoyos gráficos, el uso cromático refiriendo niveles de significado, la elección tipográfica con amplios significantes, pues como apunta Becerra Prado (com. pers.):

En el caso de la tipografía son tan importantes los grafismos como los contragrafismos. Además, cabe considerar que los espacios en blanco en la página también juegan un papel simbólico (además de funcional); los márgenes, la interlínea, los espacios entre caracteres tienen por supuesto una función práctica (hacia la legibilidad) pero también poseen un significado. La estética de los espacios actuando como forma (contenedor).

Y lo anterior puede ser aplicado a la página en cualquier de sus soportes, pues ahora los comportamientos visuales son claros en su importancia en las redes sociales; la publicidad emplea la letra marcando territorios y tipos de mensajes; la escritura adquiere subjetividad y determina formatos construyendo visualidad, la letra participa así en todas sus formas plásticas y la gramática visual puede ser una norma, aunque las formas de composición no son perennes y van cambiando, adaptándose a los modos de mirar-leer del mundo que les pone en contexto.

De la escritura dice Barthes que es donde se conjuntan múltiples funciones que se comprometen a no ser una simple práctica de transcripción, es entonces que aparece la firma o sello editorial como proveedora de goce, autenticando el compromiso de una institución. Apunta que a través de la historia lo gestual ha derivado en el autógrafo; la firma es ley porque es un acuerdo social y se ha vuelto goce en diferentes niveles. Incluso en los mensajes digitales hay que analizar los

diferentes intercambios de información de las redes sociales para entender la capacidad de la escritura para comunicarse y ahí encontraremos la firma como garante de la comunicación.

Hay que adaptarnos a ese nuevo lenguaje e ir migrando hacia nuevos ámbitos de comunicación pero mantener estoico nuestro sello como parte simbólica que nos represente porque nos da la posibilidad de crear identidad. Pareciera que hay una necesidad de unicidad en este mundo, ahora globalizado y digitalizado; las ediciones relacionan a un individuo con su libro, con su editorial, es un signo acaso ostentoso, pero finalmente parte de un sistema que se comunica.

Así, en repaso teórico-conceptual-semiótico, se puede reconocer al libro como medio de comunicación, como lenguaje, como sistema y en todas sus dimensiones y niveles como una suma de competencias individuales y sociales. Eso es lo que se deberá atender hacia el rediseño de dos colecciones que ya tienen un camino recorrido como objeto cultural y en donde se ha implicado su materialidad de modo importante, aunque sólo como una interface del significado final, del todo como objeto de comunicación, como interpretación y como acción al considerar ahora el campo semántico del concepto libro y todos sus valores en la vida cotidiana.

La semiótica, como la principal herramienta que da sentido a la producción de simbolismos, como medio de análisis de formas visuales y punto de encuentro con las interioridades conceptuales propias de cualquier sistema de comunicación complejo, nos permite el análisis de productos desde la visibilidad, acaso como eslabón hacia la percepción subjetiva de los productos editoriales y manifiesta en la interacción cotidiana, signando modos de ser de sociedades específicas.

La nuestra, una sociedad universitaria en un entorno veracruzano, ha de ser reconocida mostrando señales que nos llevan a presentar un sello bajo una cuna de simbolismos que nos representan y sobre esa base construiremos. Ahí quedarán insertos los productos editoriales que se producen en la UV, en ese complejo de simbolismos que deben atenderse al producir, mirando de cerca la importante repercusión que pueden tener en un ámbito educativo multidisciplinario.

Así es como concebimos el rediseño de nuestras colecciones, esas que no dejamos enclaustradas en el tiempo y que sacamos a relucir, recordando su historia como parte de su valor y haciéndolas resurgir como un acto de recuperación en una entidad educativa que se pretende formativa, enriquecedora y constructora de historias significativas.

EL ABORDAJE DE LA INVESTIGACIÓN

Reconocidos los diferentes actores y procesos de esta investigación, en un entorno institucional específico, fue necesaria la organización del trabajo de campo. Se estableció la agenda de trabajo hacia el logro de los objetivos específicos planteados: se inició con la investigación del campo editorial universitario; se analizaron y conceptualizaron agentes y procesos para reconocer las variables de estudio y entonces se estuvo en esta fase del trabajo, el diseño metodológico de la investigación, que posteriormente nos llevaría hacia la fase operativa en donde serían trazadas y aplicarían herramientas de captación de información hacia el análisis del discurso y aterrizar en el objeto de estudio: el reconocimiento del estilo editorial que finalmente sería el fundamento de los objetos a intervenir al rediseñar las colecciones.

En este apartado estaremos atendiendo al hecho de que al trabajar bajo un sistema de inferencias y hacer razonamientos a partir de la descripción de hechos para probar una hipótesis se buscará la norma para casos particulares, como sugiere Esqueda (2006), entendiendo que la suma de particularidades al momento de la construcción de un discurso es precisamente nuestro fundamento: estamos en busca de un estilo editorial y ese es particular.

Así, hacer uso de herramientas adecuadas que nos llevaran a evaluar una situación específica en un contexto definido y apelando a motivaciones individuales de los actores involucrados perfiló este proceso y nos mostró que para generar herramientas útiles hay que entender la influencia de las diferentes dimensiones (sociales, culturales, geográficas, etc.), involucradas en el proceso editorial, también vamos a reconocer los alcances y límites del enfoque elegido, el cualitativo, como medio hacia el diseño de la investigación.

LAS DIMENSIONES EN LA TRANSDISCIPLINA

Para plantear el esquema metodológico se inicia acudiendo nuevamente a las disciplinas sociales para generar herramientas que nos lle-

ven a obtener conocimiento, bajo el entendido de que esas ciencias nos proveen de una diversidad de métodos y nos llevan a observar el mundo de diferentes maneras.

Ya desde Aristóteles se pensaba que una investigación inicia cuando nos percatamos de ciertos fenómenos y buscamos una explicación: cuando se busca el porqué de las cosas. Pero hay diferentes métodos y modos de conocer. Si se estudia al hombre en sociedad se buscan signos y significados en datos subjetivos, porque se trabaja con acciones humanas y sociales, entonces trataremos de comprender las razones de esas acciones; las ciencias sociales utilizan la comprensión, no para descubrir leyes, sino para dar explicaciones causales a los fenómenos sociales.

Para el caso que nos ocupa volvemos a Berger y Luckmann (1988:227-233) y encontramos que la concepción de la sociología del conocimiento aporta un punto de vista en áreas aplicables a los problemas de la sociología de la comunicación y del lenguaje. Ambos sociólogos sostienen que el análisis del rol del conocimiento en la dialéctica entre individuo y sociedad, entre identidad personal y estructura social, proporciona una perspectiva de la empresa humana para construir la realidad en la historia. Se dice que la comprensión del hecho social a través de la colecta de datos pertinentes y su posterior análisis lleva a la congruencia y a nuevos conocimientos.

Haciendo un ejercicio de reflexión se inicia por sustraer aquellas ideas que deberían indagarse para este proyecto de investigación-intervención que busca reconocer un estilo sobre el cual replantear el diseño de dos colecciones universitarias veracruzanas, y entonces surgen: las relaciones con los otros, los intereses de un equipo de trabajo y de una institución, las motivaciones para el trabajo editorial profesional, las coincidencias, las diferencias, el contexto de las universidades y el público lector.

Se proyecta así el trabajo de campo desde las dimensiones socioculturales de un programa editorial universitario, aunque considerando además los tópicos y los acuerdos previos en ellas contenidos, lo que nos lleva a asumirlas como lugares de argumentación al momento de hacer la selección de la muestra que nos proveerá de información.

La etnografía, en el campo editorial, es utilizada como la ciencia social de apoyo metodológico inicial. Se emplea como base teórica el concepto de etnografía como proceso de trabajo que observa y permite la percepción de elementos a veces ocultos; es decir, nos lleva a *mirar*.

Al buscar sustento a nuestras premisas iniciales, la observación de hechos en lugares específicos muestra el valor de su significación

de acuerdo con el esquema de vida de quien informa: “comprender la cultura de un pueblo supone captar su carácter normal sin reducir su particularidad” (Clifford, 2003). La etnografía nos lleva a buscar “ver las cosas desde el punto de vista del actor”, y si consideramos que nada es más necesario para comprobar una hipótesis que la comprensión y corroboración de las formulaciones iniciales, a través de la documentación de hechos para mostrar la experiencia de un grupo de estudio, cobra importancia la propuesta de Clifford.

Si se analizan necesidades editoriales y se reconocen prácticas como parte del estudio de proyectos editoriales en una cultura dada, partiendo de interpretaciones propias o supuestos de lo que nuestros informantes son o pensamos que son, es importante la adquisición de información mediante el acercamiento a un grupo de estudio y luego sistematizar la información obtenida en la forma de una descripción, dada ya desde el punto de vista del investigador y de sus concepciones. Al respecto dice Clifford (2003:29): “la relación etnográfica no depende de la habilidad que tenga su autor para recoger hechos en remotos lugares y llevarlos a su país [...] sino del grado en que ese autor sea capaz de clarificar lo que ocurre en tales lugares”. Aquí se halla el poder de la etnografía como herramienta de adquisición de información con una coincidencia a la técnica retórica ya documentada.

Se entiende que en los diferentes proyectos editoriales a desarrollar hay que posicionarse en el papel de etnógrafos, como aquellos quienes buscan hacer descripciones de realidades específicas e insertarse en la vida de diferentes sujetos para buscar el “entendimiento”, luego la cuestión es analizar si la descripción obtenida permite validar la premisa inicial.

Para trabajar con grupos sociales nos apoyamos también en Gutiérrez (2012:17-30) quien considera que es importante partir de las creencias colectivas y los símbolos como una posibilidad de inventar argumentos para alcanzar acuerdos sociales. Si queremos comunicar algo se debe entender que se puede comprender sólo aquello que se relaciona con algo que ya se conoce. Si al buscar información no se usa el lenguaje de la audiencia, en términos de su estilo como de su experiencia, no es posible comunicarse, por eso la manera ideal de comunicación humana es el diálogo, donde la interacción permite intercambios y la construcción de un terreno en donde aparece la semejanza como el concepto donde residen los intereses comunes de una sociedad. Gutiérrez también considera que la observación de los comportamientos sociales y la

detección de semejanzas entre ellos fundamentan el ejercicio profesional de la comunicación. “Si una opinión se parece a lo que otros consideran cierto y provechoso, es entonces conveniente para muchos”.

Así, en la construcción metodológica que se propone encontramos a la transdisciplina como un medio de diálogo entre diferentes ciencias sociales, incluyente y horizontal. Nos apoyaremos en esa conjunción que permite vincular saberes y evitar la hiper especialidad, su antagonista; buscaremos accionar enlazando y ligando conocimientos, conceptos, individuos y disciplinas que aún sin guardar una relación aparente pueden actuar de manera transversal. Proponemos mirar a las editoriales universitarias con una tendencia a no segmentar, no desplazar figuras editoriales; los diferentes actores aparejados como gestores de un proceso comunicativo; la edición como un proceso creativo normado por su razón final: gestionar y crear contenidos que se comuniquen.

Tenemos entonces que posicionarnos en el papel de etnógrafos y elaborar las herramientas que nos lleven de la mejor manera a introducirnos subjetivamente en nuestro campo de estudio, pero para ello hay que elegir primero un enfoque a seguir.

EL ANÁLISIS DE ORDEN CUALITATIVO

Dictan Hernández Sampieri *et al.* (2003:18-25) que el enfoque cualitativo, por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido. El investigador debe ser metodológicamente plural y guiarse por el contexto, la situación, los recursos de que dispone, sus objetivos y el problema de estudio. Entonces los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis; el proceso se mueve dinámicamente entre los “hechos”. Su alcance final consiste en comprender un fenómeno social complejo y el énfasis no está en medir las variables involucradas en dicho fenómeno, sino en entenderlo.

Se encuentra que el enfoque cualitativo, es a veces referido como investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, pero siempre tiene un común denominador que puede situarse en el concepto de patrón cultural de Colby (1996, citado en Hernández

Sampieri *et al.*, 2003), que parte de la premisa de que toda cultura o sistema social tiene un modo único para entender cosas y acciones.

En términos generales, los estudios cualitativos involucran la recolección de datos utilizando técnicas que no pretenden medir ni asociar las mediciones con números, tales como observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, inspección de historias de vida, análisis semántico y de discursos cotidianos, interacción con grupos o comunidades e introspección.

Grinnell (1997, citado en Hernández Sampieri *et al.*, 2003) describe estas investigaciones como: estudios que se conducen básicamente en ambientes naturales, donde los participantes se comportan como lo hacen en su vida cotidiana; donde las variables no se definen para manipularse ni controlarse; en donde la recolección de los datos está fuertemente influida por las experiencias y las prioridades de los participantes en la investigación, más que por la aplicación de un instrumento de medición estandarizado, estructurado y predeterminado; donde los significados se extraen de los datos y se presentan a otros, y no necesitan reducirse a números ni analizarse de forma estadística.

Por su parte, Patton (1990, citado en Hernández Sampieri *et al.* 2003) define los datos cualitativos como descripciones detalladas de situaciones, hechos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones. Dice del investigador: es quien observa hechos ordinarios y actividades cotidianas tal y como suceden en sus ambientes naturales, además de cualquier acontecimiento inusual; está directamente involucrado con las personas que se estudian y con sus experiencias personales; adquiere un punto de vista “interno” (desde adentro del fenómeno), aunque mantiene una perspectiva analítica o una distancia específica como observador externo; utiliza diversas técnicas de investigación y habilidades sociales de una manera flexible, de acuerdo con los requerimientos de la situación; produce datos en forma de notas extensas o “cuadros humanos” para generar descripciones detalladas; entiende a los miembros que son estudiados y desarrolla empatía hacia ellos; no solo registra hechos objetivos “fríos” sino que mantiene una doble perspectiva: analiza los aspectos explícitos, conscientes y manifiestos, así como aquellos implícitos, inconscientes y subyacentes.

Con ese sentido se entiende que la realidad subjetiva en sí misma es el objeto de estudio y deben observarse los procesos sin irrumpir, alte-

rar o imponer un punto de vista externo, sino tal y como son percibidos por los actores de un sistema social. Se reconoce además que los estudios cualitativos no pretenden generalizar de manera intrínseca resultados a poblaciones más amplias, ni necesariamente obtener muestras representativas (bajo la ley de probabilidad); incluso, no buscan que sus estudios lleguen a replicarse. Asimismo, se fundamentan más en un proceso inductivo (exploran y describen, y luego generan perspectivas teóricas).

Para fortalecer la estructura metodológica hacia la intervención propuesta y de acuerdo con la tipificación oposicional de Orozco y González (2011:77-83), se busca resumir y caracterizar esta investigación como pauta a seguir para reconocer en toda su riqueza el análisis a practicar: estamos ante una investigación de tipo cualitativa pues iremos a buscar particularidades que nos lleven a entender cómo un sujeto percibe un hecho social; mediante una orientación inductiva buscaremos explicaciones a partir de datos recabados en campo, eso se fundamenta en la acción y efecto de extraer; enfatiza la subjetividad, pues la “realidad” dependerá del punto de vista de quien observa; implica la comprensión de las representaciones de los otros desde el punto de vista del observador externo y describe así un sistema de valores, significados y referencias socioculturales; parte de la idea de que el hecho social no puede entenderse sin comprender las motivaciones y las acciones de los sujetos; va a considerar lo que sucede en lo individual y en sus interacciones, pero también lo que sucede en el plano de los grandes agregados sociales y los procesos históricos de esos agregados; es una intervención de acción porque busca incidir y transformar las estructuras mediante un intercambio social y llegar a la institucionalización de las prácticas; busca entender el papel de las acciones de los sujetos en los hechos sociales.

Entonces queda claro que el cualitativo será el tipo de análisis a emplear en este trabajo. Y dado que se trata de un proceso de investigación de un objeto al cual se accede a través de interpretaciones sucesivas con la ayuda de instrumentos y técnicas que permiten involucrarse con ese objeto para interpretarlo de la forma más integral posible, es que se elige como el enfoque a seguir. Vayamos ahora a realizar nuestras herramientas, apoyados para ello en la etnografía que ya nos ha mostrado sus bondades como la ciencia social de apoyo metodológico para conocer fenómenos sociales como el que nos ocupa.

LA CONSTRUCCIÓN DE HERRAMIENTAS

El punto de partida fue conceptualizar a la audiencia, asumida desde el punto de vista cultural como: “un objeto [sujeto] cuyos atributos pueden ser descritos dentro de la investigación y ser dados a conocer, ya sea desde términos de preferencias, de usos, de efectos, de decodificación y demás estrategias interpretativas” (Ang, 1996:44); desde el punto de vista social como: “un esquema complejo de relaciones ligadas dentro de un sistema estructurado de comunicación de masas” (Nightingale, 1996:234); y adoptando la propuesta léxica: “grupo de personas activas con los cuales se presentan diferentes discursos” (Abercromble y Longhurst, 1998:3).

Con lo anterior se buscarían los argumentos persuasivos en el acto de re-conocer a los actores involucrados en nuestro objeto de estudio, trayendo su historia al presente y atendiendo este análisis como un “abrir a los actores-objeto” para no sólo asumir las apariencias, sino además indagar sobre las motivaciones, bajo el entendido de que no están constituidos sólo por lo que se ve, sino que funcionan sobre una idea mucho más compleja.

Se asumió a la audiencia con una historia que sólo puede leerse mediante un proceso de apropiación, y entendiendo que si propiciá-bamos esa lectura podríamos aprehender una parte del fenómeno: sus motivaciones, eso implicó apropiarse de la información desde múltiples posibilidades. Nuestro sujeto fue entonces un contenedor de historias, de momentos y de relaciones y el producto editorial considerado como “una concatenación de hechos; la esencia del humano que no termina con el libro” (Esqueda, com. pers.).

De acuerdo con Esqueda (2006), habría que seguir el caudal histórico de cada uno de nuestros actores, considerando formas de vida y temáticas editoriales como elementos relevantes en la conformación de las posteriores dinámicas de trabajo, buscando la consistencia de las afirmaciones como fundamento teórico en que basar nuestro criterio para evaluar la calidad de la información.

Un primer paso para conocer el estado de interés de los usuarios principales fue hacer una aproximación sobre el manejo que hacen de la lengua, provocar el diálogo y la reflexión. Asimismo, analizando el sistema conceptual formado de metáforas, buscar descubrir las ideas que podían ser argumentativas; para ello se propiciaría un relato donde se conociera de viva voz la experiencia personal que les llevó a los dife-

rentes actores a realizar el proceso editorial en que se desempeñan, para descubrir si el azar, la persistencia o el talento fueron determinantes en su vocación o hay otra razón para dedicarse institucionalmente a la profesión editorial, esto bajo la consideración de Lakoff y Johnson (1999), de que la narración de las emociones lleva a conocer, a través de sus metáforas, la categorización cognitiva que tiene cierta audiencia.

Ello nos llevó a identificar los argumentos persuasivos que podrían emplearse en el discurso proyectado, también bajo la consideración dada por el lingüista John L. Austin (1982): "...las palabras no pueden entenderse solamente por su carácter demostrativo, sino también, y fundamentalmente, por su temperamento performativo, donde emitir una expresión es realizar una acción [que] no se concibe [...] como el mero decir algo, sino como un acto con consecuencias sociales". Para ello se propuso la grabación visual de las entrevistas como apoyo (gestual y somático) en el análisis de los resultados, todo bajo el consenso de la audiencia.

Para acercarnos a la audiencia y captar información se diseñaron dos herramientas: 1) cuestionarios abiertos para reconocer necesidades, percepciones y algunos hábitos sociales relevantes para este estudio; 2) entrevista semidirigida que permitiera conocer estilos de vida y ámbitos de interés, con una dinámica que promoviera la apertura máxima. Es decir, se aplicaron herramienta de análisis cualitativo de amplio alcance (véanse detalles en Anexos).

La muestra fue dividida en dos grandes grupos: 1) la audiencia indirecta, considerada como una mezcla universitaria (investigadores, académicos y alumnos de la UV), a quienes se les aplicó la herramienta 1; y 2) la audiencia directa conformada por autores, correctores, diseñadores y maquetadores de la UV, a quienes se les dividió con un criterio psicográfico (basado en su personalidad y labor) y se les aplicó la herramienta 2; ambos grupos fueron entrevistados de manera personal e individualmente.

El trabajo de campo en una primera etapa buscó sensibilizarnos con el ambiente, identificar informantes que aportaran datos relevantes y se compenetraran con la situación a investigar, además de verificar la factibilidad del estudio. El seguimiento de la aplicación de las herramientas fue: observación, aplicación de entrevista, grabaciones en audio o video, revisión de archivos, registros. Se llevó una bitácora donde se registraron diferentes hechos relevantes para el caso. En este proceso se determinó cómo recoger los datos, procesarlos, interpretarlos y analizarlos.

Aplicadas las herramientas sobre la muestra, en su segmento y contexto específicos, con la información obtenida se conformó una matriz de resultados y se hizo el análisis de esa información buscando reconocer aquello que permitiera generar un sistema hacia el rediseño de colecciones. En la fase de diseño se buscó un trabajo colectivo, involucrando a los integrantes del Departamento de Producción y a otros actores editoriales de la UV en la toma de decisiones; todo bajo la guía de la MDPE. De manera paralela y paulatina, ante el análisis de la información fueron generándose diferentes perspectivas hacia el análisis del discurso editorial (reconocimiento del estilo UV) y surgiendo una serie de propuestas que nos llevaron a concluir y discutir acerca de la labor editorial de nuestra casa de estudios a 60 años de existencia.

Hagamos específico el proceso seguido, antecedido por el sustento de construcción retórica.

a) Los criterios de selección

De los tópicos. Con nuestros instrumentos de recolección de datos acudimos a lugares que en opinión abierta nos indicaran, por ejemplo, valoración de la labor editorial, profesionalización y proyección; indagamos en puntos de vista generadores de espacios de concertación y acuerdo como, modos y medios de trabajo, uso de herramientas y preferencias; conectamos nuestro argumento con el tópico en busca del análisis de un estilo editorial universitario.

De los acuerdos previos. Se reconoció como acuerdo del auditorio a intervenir, el valor de la labor editorial en una entidad educativa, también el compromiso contraído por los diferentes agentes del proceso de producción y además que la labor editorial universitaria está enfocada a cumplir objetivos definidos y claros en bien de una comunidad: la universitaria. Finalmente, el acuerdo que guiaría la elaboración de los productos y herramientas propuestas fue: la eficiencia y estilo como elemento valorativo en la construcción de los productos editoriales universitarios.

b) Las herramientas

Al inmiscuirnos en el análisis de un proceso hacia un objeto cultural (la construcción de libros), recurrimos a Malinowski (1984), quien ha postulado que ningún aspecto cultural puede entenderse si se desgaja de los otros aspectos que lo constituyen. Se entiende como un todo y así debe ser estudiado, ya que todo proceso cultural tiene una función y posee

un significado, de lo contrario habría dejado de existir. Al considerar la construcción de libros dentro de un espacio definido (la UV) y realizada por un grupo social (el Departamento de Producción Editorial), debíamos acudir a los linderos de las costumbres y modos culturales de actuar.

Entramos así al trabajo de construcción para llegar al significado de un proceso buscando un argumento; nos colocamos ante los simbolismos del entorno editorial universitario ya enunciados en el análisis retórico, y luego consideramos que toda exposición o razonamiento debe ser expresado con palabras, con conceptos que declaren los hechos que determinan el curso de los acontecimientos, considerando en ello la variedad de condiciones y ambientes. Ya se perfila el instrumento a diseñar.

En una primera fase se ejercitaron los principios de observación, como una manera diferente de mirar, eso a través de un ejercicio previo y luego en un primer acercamiento, atendiendo en el hecho a sensaciones y reconocimiento de la realidad circundante, generándose con un ejercicio narrativo una idea determinante para la segunda fase, elaborar la matriz de entrevista y delimitar temas, situaciones a observar y postular informantes, hechos que nos llevaron a entender lo exhaustivo que puede ser un trabajo de análisis cualitativo, tanto en su construcción como en su procesamiento y análisis.

Para recoger datos se construyó inicialmente una entrevista semi-dirigida como medio de colecta de información; aunque aparentaba buscar responder preguntas también pretendía probar premisas y refinar preguntas de investigación; en ella se contenían de manera jerarquizada temas y subtemas con una batería de preguntas casi abiertas por no ser específicas, pero tratando de conectar temas con subtemas.

En una segunda fase de aplicación del instrumento ese guion inicial fue adaptado al máximo persiguiendo el desarrollo de una entrevista casi a profundidad, como medio para coleccionar información de aquellos agentes editoriales que se brindaban de manera natural y abierta para su aplicación. Esa herramienta fue utilizada para descubrir y conectar datos, basándonos en descripciones y observaciones. Su propósito: “reconstruir” una realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social ya definido.

Finalmente fue fabricado un cuestionario abierto dirigido a indagar perfiles y preferencias específicas de nuestra audiencia rumbo al rediseño de dos colecciones, dicho instrumento fue aplicado de manera presencial, pero tuvo la posibilidad de aplicarse incluso en línea. Las

preguntas tenían un orden, aunque éste era intercambiable y al ser aplicado en línea y ser redactadas respuestas directas por nuestros entrevistados se permitió obtener respuestas no tan cerradas como podría esperarse al aplicar una herramienta del tipo cuestionario, sino obtener expresiones subjetivas, además, al análisis de la redacción se pudieron hacer interpretaciones con más valía que las simples respuestas a nuestro cuestionario.

c) La muestra

Se ha indicado que ejercicios previos de trabajo de campo buscaron sensibilizarnos con el ambiente, identificar informantes que aportaran datos relevantes y se compenetraran con la situación a investigar. La sociología y la etnografía nos mostraron que en la dimensión cultural una palabra o cualquier otro acto simbólico cobra sentido sólo a través del efecto que produce, entonces es necesario establecer claramente dónde intervienen los determinantes materiales, las acciones humanas, las creencias e ideas y, cómo se influyen entre sí y obtienen ese carácter de relación permanente y necesaria.

Lo anterior se mostró al intentar hacer una selección de informantes y modalidades de la entrevista y plantearnos preguntas hacia objetivos específicos que nos develaran, desde un horizonte teórico, los temas a los que queremos acudir y reconocer.

En esa fase de diseño de la muestra se corroboró que si se quiere estudiar un evento (la edición universitaria), hay que considerarlo como el conjunto integral constituido por los utensilios (los medios de construcción) y bienes de los consumidores (los autores y los libros), por el cuerpo de normas que rigen los diversos grupos sociales, por las ideas, creencias y costumbres (el estilo) y finalmente que los análisis deben dirigirse hacia la construcción de procesos y productos (los manuales y las colecciones).

Ese cuerpo de normas constitutivas, es decir, la orientación de un grupo, y la función o resultado integral de sus actividades deben ser distinguidos: “La mejor descripción de cualquier cultura en términos de concreta realidad, consistirá en precisar y analizar todas las situaciones en virtud de las cuales se considera organizada una institución” (Malinowski, 1984).

Con ello fundamentamos el encuentro con un estilo que caracterice las publicaciones de la UV y perfila este proceso que nos ha llevado a la búsqueda de esos símbolos que adquirirán significación y serán

comprensibles sólo si relacionamos la organización de nuestro grupo editorial con su ambiente institucional y registramos el código de reglas de ese grupo hacia ciertas necesidades planteadas que deberán ser plasmadas en los objetos a realizar.

Para la selección de informantes el criterio fue elegirlos buscando abarcar el ámbito en donde el fenómeno de construcción de libros UV opera, pero había que reducir ese universo y entonces fue circunscrito a: correctores de estilo, revisores de pruebas, maquetadores de planas, diseñadores editoriales, encargados de librería, bibliotecarios, integrantes de Consejo Editorial UV, lectores (investigadores, académicos, estudiantes, público en general).

Así, los informantes fueron reconocidos como audiencia (directa e indirecta) y divididos en: claves, internos y externos, buscando tener un amplio espectro de opiniones, aunque siempre restringido a nuestro objeto de estudio, ya que todos los informantes seleccionados estaban involucrados de manera directa con el proceso que buscamos estudiar.

d) La aplicación de los instrumentos

Si lo que vamos a buscar para comprender a otros son los significados, entonces requerimos aplicar nuestra herramienta fundamental: el cuestionario y la entrevista, que se planteó semidirigida pero con posibilidades de ser modelada casi a profundidad para mantener a los participantes hablando de temas de su interés y cubrir aspectos de importancia para nuestra investigación, permitiendo con ello reconocer sus propios términos y conceptos. Entonces, si bien se diseñó una batería de preguntas para abordar los temas delineados, siempre se permitió que el entrevistado se expresara de forma amplia y en sus términos.

Cabe resaltar que el preámbulo a las preguntas estructuradas de la entrevista llevó a que se nos proveyera de una especie de historias de vida de los entrevistados, información de suma importancia que nos permitió obtener datos sensibles sobre el constructo que ha llevado a nuestros actores hacia el acto editorial. Así, sin programación fuimos provistos de una herramienta más (la historia de vida) que abona hacia nuestro método de análisis, pues al ir y venir con los recuerdos del entrevistado pudimos reconocer por qué el sujeto actúa como lo hace, todo en función de sus experiencias, y además corroborar que sus puntos de vista son dependientes directos de esa historia que nos fue contada.

El desarrollo planteado en la entrevista fue: iniciar indagando acerca de la experiencia en torno al tema de manera general (lo que se piensa o sabe), luego ir profundizando (lo que se siente), buscando abarcar el mayor número de aspectos significativos posibles de los procesos que nos interesaban.

Todas las preguntas formuladas fueron guiadas conforme avanzaba el proceso y se requería abordar o dar una explicación a un fenómeno siempre relacionado con una tarea editorial o una actividad lectora; se aplicaron preguntas estructurales y de contraste que llevaron a recuperar la experiencia y se construyeron algunas hipotéticas que permitieron ubicar al informante en una situación o imaginario y que sirvieron de preámbulo y epílogo a la sesión; se evitaron las preguntas típicas y las específicas. Se aplicaron 18 entrevistas.

Para el caso del cuestionario las preguntas fueron directamente a indagar sobre necesidades, gustos y preferencias, aunque el hecho de darse la oportunidad de una redacción abierta y libre (en el caso de la aplicación vía internet) proveyó de riqueza a las respuestas que dejaron salir a la luz hechos subjetivos de gran valor.

e) El procesamiento de la información

Se hizo la transcripción fiel de la entrevista, se construyó una matriz agrupando los temas y se procedió a la sistematización, configurando una matriz de resultados de acuerdo con los objetivos planteados. Se construyeron categorías, entrecruzando información e integrando el análisis a las respuestas y al fundamento teórico, conformando una matriz de resultados, incluyendo además la matriz PATE (persona, actividad, tiempo y espacio) como una forma de contextualización; también se fueron extrayendo detalles plasmados en la bitácora de campo.

Al iniciar a procesar la información sobre 18 entrevistas aplicadas saltó la duda de cuántas aplicaciones más deberían considerarse, pues al principio fueron proyectadas 30. En primer término, al observar que había sido cubierto nuestro espectro de actores-variables delimitado al inicio de la investigación, incluso con repeticiones, y en segundo término al proceder al entrecruzamiento de la información y observar que habíamos hallado la semejanza en los tópicos centrales (qué se reconoce como estilo editorial, cómo se realiza el proceso editorial, cómo se le evalúa, las características comunes y distintivas de nuestros sujetos, la apropiación del acto editorial en términos de características comunes presente en grupos acaso homólogos, etc.), y en tercer término, al hallar

que la información empezaba a ser redundante, consideramos que era suficiente la aplicación del instrumento para descubrir gamas importantes de los aspectos investigados.

Así, con las herramientas, si podíamos arribar a conocimientos importantes a través de semejanzas y comparaciones y hallar lo distintivo para hacer interpretaciones y luego llegar a conclusiones con algún sentido, podíamos considerar haber alcanzado el criterio de suficiencia que nos llevara a distinguir a nuestros actores en los procesos editoriales con singularidad. Se consideró así innecesario aplicar más herramientas y se proyectó continuar a la siguiente fase de nuestra intervención que ya nos reclamaba: hacia el rediseño de las colecciones.

Teniendo como referente las técnicas etnográficas se consideró importante presentar la conceptualización, los hallazgos específicos, y algunas conclusiones finales en un solo cuerpo, evitando desagregarlos en capítulos porque no son independientes, aunque bien se presenta un apartado final en este informe dedicado a integrar las reflexiones desde una perspectiva relacional de conjunto, esto es, centrada en la forma como los hallazgos y conclusiones vinculadas a las distintas categorías de análisis se conectan recíprocamente.

Finalmente, en los Anexos se presenta información detallada, considerando que en trabajos de corte cualitativo resulta ilustrativo presentar un conjunto de documentos, como guías de trabajo y otros instrumentos utilizados en el proceso de generación o recolección de información, así como transcripción de observaciones y las entrevistas efectuadas, cuidando siempre proteger las identidades de los informantes

HACIA LA INTERVENCIÓN: REDISEÑO DE COLECCIONES

Con el recorrido teórico, semiótico y elocutivo brindado en la MDPE, se nos mostró que los factores que determinan la organización estructural (espacial y visual) a proponer para el rediseño de dos colecciones de la UV, debían ser dependientes del tipo de uso o consumo de un objeto, del entorno y del valor afectivo y económico que se le da al libro universitario. Con la aplicación de los instrumentos, y específicamente con el cuestionario, se buscó acudir a los posibles lectores de nuestras colecciones para conocer esas necesidades y las percepciones generales que tenían de los objetos a intervenir.

Con la entrevista y el cuestionario buscamos situar al libro en el espacio humano, percibir aquellos gestos culturales que nos sirvieran

de argumento y le dieran valor a nuestros objetos; se nos mostraría en dónde colocar señales, códigos icónicos, gráficos y culturales, subcódigos, y con todo ello armar un sistema para darle forma a nuestro mensaje y generar significados basados en un estilo ya reconocido como una forma de ser y un modo de hacer para buscar la pertenencia hacia los objetos editoriales.

Con el diseño buscaríamos generar un código entendido como la norma hacia la presentación de un tipo de libro; una regularidad, acaso una condición. El subcódigo como aquel que muestra los recursos materiales y visuales a utilizar, dados por las competencias de los lectores. Los sistemas como esas conceptualidades que no existen de modo natural y son dadas por los materiales (Cid Jurado, com. pers.)

La semiótica de los objetos como herramienta teórica de construcción nos mostró con Cid Jurado que al rediseñar se debe tratar de comunicar un texto de acuerdo con la competencia de quien lo leerá, eso nos llevó a trabajar el soporte y el diseño como estrategia comunicativa y jugar con el formato como un modo de ampliar el concepto de libro, entendiéndolo como un objeto único y signico (marca semántica + signo + texto), sin descuidar que la marca semántica de una colección tiene valor combinatorio, posee significado y junto a otras marcas constituyen especificidades.

Con todo el aporte teórico de la MDPE estuvimos en capacidad de reconocer que en la etapa de construcción deberemos atender a que en un signo se puede manejar la postura de una editorial profundizando en el nivel semiótico de los significados. Entonces, trabajar la estructura compositiva de un texto a través del diseño estructural del libro y hacer uso de la codificación nos llevaría a buscar mantener la identidad de nuestras colecciones.

El proceso de reconstrucción de esas colecciones universitarias fue fundamentado en diferentes cánones editoriales y técnicas del diseño que nos fueron mostradas también en la MDPE y que nos apoyaron para buscar proporción, armonía y balance en los nuevos formatos. De acuerdo con Becerra Prado se determinó la caja (como el contenedor de la tipografía), los márgenes como los elementos fundamentales del diseño de la página, como el espacio circundante al contenedor; es decir, los márgenes no sólo actuando con su función práctica (funcional, ergonómica), sino también con una función estética, más allá de lo que interactúen para lograr una mayor legibilidad. Así, la composición de la página fue basada en estructuras geométricas ya probadas, aunque considerando

que hay reglas y métodos del diseño editorial que se contradicen y que deben ser modificadas por múltiples factores y temporalidades que ocurren en el ámbito editorial institucional y en el universitario.

Así, se comprueba que a través del diseño se posee la capacidad de replantear las funciones y, por lo mismo, los conceptos. El diseño como una acción en constante evolución, pero ese proceso no es caótico, tiene que organizarse y fuimos a ello.

En esta MDPE nos fue mostrada la importancia de la organización para la consecución exitosa de los fines de un proyecto, nos apoya en primer término la retórica, pero la organización funcional amplía ese concepto y lo lleva hacia las instituciones; con ambas vamos de la mano para no perdernos en el camino y así estar en posición de emprender la construcción de nuestra propuesta de diseño. Ya con el soporte teórico y con la información de entrevistas y cuestionarios se planteó el plano a seguir hacia el rediseño de las colecciones UV, enlazando todo en una cadena de actividades necesarias, que se resumen en:

1. Diagnóstico del producto a rediseñar para registrar necesidades.
2. Reconocimiento de los fines específicos de las colecciones.
3. Caracterización del tipo de obra a diseñar.
4. Investigación sobre fuentes tipográficas.
5. Elección del tipo de letra.
6. Construcción de caja tipográfica.
7. Diseño de preliminares y elementos estructurales (títulos, subtítulos, folios, cornisas, etc.).
8. Confección de páginas maestras y hoja de estilos.
9. Propuesta de forros.
10. Elaboración de ficha técnica para maquetación.
11. Aplicación de la propuesta sobre títulos en lista UV.
12. Elaboración de dummies.
13. Confección del manual de diseño editorial para cada una de las colecciones rediseñadas.

Es decir, con los resultados de la aplicación de las herramientas planteamos de inicio hacer el diagnóstico del producto a rediseñar para registrar necesidades. A través de las respuestas de nuestros informantes estar en posibilidad de reconocer los fines específicos de las colecciones a intervenir. Tarea inmediata fue la caracterización del tipo de obra a diseñar, apoyados siempre en las necesidades y fines ya percibidos. Como parte del proceso de diseño editorial propiamente dicho se

proyectó realizar la investigación sobre fuentes tipográficas más adecuadas y haciendo las pruebas tipográficas y de legibilidad correspondientes derivar en la elección del tipo de letra a emplear para cada una de las colecciones a intervenir. Posterior a esas elecciones se procedió entonces a la construcción de caja tipográfica que será el contenedor de la tipografía elegida y que refleje las características planteadas como necesarias y más adecuadas para los productos a elaborar. Logrando lo anterior se fue al diseño de los elementos estructurales básicos y generar además las herramientas necesarias que serían la base de construcción de las colecciones intervenidas.

En la propuesta editorial de las colecciones rediseñadas finalmente se propusieron herramientas guía, de tal manera que el proceso de trabajo sea apoyado por un producto de consulta clara y accesible, persiguiendo la eficiencia en el trabajo editorial de maquetación de las colecciones recién construidas. Buscamos generar herramientas de apoyo que organizadas guíen un proceso llevándolo hacia la eficiencia comunicativa.

Si bien fueron muchos los eslabones que conciliar en nuestra cadena de procedimientos, al tratarse de una construcción editorial, de suyo compleja, y al buscar el análisis como punto de partida hacia el reconocimiento del estilo editorial de una institución a intervenir, fuimos conscientes que seguirían apareciendo muchas más especificidades que bien deberían considerarse y añadirse a esta metodología propuesta, porque sólo así estaríamos en capacidad de lograr el objeto de este proyecto. Pero había que accionar y proponer.

LA INVESTIGACIÓN EN SÍ

En este apartado se presentan los resultados producto de la investigación y de la aplicación del método propuesto, estos nos llevan a reconocer el discurso editorial de una universidad pública, y sobre él delimitar un estilo particular, que es la base hacia el rediseño de dos colecciones.

EL DISCURSO UV

En la aplicación de los instrumentos ensayamos el acto de *mirar* como parte de esa búsqueda que nos llevó a descubrir una multiplicidad de contenidos por detrás de la simple expresión de una institución universitaria, la Universidad Veracruzana. Para ello atendemos a necesidades propias de la humanidad actual, en donde parece ocurrir que gran parte de lo que percibimos entra por los ojos, un concepto muy añejo que sirvió de punto de partida en esta fase casi final del trabajo editorial, en donde analizamos el acto de producir desde el eje de la observación; buscamos reaprender a mirar, observar y comprender para así poder expresarnos. Partimos de ciertas afirmaciones:

Si la visión es la puerta de entrada a la conciencia acerca de lo cual más se conoce, debe aceptarse que la visión es un proceso de abstracciones y construcciones sucesivas, así como de engaños de los que no siempre somos conscientes. La visión es un sentido particularmente útil para determinar las diferencias entre los procesos de percepción y de sensación. Otra característica de la percepción y sensación visual es la capacidad de generar una idea conjunta a partir de elementos aparentemente dispersos (Pérez, 2014).

Entonces, con los resultados obtenidos, al reconocer el discurso y el estilo UV, al diseñar y producir vamos a cuestionarnos acerca de la historia de nuestros actores y la sensación visual que buscaremos hacer sentir con nuestros objetos al momento de la comunicación; las sensaciones y emociones como puerta hacia la percepción del fin último de nuestros objetos editoriales: dos entes (objeto-sujeto) comunicándose.

Atender el acto de mirar-observar nos ha llevado un poco más cerca de los procesos con los que la industria editorial produce. El objetivo ha sido mirar, observar nuestro entorno y sobre la base de lo que percibimos producir.

Con la aplicación de los instrumentos propuestos metodológicamente hemos observado una multiplicidad de simbolismos que permiten entender lo que es una institución educativa pública que requiere comunicarse; y luego plasmar ello con el diseño como herramienta natural de la labor editorial; mirar signos plasmados con tinta y luz y en ellos observar las técnicas de impresión con su carga emotiva y percibir los símbolos que se perfilan; mirar para hacer elecciones observando los resultados de los diferentes procesos de producción y el cumplimiento de las necesidades percibidas; mirar los detalles de los materiales y productos que impulsan hacia la calidad o deficiencia productiva editorial; mirar el mundo en que vivimos y observar las situaciones que nos lleven a conciliar nuestro ser con nuestro modo de hacer, todo en una conjunción de existencia solidaria; mirar el medio editorial como un acto de impacto social, cultural y político, pero también económico y ambiental, clarificando acciones para cumplir necesidades con productos observados correctamente.

Se está así ante la gestión de contenidos, perfilando la comunicación de productos académicos que nos ocupan y que en su esencia tienen la finalidad de cubrir un amplio campo de dominio de información, donde los objetos editoriales han de apoyar al alumno y a su comunidad a aprehender de forma significativa los diferentes contenidos.

Específicamente se fueron a observar y percibir las operaciones de producción conjuntas y mirar qué ocurre con los productos al momento de ponerle pautas. Construir ejercitando la capacidad de examinar y dialogar como promotor del enriquecimiento del *hacer*, dado que se busca incorporar la mirada reflexiva como método de trabajo.

Nos propusimos producir bajo la premisa de que todo entra por los ojos y que para aprender a *mirar* primero debemos aprender a observar; observar con todos los sentidos. Luego entonces quedamos atentos de lo subjetivo. Así se trabajó el rediseño de dos colecciones de la Universidad Veracruzana, colecciones que desde hace 60 años surcan los caminos universitarios y paso a paso han ido generando un sendero que en pleno siglo XXI se antoja volver a *mirar*, acaso como una manera de replantear símbolos que cambiantes como es la vida tienen nuevos significantes y hay que resembrar el sendero andado.

De los actores

Si lo que vamos a buscar para comprender a los *otros*, son los significados, entonces mediante la aplicación de los instrumentos planteados en la metodología llegamos hasta nuestra audiencia y la abordamos desde su esencia-historia. Como resultado de la aplicación de las entrevistas, que se presentan completas en Anexos, para analizar a nuestros informantes, en una matriz se hicieron confluír los referentes teóricos que sustentan esta investigación y las variables de interés como unidades significativas, y sobre ese eje horizontal hacer articular los hallazgos para conformar unidades que de manera descriptiva nos dejaran entender las subjetividades inmersas en la labor editorial como un modo de reconocimiento de nuestros actores.

Ahora se muestran esas herramientas que nos apoyaron para discernir sobre nuestros actores, a pesar de toda la carga simbólica contenida, permitiendo reconocerlos en el ciclo editorial que estudiamos y perfilar el estilo, como el modo más adecuado de hacer-producir en la UV.

Cruzando información se estuvo en capacidad de resumir desde una perspectiva centrada en los hallazgos vinculados a las categorías de análisis, entendiendo cómo se conectan.

El constructo central nos llevó a indagar en toda la audiencia (la comunidad universitaria) y atender de manera relevante al lector que casi aparece como un ente inconexo con la labor, asimismo considerar la percepción clara de inexistencia o ausencia del estilo editorial UV, lo que fundamenta esta construcción final y se soporta con el ejercicio paralelo de construcción de colecciones y sus manuales que determinen las normas editoriales para la UV, todo como herramientas forjadoras de ese estilo que queda claro como sostén de este proyecto.

Los resultados al aplicar las herramientas de análisis respondieron de manera general a los propósitos iniciales, aunque se presentaron omisiones que son expuestas como ausencia del informante y son tomadas en consideración como datos que, o bien no fueron considerados de importancia o fueron sesgados por cuestiones personales que pueden ir desde desconocimiento hasta rivalidad con la tesis presentada, a lo que hay que estar atentos.

REFERENTE TEÓRICO	CATEGORÍAS <i>(unidades significativas)</i>	
<p>Asumimos a nuestra audiencia con una historia que sólo puede leerse si hay un proceso de apropiación, y si propiciamos esa lectura podemos aprehender una parte del fenómeno: las motivaciones, eso implicará apropiarse de la información desde múltiples posibilidades para entenderlo, y dado que entender algo puede llevar a producir un objeto, de acuerdo con Radder (2011), ese nuevo objeto será entonces un contenedor de historias, de momentos y de relaciones.</p>	<p>La historia editorial de la audiencia</p>	
<p>El punto de partida, nuestra audiencia, a la que asumimos desde el punto de vista cultural como: “un objeto [sujeto] cuyos atributos pueden ser descritos dentro de la investigación y ser dados a conocer, ya sea desde términos de preferencias, de usos, de afectos, de decodificación y demás estrategias interpretativas” (Ang, 1996:44); el sujeto, desde el punto de vista social considerado como: “un esquema complejo de relaciones ligadas dentro de un sistema estructurado de comunicación de masas” (Nightingale, 1996:234); adoptando la propuesta léxica: “grupo de personas activas ante los cuales se presentan diferentes discursos” (Abercromble y Longhurst, 1998:3).</p>	<p>La formación profesional</p>	
<p>El editor es responsable de gestionar: la generación, evaluación y selección de obras, la revisión de sus partes y la minuciosa lectura de los textos [...] la conversión del manuscrito en un original de imprenta y el ulterior lanzamiento con el aspecto adecuado, a través de los medios óptimos y con la promoción idónea (Davies, 2005: xiii).</p>	<p>Valoración del trabajo editorial</p>	

ANÁLISIS DE RESPUESTAS

(unidades descriptivo-explicativas)

Se muestran lectores con trayectoria, influidos por una herencia familiar arraigada, traída al presente al recordar títulos, colecciones, géneros y editoriales de forma precisa.

La valoración de los libros no es coincidente con la conservación de los mismos, al menos en etapas iniciales del lector; aunque desde ese bagaje la permanencia de los libros en el adulto se muestra como relevante, incluso manifestado de forma metafórica (“atesorar libros” como joyas).

En este ejercicio aplica una remembranza en la cual aparece el personaje madre como actor desencadenante de un modo de ser. Asimismo, se recuerda un evento (la lectura) como confirmación de un acto realizado con amor (la filiación lectora), recordando detalles que entrañan nostalgia por lo profundo de los recuerdos.

La pérdida de libros en la niñez no se relaciona de manera alguna con los recuerdos que se mantienen fijos y vivos, influyendo en la sensibilidad del informante.

Se manifiesta la poca importancia dada a la posesión y en una expresión coloquial: “rolar”, se dispone todo un constructo del valor del compartirse, que muestra una actitud específica con la vida y una despreocupación manifestada como romanticismo que permea a costa de cualquier situación.

Compartirse es la consigna en la acción de leer y el libro hace eso a través de sus páginas. La firma como referente de estadia, nunca de valor capital. Los sentimientos más íntimos son los únicos que se custodian. La confianza explícita depositada en el género *Homo*, casi como una utopía.

Informantes clave con trayectoria académica que puede influir de manera relevante, dado el amplio acervo de conocimientos que manifiesta. Asimismo, es notable la elección que se hace en una etapa adolescente en donde difícilmente se toman decisiones. Lo anterior muestra personas decididas, comprometidas y que valoran su vocación y lucha por su ideología, basada incluso en sentimientos (amor por los libros). Se presenta una situación constante al acceder al trabajo de edición, la casualidad con el desconocimiento de la labor, que en este caso fue un caso muy afortunado y lleva a desarrollar a un profesional sin frustración, como se cuenta: “ese trabajo me fascinaba...”. Se vuelve a metaforizar la acción con grandilocuencia: “el Universo de la edición”.

Manifestación concisa de una preparación singular y una experiencia académica que hace méritos en este proyecto de intervención hacia una comunidad editorial.

El valor oculto en el trabajo de edición aparece reclamando hacer justicia, pese a ello la labor profesional se antepone a pesar de los pesares.

Aparece como una secuencia oscura de hechos que acometen contra una labor, sin embargo edificante: el trabajo profesional del corrector.

Permea la necesidad de valorar el trabajo y consensuar el reconocimiento de los profesionales de la edición, hecho que redunde en mejoras a la calidad de vida de gente comprometida con su quehacer. Situación paradójica que debe ser atendida.

REFERENTE TEÓRICO	CATEGORÍAS <i>(unidades significativas)</i>	
<p>Se parte de la idea de que el diálogo crítico con colegas es más común en colectividades y que los proyectos que reúnen la discusión y el proceso suelen tener más sentido, sobre todo si son de índole colaborativa (Garza Usabiaga, 2012:90).</p> <p>Apoya esta idea Davies (2005): “La importancia de aplicarse conscientemente al buen trabajo en equipo, de no darlo por sentado y de no percibirlo como algo que sucede por casualidad. No importa qué talentos, habilidades y fortalezas aporte el editor al proceso, si estos son fortalecidos por los esfuerzos combinados de un equipo de personas que trabajan juntas en pos de un libro, la diferencia será palpable y las posibilidades de éxito aumentarán” (p. 157).</p>	El trabajo en equipo	
<p>Senz Bueno (2005) ha enunciado algunas funciones del estilo editorial como parte del control de calidad editorial: “Adecuar un texto a una serie de convenciones que persiguen facilitar su lectura y comprensión hacia el lector a quien va destinado. Conferir al texto un nivel de corrección y depuración lingüística que lo haga más eficaz como vehículo de un mensaje. Dar al texto, mediante la aplicación de pautas estilísticas propias de cada editorial, un sello específico que lo distinga de otros. Generar con todo ello una imagen de prestigio y calidad ante el lector; de la que se beneficiarán tanto el propio autor como la casa editorial que hace público su trabajo” (pp. 357-358).</p>	El estilo editorial	
<p>Las normas editoriales como “la manera peculiar de una editorial de dar forma tipográfica al texto de un autor; que está determinado por [...] su conocimiento de las formas canónicas de escritura, composición y compaginación tipográficas y de los sistemas de producción y reproducción gráfica; por su capacidad de interpretar un texto, realizando la síntesis de aquellos parámetros comunicativos (mensaje, tema, estructura y función del texto, destinatarios) que exigirán reinterpretación; por factores contextuales, como el momento cultural y tecnológico en el que escribe” (Senz Bueno, 2006: 91).</p>	Las normas editoriales	

ANÁLISIS DE RESPUESTAS <i>(unidades descriptivo-explicativas)</i>
<p>La participación del profesional en una labor transdisciplinaria será relevante en la conformación del cuerpo de trabajo a desarrollar en la consecución del proyecto planteado, dado que se piensa como labor comunitaria que aquí es apoyada.</p> <p>Este elemento es relevante y permite ir haciendo elección de personas para labores específicas, es decir, acudir al entramado de la organización funcional de las empresas editoriales.</p> <p>La experiencia en este tipo de trabajo se perfila como determinante en el apoyo que pueda otorgar un individuo en este proyecto.</p> <p>Apreciaciones humildes que no buscan ideales, sino adaptaciones a un modo de ser; se refleja en una labor de concentración necesaria.</p> <p>La individualidad, pero con compromiso hacia un trabajo de equipo se expresa en la forma de: “Esa es una piedra en el zapato”.</p> <p>La colaboración se manifiesta como base de un equipo; la adaptación a pesar de las necesidades personales muestra un sistema de trabajo adaptable y que sugiere mecanismos de acción dinámicos y enriquecedores para ser aceptados.</p>
<p>Confluye la idea de un escaso reconocimiento de la concepción dada al término estilo editorial, manifestada como percepción inconsciente que define una elección de adquisición y lectura.</p> <p>Se incluyen elementos de sustento gramatical que aparecen esbozando el concepto de estilo.</p> <p>Se acepta la propuesta desde el entendido de que cualquier mejora lleva a un trabajo con mayor calidad y eso se busca de modo general en la conformación de un sello editorial.</p> <p>De pronto se percibe casi como un desconocimiento del concepto y es referido de manera simple al embellecimiento, categorizándolo como una característica más estética que funcional.</p>
<p>Se reconocen las normas aplicadas para generar un carácter en el producto editorial, aunque se abordan de manera somera.</p> <p>Se valora siempre a partir de particularidades, hecho que se corresponde con la teoría que al respecto se maneja como forjadora de un estilo.</p> <p>La coincidencia en una necesidad percibida inicialmente como un supuesto confirma que el supuesto es más real de lo que aparentaba.</p> <p>Se hace la historia de un proceso que no ha llevado a consolidarse y se sugiere la pertinencia de la puesta en marcha de herramientas de apoyo.</p> <p>Las manifestaciones de procesos como herencia apoyan la conjetura hecha de saberes consensuados.</p> <p>Se habla de las particularidades dando por entendido el sistema de normas necesarias en la construcción editorial como imprescindibles.</p> <p>Se sugiere la idea a la que se apuesta en este proyecto acerca de que las normas llevan a particularidades y éstas a fijar estilos y consolidar sellos editoriales.</p>

REFERENTE TEÓRICO	CATEGORÍAS <i>(unidades significativas)</i>	
<p>Los instrumentos que maneja o crea el profesional de la edición para satisfacer las demandas y necesidades de los usuarios son documentos que muestran cómo se entiende el lenguaje en común en un grupo específico. Su objetivo es permitir el acceso a quien requiere conocer todas los asuntos relacionados con la lengua que se pone a los servicios de la edición. Su uso permite, al seguir esas normas, elaborar productos de carácter textual valorado por las fuentes sobre las que fueron creados (http://blognisaba.wordpress.com/).</p>	<p>Las fuentes de información</p>	
<p>Atendemos a “la normalización como inducción para mejorar un proceso productivo, que en un contexto local persiga la satisfacción de los agentes involucrados en la construcción y consecución de un objeto cultural: un libro” (Davies, 2005: 3), con calidad editorial y con un estilo que persuada a los lectores hacia su consumo, y que además genere en los universitarios veracruzanos una identidad, que puede estar relacionada con el aspecto exterior o el contenido de un producto editorial.</p>	<p>Los manuales editoriales como herramientas de construcción de colecciones</p>	
<p>“La edición universitaria es parte de un proyecto de apoyo educativo de largo alcance para mejorar las condiciones vigentes de las instituciones. Conlleva cierta nobleza y valor educacional que sin duda permitirá la subsistencia de nuestra cultura” (Lara Zavala, 2010: 128).</p> <p>“En la cultura contemporánea, la universidad es una comunidad académica que desempeña tres funciones primordiales relacionadas con el saber: docencia, investigación y difusión cultural; es decir, le corresponde contribuir al alcance, a la preservación y a la diseminación del conocimiento en la sociedad” (Anaya Rosique, 2010:2).</p>	<p>Los productos editoriales universitarios</p>	

ANÁLISIS DE RESPUESTAS <i>(unidades descriptivo-explicativas)</i>
<p>Se muestra la importancia que se da a la red internet como acceso directo y eficiente a herramientas necesarias en la labor, dejando claro que el uso actual tiende a la eliminación de herramientas impresas, aquellas a las que se recurre casi como en un acto de solidaridad y respeto.</p> <p>Sin embargo, se deja ver que la construcción de los sitios y productos web debe ser cuidada para hacer ágil el trabajo o llevará a abandonarse.</p> <p>Asimismo, se confronta el uso de los diccionarios más populares que norman la lengua, hecho que coincide con la percepción general ya documentada (DRAE, Moliner; Wikipedia, word reference), que pueden validarse como los instrumentos en donde extraer y consensuar las normas aplicadas a la confección de textos.</p> <p>Se elige la web como un sistema de herramientas afín a los tiempos y no se perciben ya las herramientas impresas como elementos indispensables con la avalancha de información que proporcionan los medios electrónicos.</p> <p>La web refiere a eficiencia y a lo práctico y accesible de la información.</p>
<p>Se comprueba la no existencia de documentos que concentre las normatividades del sello editorial que se estudia, corroborando también la pertinencia de su construcción y la premisa inicial que se expone en este proyecto.</p> <p>Se reconoce la importancia del documento como herramienta hacia la eficacia del trabajo editorial y se comprueba el uso actual como consensuado y básico referente a normas muy elementales (uso de negrillas, cursivas, etc.).</p> <p>Se enuncian necesidades de construcción para la eficiencia de la labor, sin argumentos profundos.</p>
<p>De manera general, y sin dudarse, se expresa la percepción de la calidad de las publicaciones universitarias veracruzanas sostenida en el trabajo realizado. Cabe anotar que ese hecho casi siempre va enlazado a la percepción de prestigio en el campo literario que ha traspasado fronteras regionales y que se manifiesta como un orgullo y sentido de pertenencia.</p> <p>Se muestra también el sentido de profesionalización de un equipo orgulloso de su trabajo y convencido de ese hecho. Hay aclaraciones que esbozan una capacidad crítica de mejora, sobre todo manifestada como ajustarse a los tiempos actuales.</p> <p>La cualificación de la labor editorial es optimista, enarbola la calidad del trabajo, seriedad y responsabilidad de los diferentes actores de la cadena de producción del libro universitario como sustancia que dignifica su labor.</p> <p>La calificación dada a los temas que se publican es positiva y el punto de realce lo da la valoración del diseño de las colecciones que se propone necesita analizarse a profundidad y se arguye la modernidad como necesaria.</p>

REFERENTE TEÓRICO	CATEGORÍAS (<i>unidades significativas</i>)	
<p>La marca o sello editorial será asumida como una contraseña, atendiendo a lo que dice Herralde (2000): “Mi creencia, quizá ilusa, es que, incluso en una época tan acelerada como la actual, sigue siendo importante el largo aliento, la <i>longue durée</i> en la creación, eficacia e influencia de una marca. Para crear una marca editorial –y que se convierta en una contraseña– es imprescindible la persistencia y la coherencia para fijarla en el imaginario colectivo. Ahondar en un surco hondo y ancho, sin dispersiones ni despistes. Una imagen nítida, a la vez previsible y sorprendente. La creación de un ‘aura’ que ‘proteja’ a escritores desconocidos, que inspire credibilidad” (p. 12).</p>	<p>Las colecciones y su diseño como marca editorial</p>	
<p>McNamara (2004) plantea para formar mejores lectores ofrecer mejores textos, considerando como tales aquellos relativamente cohesivos. Se argumenta que las características del lector, el texto, las actividades de comprensión y el contexto sociocultural, son factores a considerar para entender los procesos de comprensión de un individuo sobre lo que lee. Así, las conexiones dentro de la representación mental del lector se construyen sobre la base de los elementos que hay en el texto, combinados con las habilidades cognitivas y la intencionalidad del lector (pp. 19-21).</p>	<p>El lector universitario y la práctica lectora</p>	
<p>“Las editoriales universitarias deben considerar el concepto mismo de universidad, su función cultural en la sociedad, cómo están organizadas la docencia y la investigación a las que, con la autonomía necesaria, deberá estar vinculada la actividad editorial y por medio de la cual se apreciarán la calidad y la inserción social de la vida académica. [...] Las editoriales universitarias enfrentan una dualidad contradictoria inevitable: surgen del mundo académico para satisfacer importantes necesidades de difusión; deben moverse en la realidad industrial y comercial del libro. [...] La habilidad que adquieran para avanzar en estos dos ámbitos, tan opuestos entre sí en la práctica, les permitirá lograr sus cometidos fundamentales” (Anaya, 2010:3-11).</p>	<p>La proyección de la Universidad Veracruzana</p>	
<p>Buscar la proyección a futuro, de acuerdo con Lakoff (1987) es como una forma de identificar los contenidos mentales a través del análisis conceptual –reconociendo las metáforas cognitivas y las estructuras categoriales– y a través de un análisis esquemático –identificando las imágenes esquema como los motivadores–, construir los argumentos persuasivos que podrán emplearse en el discurso proyectado, también desde la consideración dada por el lingüista Austin (1982): “las palabras no pueden entenderse solamente por su carácter demostrativo, sino también, y fundamentalmente, por su temperamento performativo, donde emitir una expresión es realizar una acción [que] no se concibe [...] como el mero decir algo, sino como un acto con consecuencias sociales”.</p>	<p>El profesional de la edición</p>	

ANÁLISIS DE RESPUESTAS <i>(unidades descriptivo-explicativas)</i>
<p>Abordando la temática de las editoriales universitarias fundamentan su punto de vista haciendo el contraste entre las funciones de una universidad y una editorial comercial. Hablan de la operación de diseño como sinónimo de abstracción de perspectivas. Manifiestan la necesidad de renovación pero manteniendo las fortalezas actuales.</p> <p>Queda manifiesta la labor que hace la Universidad al promocionar sus funciones como delimitadas y puntuales, hecho que es apoyado al afirmar que acaso se cumple en las colecciones universitarias con las expectativas que lo universitario genera. Se percibe sugerente y acaso necesaria la idea de generar cambios-mejoras; ese hecho es manifiesto sobre todo en la mente de quienes participan como autores; asimismo es referente en quienes han sido o se perfilan hacia niveles con toma de decisiones editoriales relevantes.</p>
<p>Se manifiesta desconocimiento por el fenómeno lector, aunque se aborda en este punto la temática abarcante, saliendo a relucir la tradición literaria de la colección Ficción, lo que permea en el sello como estela de prestigio.</p> <p>Se considera ese prestigio adquirido pero se soslaya al auditorio o lector como parte constructora de un sello editorial. No es clara la respuesta de lectura a los textos contruidos, se dan simples percepciones, pero se evalúa como positiva la producción en temáticas diversas.</p> <p>Hay manifestaciones de desconocimiento completo acerca del núcleo de lectores universitarios. Ese hecho renueva la idea de atención a quien se dirige un producto. Se afirma no conocer el ciclo completo hecho que se manifiesta como incapacidad (“No estoy calificado...”). Siempre se recalca la pertinencia de las mejoras y la disposición a ellas.</p>
<p>Cuando se busca proyectar a la editorial se hace desde la base de lo construido, lo sustancial de una universidad y lo que distingue editorialmente a la UV (literatura y poesía), siempre desde la consideración clara de las funciones que cumplen las editoriales universitarias: difusión de la cultura y la investigación, anteponiéndolas a las funciones comerciales. La diferencia es bien marcada.</p> <p>La proyección a futuro apunta a lo electrónico como urgente.</p> <p>Se reconoce la incapacidad actual para cubrir esos ámbitos que ya se reclaman según las apreciaciones personales del informante, sin dar a conocer las bases de su argumentación.</p> <p>Se va al problema de la distribución como remarcando un pendiente sólidamente asentado.</p>
<p>La proyección personal recae en la incursión al mundo electrónico como un reto, como un modo de aprender actualizando las ediciones y el editor se somete a ello como una necesidad apremiante con su dosis de autoconvencimiento (“para mí resulta refrescante, emocionante...”).</p> <p>La perspectiva personal de un profesional comprometido queda de manifiesto al buscar la actualización y el llenado de huecos que se reconocen, con humildad, pero que no oculta la profesionalización de un individuo que crece con su labor. Llenar huecos, actualizarse para no perecer es la consigna.</p>

En la aplicación de los instrumentos se mostró apertura con posibilidad de incluir nuevas categorías o cuestionamientos en función de los hallazgos, eso fue claro en el análisis de los datos y durante el propio proceso de recolección de información. Lo anterior permitió ampliar la batería de preguntas e incluir nuevas como estrategias de información complementaria, sobre todo en el aspecto que más se desconoce que es el relativo a lo que es el estilo editorial, procurando derivar poco a poco la respuesta del informante y evitar intimidarlo ante un aparente desconocimiento del concepto. Concluimos que aunque se concibe una relación directa entre calidad y estilo, no hay un referente preciso del concepto final.

La flexibilidad mostrada estuvo muy relacionada con la apertura del informante y nos refirió la posibilidad de modificar lo ya previsto en el proceso inicial, en cuanto al volumen y calidad de la información, permitiendo incluso adaptar en el transcurso de las aplicaciones tanto las preguntas como los medios para obtener respuestas más enfocadas a nuestro objetivo o bien seleccionar sólo algunos reactivos enfocados más directamente con la labor precisa del informante.

Un caso particular fue hallar que los informantes sienten predilección por los instrumentos electrónicos contra las herramientas en papel (diccionarios, manuales), hecho que desvía el supuesto o creencia original en esta investigación, pero con las respuestas de algunos informantes podríamos acaso fundamentar que la edad del informante y su capacidad como constructor o consumidor de libros lo hacen usuario consuetudinario de libros en papel, predilección de uso que fue posible confrontar con la aplicación del resto de las entrevistas y definir ese punto.

Con el instrumento aplicado fue percibida una buena dosis de sensibilidad a la labor editorial, lo que refiere una buena selección de los informantes, que se confirma con la dinámica seguida y que deriva como punto a favor del objeto de análisis. Incluso sugiere, con el aporte de información, que las estrategias de acercamiento previstas inicialmente funcionaron y además nos llevan a concluir que los informantes entrevistados pueden formar parte del pilotaje del proceso de diseño y producción de las colecciones y sus manuales; es decir, funcionar como agentes valiosos en la evaluación de la propuesta planteada.

De los productos

Después de extraer información para tener un diagnóstico acerca de cómo se conciben los diferentes actores de la producción editorial

de la UV, con la aplicación de las entrevistas y el posterior análisis de su discurso, interpretado desde la perspectiva simbólica y conceptual, encontramos que de modo recurrente nuestro auditorio enmarca la labor editorial en una metáfora de *construcción* en la que la *práctica* es la *sustancia* que se muestra en algo que aparece apenas esbozado como *estilo editorial*. Ahí se focaliza un punto de encuentro entre la tesis sostenida y el auditorio, y nos lleva a pensar también en la necesidad de profesionalizar la labor editorial como un modo de esa sustancia hacerla sólida.

También hallamos un lugar compartido que perfila que las normas determinan ese estilo acaso esbozado, aunque están ahora depositadas en un sitio (la experiencia personal) que podría perfilar como inestable la labor editorial. Lo anterior nuevamente apunta hacia el fortalecimiento de la premisa inicial que con las entrevistas se fortalece apoyando este proyecto hacia la construcción de herramientas para la producción.

Habrà que profundizar y generar estrategias que lleven a situar en la mente de la audiencia el estilo editorial como un concepto de construcción profesional que ahora aparece apenas enunciado, pero sin conciencia plena de su valor. Ésa es una tarea que debe ser atendida de manera imperativa, incluso como el sostén a los productos resultantes de este estudio y que ahora presentamos.

En este punto es claro que todas las decisiones editoriales que llevan a organizar un producto se deben relacionar, en primera instancia, con la situación a atender, es decir, con el objeto y fines del discurso, pero también se toman decisiones dependiendo de las necesidades pragmáticas del discurso propiamente dicho, atendiendo la filosofía del lenguaje y de la comunicación; entendiendo el modo en que el contexto influye al interpretar un mensaje y los significados que genera.

Hay que estar atentos al hecho de que cuando un texto acaba de ser escrito por un autor sólo es una idea plasmada, en ocasiones sin fines propios, pues el acto de escribir tiene vida autónoma, sentido sólo en sí mismo: las palabras del autor y el autor con sus palabras.

El acto comunicativo se deduce debiera ser el fin, aunque no siempre es así, pero cuando la idea de comunicar lo que se ha escrito germina, el aliciente o nutriente que alimentará esas letras sobre el papel es la organización de ese discurso para ser compartido. Es ahí donde aparecen los editores en escena como en antaño, artesanos participantes en la educación de un pueblo, no sólo produciendo objetos organizados,

sino además al mostrar el valor y el modo de aprehender aquello que bien saben hacer.

Es también cuando la marca profesionalizante del trabajo editorial se hace presente como promotor de esa transformación necesaria para sacar de la oscuridad a un texto y llevarlo a la luz, volverlo claridad y brillo a través de los diversos elementos organizados que lo componen. Entran en juego ahora las operaciones que deben practicarse al texto para darle la forma más adecuada para salir al mundo y comunicarse.

Ahora se presenta el diseño de las colecciones como una unidad, acaso independiente, pero que se justifica como un modo de hacer de manera ordenada, poniendo en contexto los elementos fundamentales de la construcción; y disponiendo la información en la secuencia que nos llevó a diseñar y que ahora se presenta tal cual, ya que además esa estructura así fue postulada ante las autoridades universitarias veracruzanas.

EL REDISEÑO DE COLECCIONES

En esta investigación, en retrospectiva observamos y nos introducimos en las historias cotidianas particulares, hallando elementos que nos ayudaron a trabajar sobre una historia primaria, internalizada; elaborar nuestro discurso desde lo más hondo del proceso que se busca analizar: la concepción de productos editoriales universitarios como parte de un estilo editorial. Reconocer el discurso editorial que se ha construido hasta hoy en la UV fue reconocer los símbolos y significantes como punto de partida para comunicarnos bajo el mismo código, eso entendemos ahora ha sido hacer política, es decir, actuar desde, con y para la comunidad.

En la historia recuperada se reconoce que las necesidades y traslapes generacionales derivan en nuevas codificaciones que hay que asumir como puntos de abordaje, entonces el estudio de las colecciones universitarias veracruzanas ha sido empleado como mecanismo o vehículo de comunicación mediática. A través del reconocimiento que se ha hecho de sus antecedentes históricos, considerando el entorno geográfico y los códigos editoriales que se han conformado a través del tiempo, nos descubrimos haciendo acto de presencia.

Además, el incorporar la interdisciplina a los proyectos editoriales llevó a comprender de manera integral el acto comunicativo y con esas bases analizar conceptual y simbólicamente los hechos que han ocu-

rrido en contextos y tiempos definidos en una comunidad, permitiendo la recuperación de esa memoria significativa que va inscribiendo símbolos en las comunidades.

Para el caso de la UV, la recuperación de sus símbolos editoriales es como un retroceso en el tiempo que nos permite desenterrar los ancestros que han forjado y dado nombre a la editorial universitaria, y a partir de ese fondo literario elevar nuevamente esos simbolismos como portadores del prestigio y que requieren ser conocidos por las nuevas generaciones ávidas de pertenecer o asirse a algo como una forma de identificarse socialmente; la identidad como eslabón cultural que une y que propicia la recepción.

Con el reconocimiento de los diferentes actores y procesos involucrados en la producción editorial, y con la aplicación de los instrumentos metodológicos, fue posible confirmar uno de los postulados iniciales de este proyecto: que la Universidad Veracruzana debe ofrecer a su comunidad objetos culturales desde criterios que eleven la calidad de su oferta educativa, y parte indispensable de esa oferta serán los libros que se producen en su Editorial.

Analizar a esa comunidad, el proceso de producción y sus diseños nos llevó a proponer cambios y generar nuevos esquemas de trabajo buscando consolidar un estilo ya existente que al principio aparecía difuso, pero que al reconocerlo se ve requiere adaptarse a los tiempos como una estrategia y como parte del fortalecimiento y permanencia de los sellos editoriales: los cambios gráficos son necesarios y deben ser acordes a los tiempos que vivimos, donde todo se modifica y “moderniza” como un modo de permanecer.

Se comprueba la premisa inicial al considerar que en la construcción de libros, además de adaptarse a los cánones propios de la institución (normas editoriales), en su diseño hay que atender a elementos tipográficos, al concepto, al formato, al tamaño, los márgenes, las unidades, la estructura, el orden y a elementos micro, como la letra, el espacio entre las letras y entre las palabras, la longitud de la línea y el interlineado.

El diseño como pieza fundamental de una estrategia global de reposicionamiento de la editorial de la UV, por ello se rediseñaron dos colecciones, trabajando sobre formatos tradicionales que a lo largo de más de 20 años permanecieron sin ser revisados, bajo el argumento que las opciones de aspecto y de formato se han ido complejizando y son cada vez más importantes.

Rediseñar dos de las más antiguas colecciones universitarias, proponer reformas que le lleven a generar un estilo singular –acorde a su audiencia, a la temática y a los tiempos–, trazar nuevas formas de organización de la página que la hagan más legible, actual y visualmente atractiva, y elaborar instrumentos de apoyo a la construcción (la plantilla InDesign, sus fichas técnicas y correspondientes manuales de diseño), para cada colección, fue una labor ineludible. Con ese fundamento se llegó al diagnóstico para proceder entonces a trabajar en el rediseño editorial de las colecciones Biblioteca y Ficción.

Las necesidades

Dado que la descripción de la colección Biblioteca dentro del proyecto editorial UV es sumamente austera y acaso indefinida: “La colección Biblioteca recopila ensayos de carácter literario, filosófico e histórico, principalmente” (<http://www.UV.mx/editorial/historia/>), al aplicar las entrevistas se obtuvo un contexto enriquecido que apoyado en la baterías de preguntas buscó indagar más acerca de las necesidades de los autores, delinear los posibles lectores y conocer el tipo de producto que se iba a diseñar. Si bien en el análisis cualitativo se infiere de nuestros actores sus características culturales y sociales, sus hábitos y costumbres, sus preferencias de lectura –ello con los estudios de prácticas lectoras que en la UV se han practicado y que refieren una segmentación clara de los grupos universitarios a los que nos dirigimos (Jarvio, 2011)–, son los datos subjetivos de deseos y necesidades los que nos fueron de mucha ayuda y a ellos se acudió mediante la encuesta y el cuestionario. Se presenta un extracto de lo cuestionado de modo específico sobre el diseño de colecciones y algunas de las respuestas más simbólicas.

Las preguntas

¿Qué espera un universitario sea su casa editorial? ¿Cómo desearía ver publicados sus productos editoriales? ¿Qué lectores sería deseable consumieran esos productos? ¿Qué colecciones consulta? ¿Qué colecciones compra? ¿Cuáles recomienda?

Las respuestas

Comunicar de manera escrita a *mis colegas, mis pares*, los avances que mi trabajo ofrece, con un estilo propio de mi institución. Se hace necesaria la conducción de la editorial en ese proceso para que los textos presenten un *estilo editorial que pueda*

ser reconocido por otros como parte de la UV. Algo que todos apreciarían sería la *rapidez* en el proceso editorial.

Como investigadores cada vez más se nos piden los libros como comprobaciones de nuestro trabajo para el SNI, que salgan lo más rápido posible y que alcancen una difusión amplia. Que sean publicados en un formato atractivo, sin errores ortográficos ni tipográficos; que el libro sea realmente un producto de *comunicación entre el autor y su lector*; las investigaciones de por sí pueden ser un tanto áridas o poco atractivas, por ello que el trabajo tipográfico y de diseño pueden ayudar mucho a encontrar lectores interesados. Que me lean otros *investigadores*, y de preferencia, un público no especializado, pero esto depende más del investigador que del editor, aunque éste último puede ayudar mucho con un *diseño atractivo*.

Un creador espera que en su casa editorial pueda encontrar un espacio donde sus obras se publiquen de la mejor manera posible y que salgan a la luz buscando los lectores idóneos. Se espera una editorial donde uno lleva su ejemplar en borrador y recibe una *atención personalizada* en lo referente a la reestructuración del texto y corrección del mismo. Y desearía verlo publicado tal vez con mayor *rapidez*, en tanto que como académicos e investigadores que participamos en diferentes programas de apoyo estatal, nacional e internacional, en ocasiones sí deseamos que nuestros textos entregados a la Editorial de la UV vieran la luz no sólo para hacer el protocolo de la presentación sino para ubicarlo en cada una de las entidades educativas en las que participamos. Sería deseable que lo consumieran nuestros estudiantes de licenciatura, maestría y doctorado que se están formando académicamente y con nuestras modestas aportaciones creo sinceramente que se les abriría expectativas sobre nuevas rutas en sus planteamientos originales para alcanzar su grado.

Espero que sea un espacio de difusión y divulgación que permita la promoción de los *trabajos de calidad* que se realizan en la UV como productos para la investigación, la docencia, la creación y la divulgación al público general. Desearía verlos publicados en formato impreso aunque no descarto el formato digital si se considera que puede facilitar la difusión. Sería deseable lo consumieran tanto público académico como general. Depende del tipo de publicación.

Un creador espera que su casa editorial sea un espacio incluyente y respetuoso, en el que se le brinde calidad en la producción editorial y se asegure una distribución adecuada, para que el resultado de sus publicaciones llegue a un mayor número de lectores. Sobre todo, lectores del ámbito universitario: estudiantes, profesores e investigadores.

El resultado

Al analizar las respuestas se halla que la función aparece como un criterio prioritario, se deben producir libros que cumplan necesidades propias de los investigadores y creadores que deben comunicarse con sus pares y ante una institución mostrar el resultado de su trabajo.

Se reconoce que aprecian objetos dependientes del hábito socialmente construido: libros universitarios. Muestran desconocimiento del proceso editorial al manifestar la necesidad de eficiencia en la construcción de libros reducida a la rapidez. Tienen imágenes mentales de calidad que refieren a lo visualmente atractivo, trayendo elementos como tipografía a esas imágenes.

Se puede encontrar en las respuestas de los informantes que existen códigos compartidos que son reconocidos como dependientes del contexto y la circunstancia. El libro aparece como un código de reconocimiento que motiva un tipo de acción. La universidad produce, luego entonces lo que produce debe comunicarse y lo que se publica debe leerse. Esa es la meta aunque no siempre el cometido administrativo de las universidades; el fin último no siempre es alcanzado.

Se buscó entonces atender esos códigos del emisor. Y si bien la función determinará la forma, al diseñar se debe estar atento que un libro de investigación a los cinco años pierde la función, no así un objeto conteniendo creación literaria. Aunque algo que no se debe hacer a un lado, al estar dentro de una institución, es el cumplimiento de las funciones universitarias con sus productos editoriales; ahí no siempre habrá puntos de convergencia.

La obra a diseñar

Se ve así que la colección Biblioteca se espera publique de manera general textos producto de la investigación que en la UV se desarrolla. Esa colección publica en el formato de ensayos que estructuran obras que comunican el desarrollo teórico y reflexivo de las diferentes disciplinas sociales que se manifiestan como parte de las labores sustantivas de la universidad: investigación y difusión de sus productos. La colección Ficción, más definida por su historia, acuna todos aquellos textos de creación literaria, en sus diferentes géneros, y es un espacio abierto a los creadores universitarios y del mundo de habla hispana.

Con la información recabada se procedió a adjetivar de manera categórica el tipo de obras a diseñar: legible, eficiente, comunicativa, formal; atractiva y actual. Con ello se tiene un punto de partida quizá

general e idóneo para cualquier edición, entonces se busca también delinearla de acuerdo con la temática.

Para la colección Biblioteca se busca proponer un formato para comunicarse con individuos especialistas en las diferentes ramas de las humanidades que requieren también dialogar entre pares; una lectura de consulta en formato de ensayos individuales o bien colectivos que acaso pueda incidir en los estudiantes como apoyo académico. Una obra formal, aunque diferenciada de su antiguo formato para hacer *sentir* el cambio. La colección Ficción se buscará ligera, accesible, amena, de formato cómodo, visualmente artístico y propio para un lector más relajado. Los cambios aunque mínimos deben ser notados.

La argumentación tipográfica

En esta fase primera del diseño se parte de las recomendaciones prácticas de Bringhurst. En la composición de la página de un libro los contenidos textuales son los principales responsables de la transmisión del mensaje al espectador final. La tipografía es la materia que hace de intermediario entre el receptor y la información propiamente dicha; los caracteres matizan las palabras y le aportan o refuerzan el sentido; cada familia tipográfica tiene sus propias características y su personalidad que permiten expresar diferentes notas visuales, unas más fuertes y otras más sutiles, unas más refinadas y otras más toscas, unas más geométricas y otras más orgánicas. La regla más útil de las combinaciones tipográficas es emplear un tipo *serif* y uno de tipo *sans serif* para efectuar el contraste, y preferible será emplear esos estilos contrastantes pero correspondientes a una misma familia que ahora se encuentran muy completas y abundan en el mercado tipográfico. Los diferentes estilos de los tipos elegidos bien pueden marcar la estructura, aunque atender que tipos de letras demasiado similares dan como resultado una combinación a veces imperceptible; si bien es importante el contraste mejor es lograr cierta estética en el conjunto (Becerra Prado, com. pers.).

El factor determinante sobre la elección de un tipo de letra base debe ser su legibilidad, propiedad derivada en buena parte del diseño mismo de los tipos de letra, eso es importante para las líneas de textos largas. Para bloques de texto o líneas cortas se tiene mayor libertad de elección. Conviene evitar lo que ya está muy visto. Un tipo de letra que todo el mundo usa hace que nuestros documentos sean indistinguibles, un producto clónico de los demás (Bringhurst, 2008).

También Henestrosa, De Buen, Pineda y Kloss han mostrado que una parte importante en la selección tipográfica es detenerse ante el catálogo de tipos y buscar respuesta a diferentes aspectos: *a)* el carácter del producto, *b)* las características técnicas del texto a componer, *c)* el contexto donde se ubicará el producto, *d)* el posible auditorio o lector, *e)* ¿qué tipo le gustaría más a mi lector? –pensar que la gente lee mejor lo que más lee–, entonces buscar correspondencias. Con algunas respuestas a esas interrogantes se busca elegir una fuente tipográfica adecuada y completa que cumpla con las características técnicas óptimas o las mínimas necesarias para elaborar productos editoriales de calidad.

Para textos largos se sigue un procedimiento sencillo derivado del “método aditivo” de composición propuesto por Jorge de Buen: recorrer nuestro catálogo, seleccionar tipos que cumplan con nuestras adjetivaciones o necesidades, generar textos, imprimirlos, *sentirlos* y elegir pensando en que nuestro lector tome el libro y antes de tres páginas el libro haya desaparecido porque se ha vuelto parte de él.

Luego se dispone la cantidad de caracteres y líneas acordes con las características del lector al que atenderá nuestro texto. Entonces, el cuerpo estará en función de la facilidad para leer. Un bajo lector se considera lee entre 25 y 30 caracteres en un renglón de manera cómoda; el alto lector lee de 60 a 80 caracteres (Bringinghurst, 2008:35). Hay que administrar lo que se ofrecerá a nuestro lector a través del tipo adecuado y en la cantidad ideal. Elegida la fuente y el tamaño del cuerpo, se buscarán los tipos para cuerpos cortos o medianos, aquellos que pueden ser empleados como contraste y aparecer como elementos gráficos que aparte de guiar la lectura persuadan visualmente por su forma.

La selección tipográfica

Con una multiplicidad de elementos teóricos en que basarnos se inicia la selección de tipografía atendiendo a las preferencias de los diversos actores involucrados en las colecciones que se han de atender, y dado que se refiere a la investigación y a la creación literaria como los campos de acción, se busca seleccionar de la gran gama de tipos aquellos propios para la lectura especializada y la de recreación.

Al clasificar a los lectores se determina que para Biblioteca oscilan en un rango que va de los 40 a 60 años de edad, y para Ficción, un rango más amplio que puede ir de los 20 y 30 años hasta lectores de 40 a 70 años de edad. A pesar de ello, ha sido subrayada, para ambas colecciones, la preferencia por elementos que destaquen el refinamiento,

referido a la cultura, aunque con sobriedad (formalidad) al tratarse de textos que son publicados pretendiendo hacer pasar a la historia a un creador con una obra en un determinado contexto social y cultural.

Frente a ello, la decisión de elegir para el cuerpo general de las obras una tipografía de formas con remates, fue determinada por la función de legibilidad material, una característica puntual para este proyecto de rediseño de las colecciones universitarias.

Se consideró el juego actual de tipos *serif/sin serif* como una variante o postura dinámica de nuestras colecciones. En las páginas siguientes se resume el proceso realizado mediante el proceso de prueba-impresión-eliminación-selección, practicado ante el equipo editorial y otros sujetos propios del ciclo y la labor editorial, así fueron elegidas las combinaciones: Col. Biblioteca (Minion/Myriad Pro) y Col. Ficción (ACaslon Pro/Gill Sans)

De las tipografías

MINION PRO. En 1989 Adobe ofreció la versión de esta familia diseñada por Robert Slimbach. Es para textos largos, considerada neo humanista, bien desarrollada y completa. En sentido tipográfico se considera un tipo muy económico para componer. Permite mayores caracteres por línea que muchas otras fuentes con remates y no aparece ni comprimida o apretada. Tiene diferentes dígitos, entre ellos los no alineados que le proveen de un estilo refinado y antiguo a pesar de tratarse de una fuente bien moderna. Tiene versalitas, esenciales para el diseño de cualquier texto actual. Su forma OpenType le provee de ornamentos tipográficos, cursivas con trazo caligráfico. Conjuga adecuadamente con Myriad Pro, su compañera de estilo y creador, lo que le provee de un juego muy armónico y útil. Se trata de una fuente que deviene a lo digital con gran porte y legibilidad.

Myriad Pro. Diseñada por Slimbach y Twombly junto con Brady, Syle y el personal de diseño de Adobe en 1992. Posee legibilidad, calidez y comodidad propios de las tipografías sin serif humanistas pero combinadas con sutiles formas geométricas. Su ajuste preciso y las formas claras y limpias la convierten en una opción excelente para texto. En su versión Redonda (o Regular), la caja de la tipografía tiende a ser estrecha en comparación a su altura, provocando un efecto de estilización de la letra. El grueso de su trazo es constante y no tiene ningún tipo de ornamento. Myriad, desde que fuera diseñada a principios de los años 90, ha contado con diversas reediciones y actualizaciones, ofreciendo juegos nuevos de glifos, pequeñas variaciones en el trazo o adaptaciones para nuevos medios, como por ejemplo, para su lectura en pantallas.

Fuentes originales empleadas en las colecciones de la UV

hamburgerfonts^AGaramond (Col. Ficción)

hamburgerfonts^{Joanna}MT Std (La Ciencia y el Hombre)

hamburgerfonts^{Goudy}Old Style (Cuartel de Invierno)

hamburgerfonts^{ITC}New Baskerville (La Palabra)

hamburgerfonts^{Palatino}(Textos Universitarios)

hamburgerfonts^{Century}Scholbook (Col. Biblioteca)

Propuesta de fuentes con serif para la col. Biblioteca y Ficción de la UV

hamburgerfonts^{Garamond}

hamburgerfonts^{Baskerville}

hamburgerfonts^{Adobe}Caslon Pro

hamburgerfonts^{Minion}Pro

hamburgerfonts^{Cochin}

hamburgerfonts^{Sabon}

hamburgerfonts^AGaramond

hamburgerfonts^{Century}Sch

El juego de las cursivas en fuentes seleccionadas

hamburgerfonts Garamond

hamburgerfonts

hamburgerfonts Baskerville

hamburgerfonts

hamburgerfonts Adobe Caslon Pro

hamburgerfonts

hamburgerfonts Minion Pro

hamburgerfonts

hamburgerfonts Cochin

hamburgerfonts

hamburgerfonts Sabon

hamburgerfonts

Fuentes sin serif para contraste de la col. Biblioteca y Ficción de la UY

hamburgerfonts Agenda

hamburgerfonts Gill Sans

hamburgerfonts Futura STD

hamburgerfonts Myriad Pro

hamburgerfonts Avenir

hamburgerfonts Franklin

hamburgerfonts Helvética

hamburgerfonts Universe

Juego de fuentes serif/ sans serif seleccionadas

hamburgerfonts Myriad Pro
hamburgerfonts Minion Pro

hamburgerfonts Avenir Medium
hamburgerfonts Arno Pro

hamburgerfonts Gill Sans
hamburgerfonts Adobe Caslon Pro

hamburgerfonts Franklin Gothic
hamburgerfonts Sabon

hamburgerfonts Univers 65 Bold
hamburgerfonts Cochon

Fuentes seleccionadas vs fuentes originales

hamburgerfonts Myriad Pro

HAMBURGERFONTS Myriad Pro

hamburgerfonts Minion Pro

hamburgerfonts Century Scholbook

hamburgerfonts Gill Sans

HAMBURGERFONTS Gill Sans

hamburgerfonts Adobe Caslon Pro

hamburgerfonts Adobe Garamond

En la colección Biblioteca, al hacer el tránsito de la Century Schoolbook usada por más de 50 años, hacia el juego de tipos Minion/Myriad se busca portar textos de modo eficiente en un cuerpo de 10 pts. y con toques de modernidad que permitan sugerir textualmente formalidad pero no anticuada, sino actualidad y dinamismo. El trazo caligráfico se enfatizará al conjugarse con un tipo de diseño geométrico en un juego de estructura humanista propio del siglo XXI y con este juego tipográfico se propone un cruce hacia lo digital, al tratarse de tipos creados para funcionar así.

Adobe Caslon Pro. Tiene su origen en los tipos de William Caslon. Refiere al barroco inglés por excelencia y se ha conservado de forma notable. Bringhurst indica que no hay duda de que los tipos de Caslon tienen un estatus legendario que refieren “la pipa y las pantuflas, el buen auto usado y la silla preferida”. Muy recientemente Carol Twombly (1989) ha trazado una descendiente digital de Caslon que Bringhurst refiere como “respetable, sensible y bien hecha”: la Adobe Caslon Pro, se encuentra equipada con elzeverianos, versalitas, ornamentos y todo lo necesario para la creación de textos con estilo antiguo y refinado por sus mayúsculas de trazos caligráficos y otros accesorios u ornamentos que acompañan a las letras. Es una fuente OpenType recomendable si no se requiere de especificidades.

Gill Sans. Los artesanos de Monotype diseñaron esta fuente en la década de 1950. La fuente está pensada para un diseño limpio y usable. Hay varios pesos, tanto rectos como oblicuos, pero no se ha comercializado un peso específico para la composición de texto corrido. Recientemente una publicación del diseñador Chris Spooner la refiere como las 25 tipografías más populares y utilizadas en el mundo del diseño y que seguirán teniendo vigencia y relevancia sin importar en que siglo estemos. Se trata de una tipografía muy legible, con una alta dosis de originalidad y una personalidad muy moderna (<http://www.mas-que-dibujitos.com/tipografias-que-perduraran-en-la-historia-del-diseno/#sthash.NWVooEPm.dpuf>).

La propuesta tipográfica para la colección Ficción busca un cambio sutil; después de emplear por muchos años el tipo AGaramond, se propone ahora un juego de tipos con sugerencia de estirpe fina, que se considera recomendable para la lectura de textos de creación literaria. Aquellas lecturas que son degustadas por placer y reservadas a estados de ánimo y contextos confortables serán guiadas por una tipografía de

origen antiguo pero vuelta clásica al ser re-trazada recientemente para proveerle de características que ante la pantalla nos permitan seguir degustando de sus líneas caligráficas: la Adobe Caslon Pro. Su combinación con Gill Sans, tipo de porte esbelto y elegante hará el juego que otorgue ese toque de actualidad ante el contraste, aún tratándose de un tipo de hace casi 70 años, como es nuestra colección, y le permita coexistir en pleno siglo XXI con varias generaciones de lectores.

LA PROPUESTA (COLECCIÓN BIBLIOTECA)

La caja tipográfica

Dice Bringhurst (2008) que “el tamaño, la forma y la colocación de la tipografía revela un poco sobre el mundo en que se fabricó un libro”. Para el desarrollo de la caja nos colocamos en el ojos de nuestro lector, y reconociéndolo individuo académicamente especializado, se consideró el número de caracteres por página que sería pertinente ofrecerle en el tipo de letra seleccionado: Minion Pro.

Se hicieron pruebas con bloques de texto a diferentes puntajes e interlineados, procurando líneas de 60 a 75 caracteres y evaluar el rendimiento y la legibilidad a la impresión.

La elección se basó en la entrada de mayor número de caracteres por página, siempre y cuando ésta no se sintiera sofocada. Así, queda definido el cuerpo más conveniente a la lectura de ensayos de investigación (10:16 pts.).

Se procede a considerar el formato, que apegado a las medidas comerciales de papel fuera más redituable tipográfica y económicamente. Se proyecta un libro en formato francés.

Mediante doblez de un pliego comercial de 70 x 95 cm se determina el tamaño final del libro, quedando en 14 x 23 cm, lo que ante un calculador de papel al corte nos dicta una merma de 3.15%, cifra muy conveniente para este proyecto que buscará en la medida de lo posible apoyar la nueva tendencia de libros “verdes”.

prueba de Minion a 11:16 pts / 75 caracteres. Este libro reúne voces de múltiples disciplinas y tiempos diversos. Es un relato en registros múltiples, construido a lo largo de muchos años de reflexión y enseñanza, sobre cuestiones fundamentales del hacer arquitectónico. Consecuentemente mi primera deuda es con mis colegas y estudiantes por las innumerables conversaciones que han contribuido a mis propias preocupaciones. Tengo la gran fortuna de trabajar en el contexto académico del programa de posgrado en Historia y Teoría de la Arquitectura de McGill University en Montreal, donde nuestros seminarios con estudiantes y visitantes distinguidos hacen virtud de la palabra viva y de su fuerza retórica revelando, a menudo de manera maravillosa e inesperada, importantes verdades a través de su sentido erótico.

A lo largo del camino, el libro agradece sus muchas (y profundas) deudas a escritores y filósofos de la arquitectura. Aunque sea quizás menos obvio, las voces de tres queridos colegas fueron particularmente importantes. Para mis reflexiones sobre la poética y la ética de la arquitectura, los trabajos de Dalibor Vesely y Karsten Harries fueron puntos de partida fundamentales. La teoría generativa de Juhani Pallasmaa, dirigida específicamente a tópicos arquitectónicos fue una fuente constante de inspiración.

Múltiples asistentes de investigación contribuyeron en forma sustancial. Marc Neveu y Caroline Dionne leyeron secciones del trabajo y proporcionaron reseñas críticas. Lian Chang y Christina Contandriopoulos contribuyeron al trabajo bibliográfico bajo los auspicios del Institut de Recherche en *Histoire de l'Architecture* (Instituto de Investigaciones en Historia de la Arquitectura). Mi colega, Stephen Parcell, de la Universidad Dalhousie leyó el manuscrito con gran cuidado e hizo múltiples e importantes observaciones, además de editar cuidadosamente la versión inglesa de este libro. Le quedo profundamente agradecido de su ayuda incondicional.

Mi esposa y colega Louise Pelletier también leyó el manuscrito, proveyendo el diálogo tan necesario a través del largo periodo de escritura.

Los fondos bibliográficos del Departamento de Libros Antiguos y Colecciones Especiales de mi universidad, así como la biblioteca del Canadian Centre for Architecture en Montreal fueron imprescindibles para la realización de este proyecto. Me place agradecer al personal de ambas instituciones por su gran apoyo.

Por último, pero no menos importante, deseo expresar mi profundo sentimiento de gratitud al personal de MIT Press. Durante muchos años de colaboración, su cuidado y dedicación han contribuido incommensurablemente a la publicación de mis escritos. En particular quisiera agradecer a Alice Falk su cuidada y rigurosa edición de este texto, y a Roger Conover por sugerir la posibilidad de un libro sobre arquitectura sin imágenes, y por su puntual sugerencia acerca del título inglés de esta obra. Con dos palabras Roger ayudó a definir la verdadera naturaleza del proyecto.

PRUEBA DE MINION PRO A 10:16 PTS / 70 CARACTERES. Este libro reúne voces de múltiples disciplinas y tiempos diversos. Es un relato en registros múltiples, construido a lo largo de muchos años de reflexión y enseñanza, sobre cuestiones fundamentales del hacer arquitectónico. Consecuentemente mi primera deuda es con mis colegas y estudiantes por las innumerables conversaciones que han contribuido a mis propias preocupaciones. Tengo la gran fortuna de trabajar en el contexto académico del programa de posgrado en Historia y Teoría de la Arquitectura de McGill University en Montreal, donde nuestros seminarios con estudiantes y visitantes distinguidos hacen virtud de la palabra viva y de su fuerza retórica revelando, a menudo de manera maravillosa e inesperada, importantes verdades a través de su sentido erótico.

A lo largo del camino, el libro agradece sus muchas (y profundas) deudas a escritores y filósofos de la arquitectura. Aunque sea quizás menos obvio, las voces de tres queridos colegas fueron particularmente importantes. Para mis reflexiones sobre la poética y la ética de la arquitectura, los trabajos de Dalibor Vesely y Karsten Harries fueron puntos de partida fundamentales. La teoría generativa de Juhani Pallasmaa, dirigida específicamente a tópicos arquitectónicos fue una fuente constante de inspiración.

Múltiples asistentes de investigación contribuyeron en forma sustancial. Marc Neveu y Caroline Dionne leyeron secciones del trabajo y proporcionaron reseñas críticas. Lian Chang y Christina Contandriopoulos contribuyeron al trabajo bibliográfico bajo los auspicios del Institut de Recherche en Histoire de l'Architecture (Instituto de Investigaciones en Historia de la Arquitectura). Mi colega, Stephen Parcell, de la Universidad Dalhousie leyó el manuscrito con gran cuidado e hizo múltiples e importantes observaciones, además de editar cuidadosamente la versión inglesa de este libro. Le quedo profundamente agradecido de su ayuda incondicional.¹

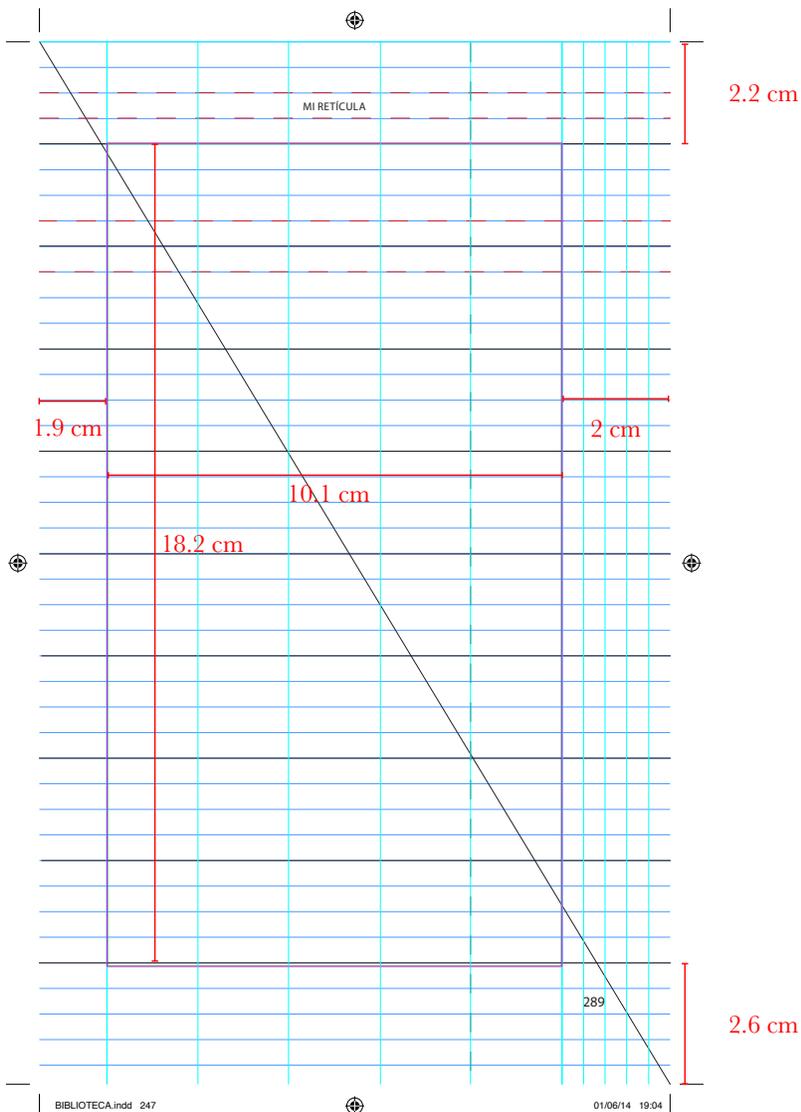
Los fondos bibliográficos del Departamento de Libros Antiguos y Colecciones Especiales de mi universidad, así como la biblioteca del Canadian Centre for Architecture en Montreal fueron imprescindibles para la realización de este proyecto. Me place agradecer al personal de ambas instituciones por su gran apoyo. (9/16 pts)

Por último, pero no menos importante, deseo expresar mi profundo sentimiento de gratitud al personal de MIT Press. Durante muchos años de colaboración, su cuidado y dedicación han contribuido inconmensurablemente a la publicación de mis escritos. En particular quisiera agradecer a Alice Falk su cuidada y rigurosa edición de este texto, y a Roger Conover por sugerir la posibilidad de un libro sobre arquitectura sin imágenes, y por su puntual sugerencia acerca del título inglés de esta obra. Con dos palabras Roger ayudó a definir la verdadera naturaleza del proyecto.

¹ Mi esposa y colega Louise Pelletier también leyó el manuscrito, proveyendo el diálogo tan necesario a través del largo periodo de escritura.

La retícula

Determinado el formato del libro se procede al diseño de la página. Se considera la retícula como la generación de una pauta unitaria para todas las páginas y teniendo en cuenta que los elementos que se sujetan a un sistema reticular aportan orden y claridad en la información, así se busca la unidad y se procede a la conformación de ese sistema organizador. Se utiliza el primer método de diagonales para trazarla, usando una combinación del rectángulo áureo y de la secuencia de Fibonacci para establecer la proporción general de la página (Kloss, 2009:214), lo que con varios ensayos nos lleva a la definición de márgenes y el ajuste de la caja tipográfica, que como puede verse en los esquemas queda integrada confortablemente.



Se procede a la construcción de la retícula completa que permitirá la definición de espacios geométricos donde se integra el sistema de composición, siempre buscando la proporción. Asimismo, se ajusta la profundidad de la caja a nuestro interlineado de 16 puntos, a partir de la línea base del texto, ello para el mejor control de horizontes en nuestra página. Queda definido así el esquema de nuestro contenedor.

Las páginas maestras

En la construcción de las páginas maestras se sitúan los diferentes elementos que darán estructura a nuestro libro. Se genera primero la página como contenedor del cuerpo general del texto, adicionando elementos constitutivos como cornisas y folios, luego se generan preliminares, situaciones especiales y páginas finales: portadilla, directorio, portada interna, página legal, entradas de capítulos, falsas, esquema para inserción de ilustraciones, índice, colofón. Este ejercicio resulta en un ir y venir a la impresión para conciliar tamaños, corregir o replantear alternativas; todo junto al equipo de trabajo.

La estructura jerarquizada (hoja de estilo)

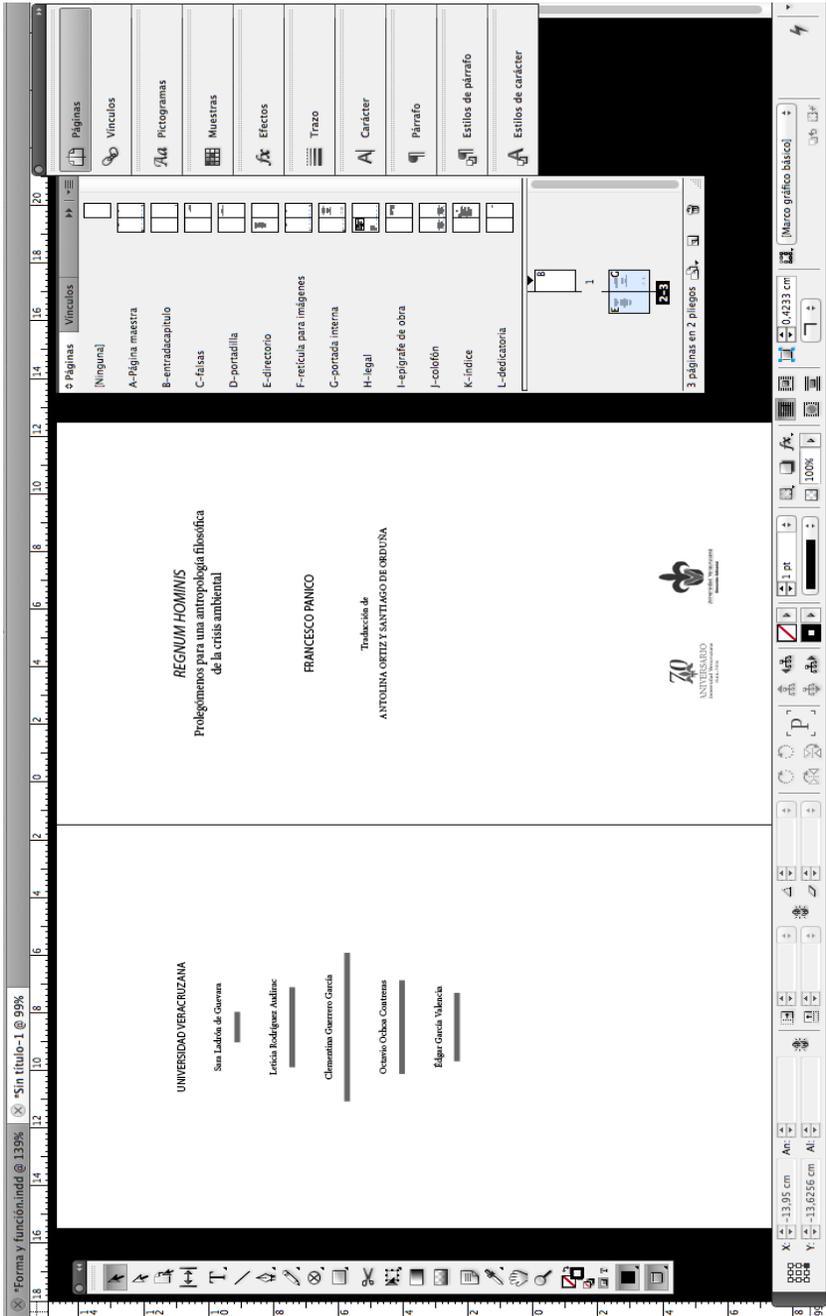
Se realizan pruebas con un texto propio de la colección Biblioteca, mismo que al ser llevado a la caja construida nos permite la apreciación de los elementos que hay que considerar en el diseño. Con cada texto se añadirán necesidades que se irán resolviendo.

Se va construyendo la hoja de estilos con nombres reconocidos por los maquetadores del equipo editorial para evitar confusiones en el momento de la aplicación.

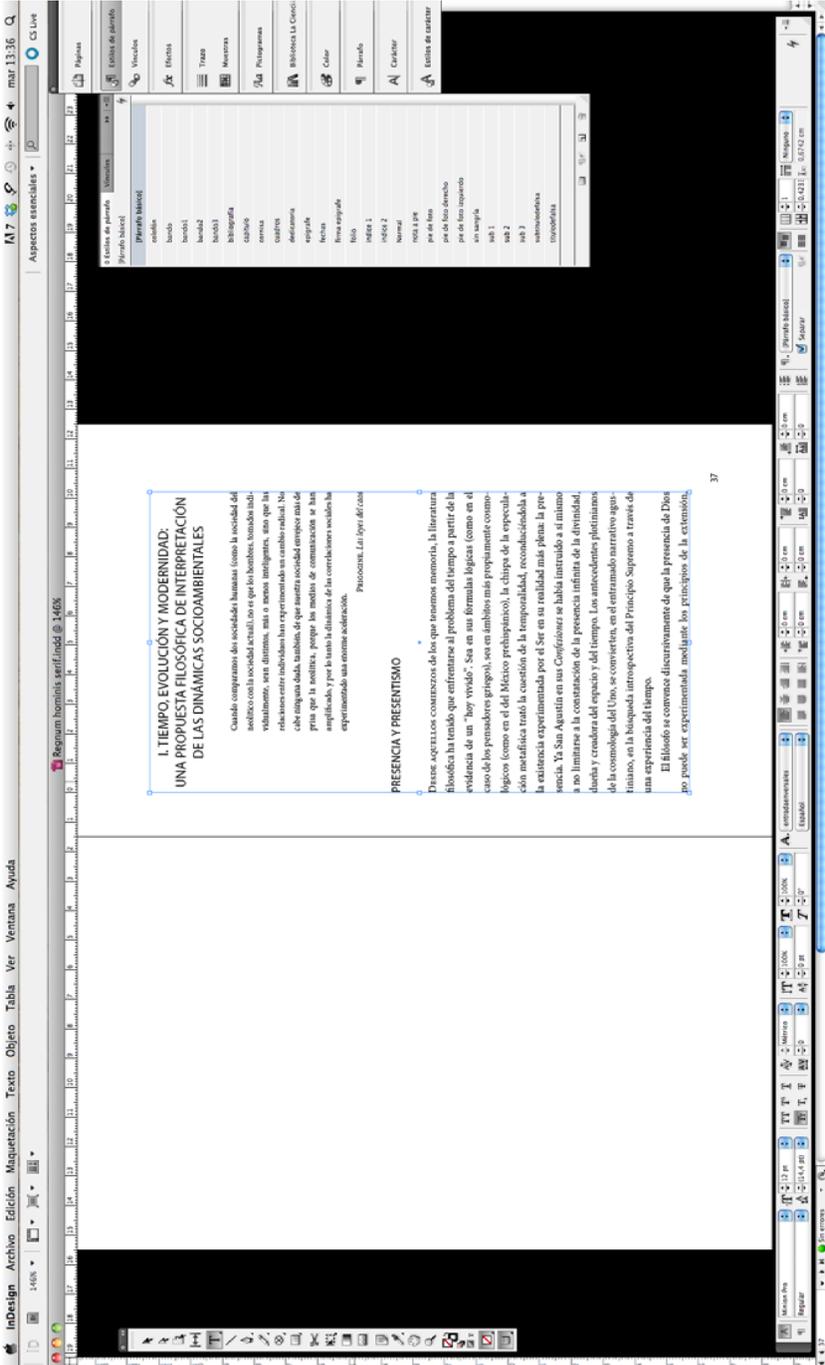
Se definen los estilos de párrafo con las diferentes categorías de subtítulos; entra en juego el tipo alternativo Myriad Pro que nos permitirá establecer las jerarquías en nuestro documento. Se definen hasta tres categorías de subtítulos precedidas por el título de capítulo. Se propone la estructura del aparato crítico, entrada de citas a bando, generándose estilos hasta para tres niveles de citas; se definen características de notas a pie de página, incluyendo sus elementos gráficos correspondientes (plecas), todo automatizado en la hoja de estilos para su eficiente aplicación.

Se incluyen herramientas adicionales como dedicatorias, epígrafe, pies de foto, tipo para tablas, bibliografía; toda la serie de estilos de caracteres: versales, versalitas, números tabulados para cuadros, llamadas. Todo queda concentrado en las fichas técnicas correspondientes y puede apreciarse en las imágenes de pantalla de la página siguiente.

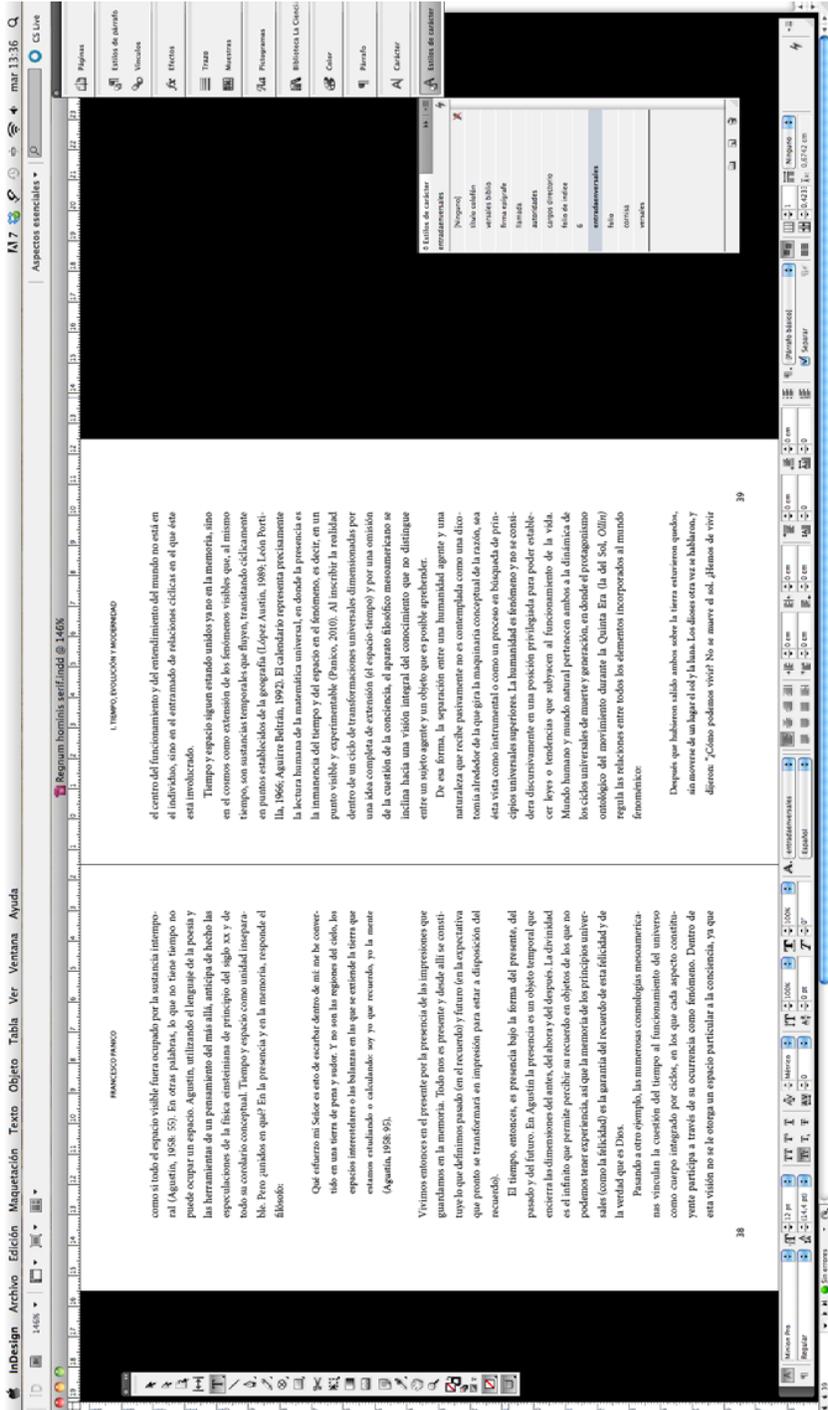
Páginas maestras



Hoja de estilos párrafo



Hoja de estilos caracter



el centro del funcionamiento y del entendimiento del mundo no está en el individuo, sino en el entramado de relaciones cíclicas en el que éste está involucrado.

Tiempo y espacio siguen estando unidos ya no en la memoria, sino en el cosmos como extensión de los fenómenos visibles que, al mismo tiempo, son sustancias temporales que fluyen, transitando cíclicamente en puntos establecidos de la geografía (López Austin, 1989; León Portilla, 1966; Aguirre Beltrán, 1952). El calendario representa precisamente la lectura humana de la matemática universal, en donde la presencia es la inmanencia del tiempo y del espacio en el finimiento, es decir, en un punto visible y experimentable (Pando, 2010). Al inscribir la realidad dentro de un ciclo de transformaciones universales dimensionadas por una idea completa de extensión (el espacio-tiempo) y por una omisión de la cuestión de la conciencia, el aparato filosófico mesoamericano se inclina hacia una visión integral del conocimiento que no distingue entre un sujeto agente y un objeto que es posible aprehender.

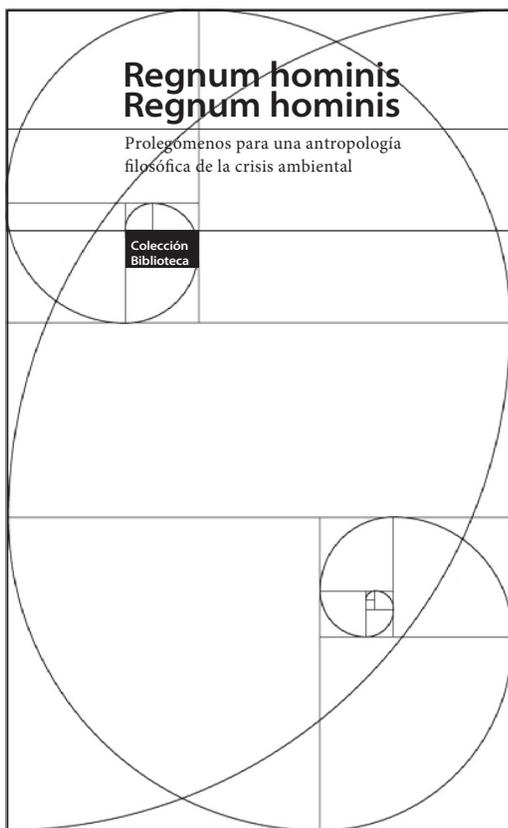
De esa forma, la separación entre una humanidad agente y una naturaleza que recibe pasivamente no es contemplada como una dicotomía alrededor de la que gira la maquinaria conceptual de la razón, sea ésta vista como instrumental o como un proceso en búsqueda de principios universales superiores. La humanidad es finimiento y no se considera discursivamente en una posición privilegiada para poder establecer leyes o tendencias que subyacen al funcionamiento de la vida. Mundo humano y mundo natural pertenecen ambos a la dinámica de los ciclos universales de muerte y generación, en donde el protagonismo ontológico del movimiento durante la Quinta Era (la del Sol, Olin) regula las relaciones entre todos los elementos incorporados al mundo fenoménico:

Después que hubieron salido ambos sobre la tierra estacionaron quedando, sin moverse de un lugar el sol y la luna. Los dioses otra vez se hablaban y dijeron: "¿Cómo podemos vivir? No se muere el sol, ¿hemos de vivir

Forros

El concepto: Aunque la elección de un objeto por *la portada* es subjetiva, emplear la imagen como vehículo de persuasión, con *títulos* legibles y *contraportada* con datos en lenguaje claro serán las nuevas iniciativas, y si ello es basado en un análisis de cualidades y símbolos de nuestro auditorio la idea se perfila. Se propone el concepto y con apoyo de los profesionales de la gráfica editorial se desarrolla una estructura gráfica basada en el rectángulo de proporción 1:1.618 en el que se inscribe la famosa espiral áurea, donde se contendrán los diferentes elementos que componen los forros de la colección. El concepto es tipográfico y es apoyado con una imagen conceptual que deberá generarse *ex profeso* para cada obra, buscando reflejar el contenido lingüístico en un contexto simbólico.

Los contenidos: los textos se aplican en un juego de tipos Myriad y Minion Pro. Los bloques de texto como logotipos e imagen deben guardar las proporciones establecidas y derivadas de la serie de números de Fibonacci (1/2, 3/5, 8/13, 21/34), es decir, cercanas a la proporción áurea.



Otros títulos
COLECCIÓN
BIBLIOTECA

Filosofía de la mente
Jacobo Buganza

Lo bello y lo justo en la arquitectura:
convergencia hacia la política

Alberto Pérez Gómez

Delicadas trazas
Noé Jitridá

La filosofía clásica, la de los griegos para ser más precisos, nació con una simple y esencial pregunta: ¿qué hay del hombre? El hombre sobre el que vertían sus inquietudes, sin embargo, no era el que estaba a punto de caer en el insondable vértigo de la conciencia, sino aquel que anhelaba encontrar su lugar en el mundo.

Las preocupaciones cosmológicas de los primeros pensadores helénicos abrieron camino para que la aventura del pensamiento abstracto comenzase su embriónaria andanza, y para que de esta reflexión brotase una ciencia de la conducta racional (ética) entendida como la manera de relacionarse del ser humano con su propio entorno.

Hoy en día, ante el abismo de la crisis ecológica planetaria, podemos afirmar que las preocupaciones de nuestros vértigos antepasados han cobrado nueva fuerza; y al lado de la tradición moderna han aparecido, tanto en el discurso como en la imagen y la acción, formas de comprender el mundo que habían sido anteriormente marginadas.

El encuentro entre estas ecologías "alternativas" y las que se desprenden del recorrido crítico del pensamiento moderno está ofreciendo la posibilidad, debido a su alcance ecuménico, de construir, antes que un concepto acabado de lo humano, una práctica histórica de humanidad.

70
ANIVERSARIO
UNIVERSIDAD NACIONAL
DE EDUCACIÓN
Y ARTES



Francesco Panico

Regnum hominis

Prolegómenos para una antropología
filosófica de la crisis ambiental



COLECCIÓN
BIBLIOTECA



Francesco Panico
(Italia, 1975)

Doctor en Historia y Estudios Regionales
por la Universidad Veracruzana, México.

Obtuvo el posdoctorado en Historia
Ambiental por la *swa* (Centro de

Investigaciones en Geografía Ambiental);

además, es licenciado en Literatura

moderna y especialista en Antropología

cultural por la Università degli Studi di

Perugia, Italia. Es Investigador de tiempo

completo del Centro de Ecoalfabetización y

Diálogo de Saberes de la *sw* y miembro del

Sistema Nacional de Investigadores, nivel 1.

solapa

4a de forros

lomo

1a de forros

solapa

solapa

Otros títulos
e COLECCIÓN
BIBLIOTECA

Filosofía de la mente, nowy i libertad
Jacob Buganza

*Lo bello y lo justo en la arquitectura.
Conseguencias hacia una práctica
construida en el amor*
Alberto Pérez-Gómez

Reginald Jominis
Francesco Panico

4a de forros

DELICADOS TRAZOS: ENSAYOS Y TRIBULACIONES es, sobre todo, una invitación a una lectura fuera de lo común. De inicio, propone algo que también sale de lo habitual: pensar en temas que están al alcance de la mano, con los que se convive—quién no ha pensado alguna vez en lo que es la indiferencia o lo que es el desgaste que acecha, o la existencia de las ciudades—pero que se dejan pasar sin conocerles ni siquiera una mirada. Leer estos textos, detenerse, constituirá una revelación, no solo del tema que abordan sino de la alegría lectora porque, además, cada uno de ellos está escrito como si fuera un relato de esos temas, en un contar persuasivo, cuentos en los que la reflexión y el pensamiento filosófico se acercan a la inteligencia y se alejan de cualquier rígido academicismo. Son ensayos, en el sentido preciso de la palabra, o sea tentativas de comprensión que es lo que acompaña a cada cual en su propia vida; acaso no queremos todos y cada uno comprender dónde y cómo vivimos? Este libro tiene esa magia: transforma por la lectura y confirma.

70
ANIVERSARIO
UNIVERSIDAD NACIONAL
1943-2013



Universidad Veracruzana

lomo

Noé Jitrik

Noé Jitrik

Delicados trazos

Ensayos y tribulaciones



COLECCIÓN
BIBLIOTECA



Universidad Veracruzana

1a de forros



Noé Jitrik
(Argentina, 1938)

Es escritor y universitario; profesó en diversas universidades de América y Europa, en particular en Argentina y en México, donde vivió varios años. Escibió numerosas obras de crítica, teoría, poesía, novela, además de periodismo literario en la prensa mexicana, argentina y uruguay. Fue designado Doctor Honoris Causa en Puebla, en Mérida, en Montevideo y Profesor Honorario en Venezuela, en Uruguay y en Argentina. Entre sus libros seminales a Delicados trazos... está *La memoria comparada* (v. Jalapa, 1982), *La vibración del presente* (ca. México, 1987), *El ejemplo de la familia* (Eureka, Argentina, 1998), *Línea de flotación* (Universidad de los Andes, Venezuela, 2002), *The New Jitrik Reader* (Duke University Press, Estados Unidos, 2005), *Poéticas de la crítica. Crítica poética* (Universidad de Valle, Colombia, 2013). Obtuvo el Premio Xavier Villaurrutia (México) el Chevallier des Arts et des Lettres (Francia) y el Premio a la Trayectoria Artística (Argentina), entre otros.

LA PROPUESTA (COLECCIÓN FICCIÓN)

La caja tipográfica

Para argumentar una colección que acuna textos de creación literaria nadie más exquisito que Bringhurst para apoyarnos: “la página es una proporción visible y tangible, que resuena casi en silencio, como si fuera el bajo continuo del libro. Sobre ese sonido descansa la caja tipográfica” (2008:169).

Se parte entonces a delinear las dimensiones de la caja que se logra al acotar el número de caracteres que de manera cómoda puedan contenerse y hacer accesible un texto que llega a nosotros para recrearnos. Se nos sugiere de inmediato un cuerpo que no vaya más allá de 70 caracteres y pueda ser degustado de manera ligera. Queda definida Adobe Caslon Pro en un cuerpo de 11 puntos y con una interlínea de 15 puntos que le permita fluidez y no agolpar las letras, sino que las deje libres y nos lleve a viajar con ellas.

prueba de Adobe Caslon Pro a 11:15 pts / 70 caracteres. Este libro reúne voces de múltiples disciplinas y tiempos diversos. Es un relato en registros múltiples, construido a lo largo de muchos años de reflexión y enseñanza, sobre cuestiones fundamentales del hacer arquitectónico. Consecuentemente mi primera deuda es con mis colegas y estudiantes por las innumerables conversaciones que han contribuido a mis propias preocupaciones. Tengo la gran fortuna de trabajar en el contexto académico del programa de posgrado en Historia y Teoría de la Arquitectura de McGill University en Montreal, donde nuestros seminarios con estudiantes y visitantes distinguidos hacen virtud de la palabra viva y de su fuerza retórica revelando, a menudo de manera maravillosa e inesperada, importantes verdades a través de su sentido erótico.

A lo largo del camino, el libro agradece sus muchas (y profundas) deudas a escritores y filósofos de la arquitectura. Aunque sea quizás menos obvio, las voces de tres queridos colegas fueron particularmente importantes. Para mis reflexiones sobre la poética y la ética de la arquitectura, los trabajos de Dalibor Vesely y Karsten Harries fueron puntos de partida fundamentales. La teoría generativa de Juhani Pallasmaa, dirigida específicamente a tópicos arquitectónicos fue una fuente constante de inspiración.

Múltiples asistentes de investigación contribuyeron en forma sustancial. Marc Neveu y Caroline Dionne leyeron secciones del trabajo y proporcionaron reseñas críticas. Lian Chang y Christina Contandriopoulos contribuyeron al trabajo bibliográfico bajo los auspicios del *Institut de Recherche en Histoire de l'Architecture* (Instituto de Investigaciones en Historia de la Arquitectura). Mi colega, Stephen Parcell, de la Universidad Dalhousie leyó el manuscrito con gran cuidado e hizo múltiples e importantes observaciones, además de editar cuidadosamente la versión inglesa de este libro. Le quedo profundamente agradecido de su ayuda incondicional.

Mi esposa y colega Louise Pelletier también leyó el manuscrito, proveyendo el diálogo tan necesario a través del largo periodo de escritura.

Los fondos bibliográficos del Departamento de Libros Antiguos y Colecciones Especiales de mi universidad, así como la biblioteca del Canadian Centre for Architecture en Montreal fueron imprescindibles para la realización de este proyecto. Me place agradecer al personal de ambas instituciones por su gran apoyo.

prueba de Adobe Caslon Pro a 10:14 pts / 70 caracteres. Este libro reúne voces de múltiples disciplinas y tiempos diversos. Es un relato en registros múltiples, construido a lo largo de muchos años de reflexión y enseñanza, sobre cuestiones fundamentales del hacer arquitectónico. Consecuentemente mi primera deuda es con mis colegas y estudiantes por las innumerables conversaciones que han contribuido a mis propias preocupaciones. Tengo la gran fortuna de trabajar en el contexto académico del programa de posgrado en Historia y Teoría de la Arquitectura de McGill University en Montreal, donde nuestros seminarios con estudiantes y visitantes distinguidos hacen virtud de la palabra viva y de su fuerza retórica revelando, a menudo de manera maravillosa e inesperada, importantes verdades a través de su sentido erótico.

A lo largo del camino, el libro agradece sus muchas (y profundas) deudas a escritores y filósofos de la arquitectura. Aunque sea quizás menos obvio, las voces de tres queridos colegas fueron particularmente importantes. Para mis reflexiones sobre la poética y la ética de la arquitectura, los trabajos de Dalibor Vesely y Karsten Harries fueron puntos de partida fundamentales. La teoría generativa de Juhani Pallasmaa, dirigida específicamente a tópicos arquitectónicos fue una fuente constante de inspiración.

Múltiples asistentes de investigación contribuyeron en forma sustancial. Marc Neveu y Caroline Dionne leyeron secciones del trabajo y proporcionaron reseñas críticas. Lian Chang y Christina Contandriopoulos contribuyeron al trabajo bibliográfico bajo los auspicios del *Institut de Recherche en Histoire de l'Architecture* (Instituto de Investigaciones en Historia de la Arquitectura). Mi colega, Stephen Parcell, de la Universidad Dalhousie leyó el manuscrito con gran cuidado e hizo múltiples e importantes observaciones, además de editar cuidadosamente la versión inglesa de este libro. Le quedo profundamente agradecido de su ayuda incondicional.

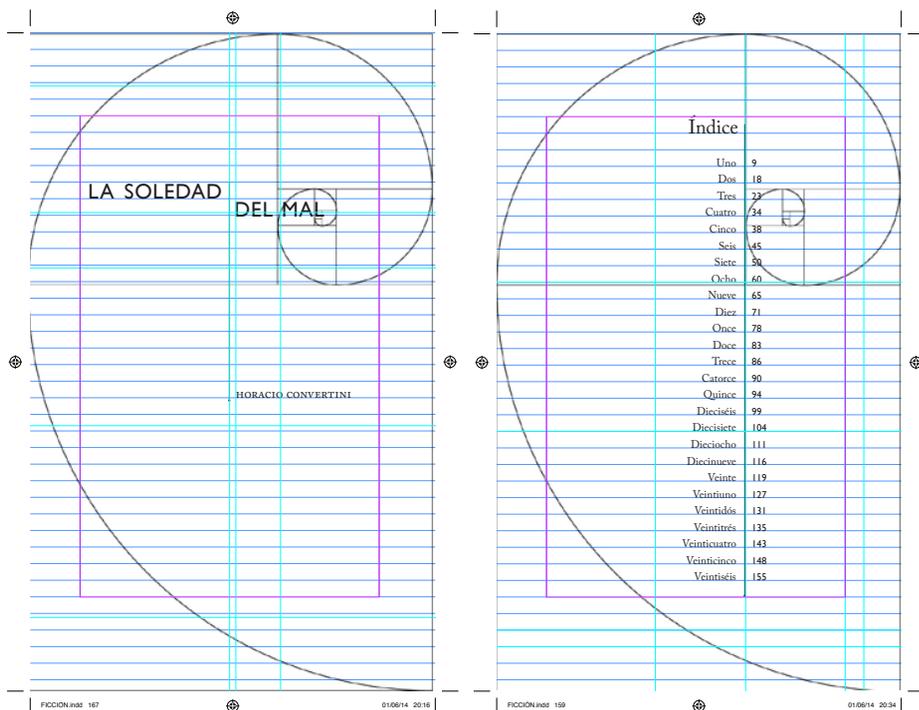
Mi esposa y colega Louise Pelletier también leyó el manuscrito, proveyendo el diálogo tan necesario a través del largo periodo de escritura.

Los fondos bibliográficos del Departamento de Libros Antiguos y Colecciones Especiales de mi universidad, así como la biblioteca del Canadian Centre for Architecture en Montreal fueron imprescindibles para la realización de este proyecto. Me place agradecer al personal de ambas instituciones por su gran apoyo.

Se tiene ahora una línea corta de texto, y aunque tradicionalmente se ha empleado el formato media carta, el más usado, es nuestra pretensión ser diferentes al antiguo formato de la colección (14 x 21 cm), lo que nos lleva a proponer un breve corte a ese formato francés, que nos dé un tamaño final de 13 x 21 cm, sobre el cual se procede a trazar, mediante el esquema de diagonales, nuestra caja.

La retícula

Teniendo en cuenta las sugerencias de Tosto (1998) acerca de que con la parcelación en campos reticulares pueden ordenarse mejor los elementos de la configuración: tipografía, fotografía e ilustración, y procurados con los talleres de diseño gráfico de esta MDPE, se procede a un trazado de verticales y horizontales en el sentido de crear campos reticulares para insertarnos ahí con una espiral áurea y obtener ejes y trazos que nos proveen de espacios o superficies útiles para la organización armónica de nuestros elementos tipográficos y ornamenta-



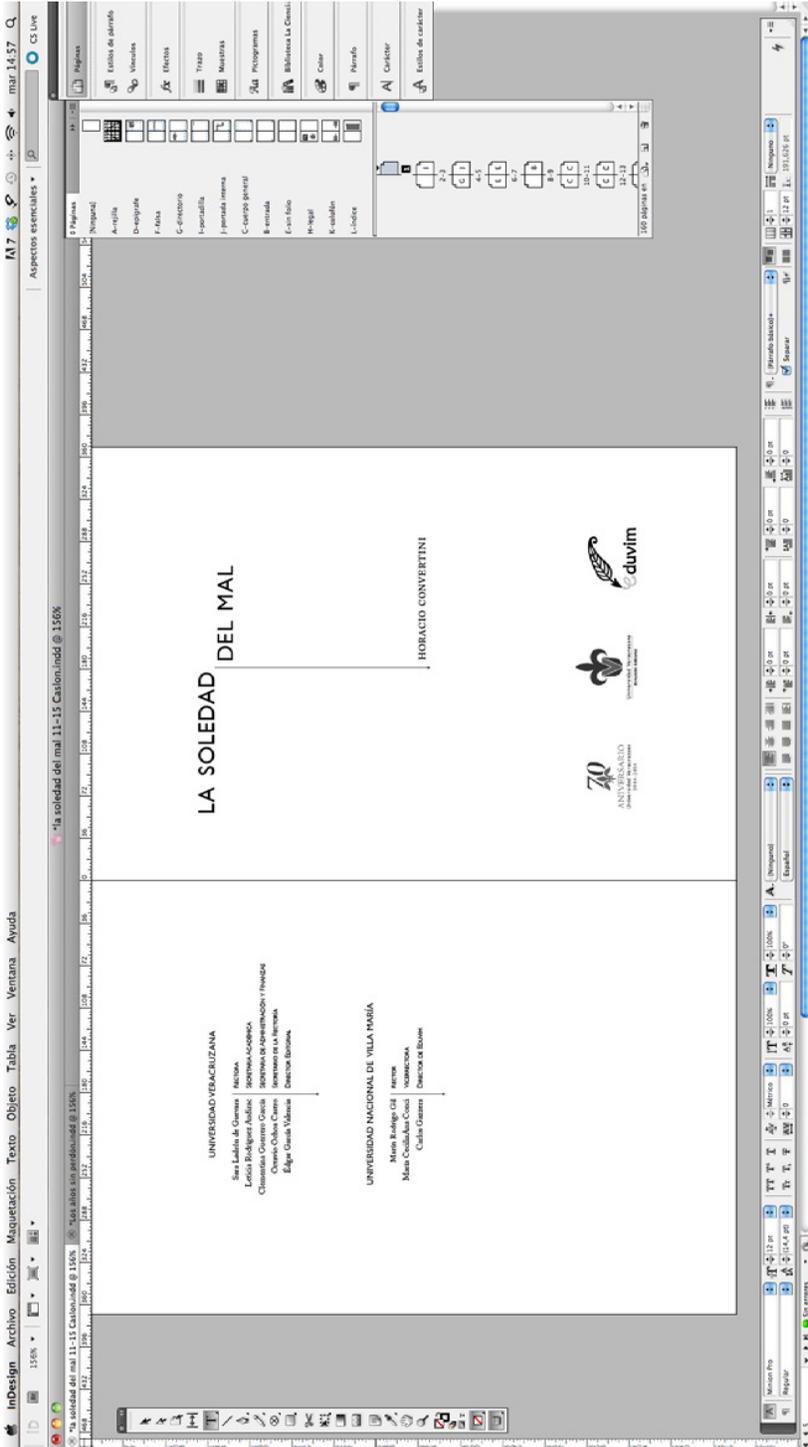
Las páginas maestras

Apoyados en el esquema reticular se procede a *jugar* con los tipos elegidos en una suerte de viaje a bordo del “nautilus” que nos lleva a la construcción de elementos dinámicos que construirán las preliminares y páginas finales, dando el toque a la obra literaria que se presenta en toda su extensión en una forma acaso simple pero tipográficamente concebida para ser legible y procurarse al lector como un medio de comunicación eficiente.

La estructura jerarquizada (hoja de estilos)

De manera similar a la secuencia en la construcción de la propuesta para Biblioteca, en la colección Ficción se adquiere un texto de creación que ha sido elegido para ser publicado en esta nueva propuesta editorial. Se presenta la construcción realizada a través de la captura de la pantalla de trabajo; se elaboran estilos de párrafo y carácter que automatizados en InDesign proveerán de unidad a la construcción de obras de esta colección.

Páginas maestras



Hoja de estilos párrafo

el abordar los barcos y obtener visas de salida de la Francia de Vichy, y más difícil aún era hallar refugio en el exterior. Debido a la influencia del Departamento de Estado estadounidense, las repúblicas de América del Norte y del Sur cerraron casi por completo sus puertas a los refugiados judíos y antifascistas que huían de los nazis y Serge y muchos más buscaban visas con desesperación. Además, el jefe del FBI (Buro Federal de Investigación), Edgar Hoover, consideraba a Serge "comunista", pese a que había padecido encarcelamiento y deportación en la URSS, por oponerse al nazi-fascismo comunista. Cuando la esperanza parecía perdida, Serge recibió un telegrama: "El presidente Cástoros de México acompaña su visa".³

Se manifestó una justicia poética en el gesto generoso de Cardenak. Era poco probable que el presidente de México supiese que en 1938 Serge publicara un artículo titulado "Honor a México" en el que euloraba el valor de Cardenas para desear a Estados Unidos y nacionalizar las reservas mexicanas de petróleo. "Tres veces en menos de dos años México se ha ganado un lugar de honor", escribió Serge. "Ofreció asilo a un gran revolucionario desterrado e indeseable en todos los países de Europa. Trotsky. Previo sin dimitirle a la República española. Y ahora, decía a los conglomerados petroleros internacionales que su dominio no sería eterno".⁴

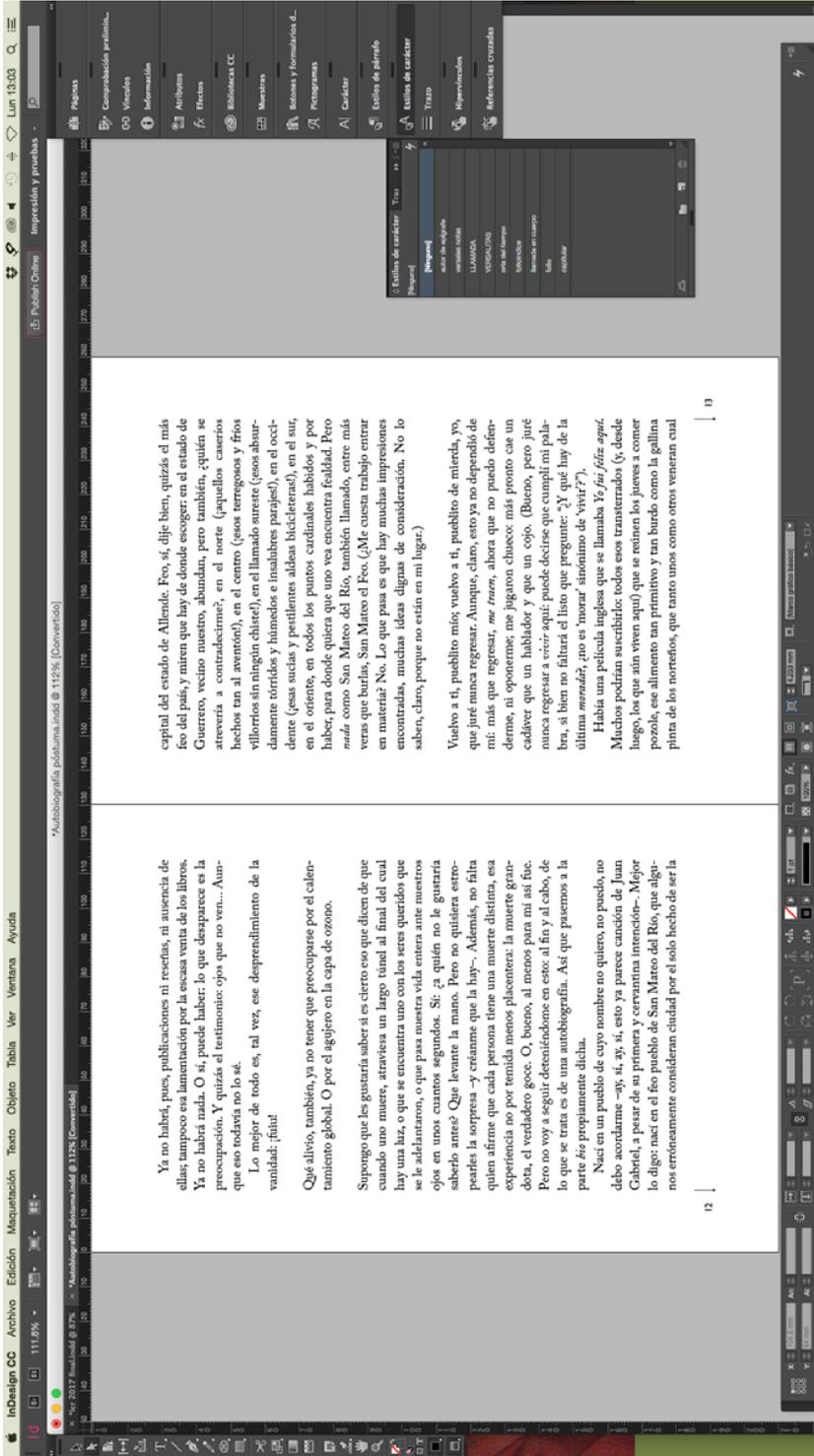
³ Entiendo el telegrama, José Nueva York, Nancy Douglas McDonald, gestor, con Julia Cochran en la Ciudad de México, organizaban el escape de Serge. Era un viaje muy costoso (documentos personales que pudo traer consigo a México, un que dijo "Le Maitre a l'histoire", Véronique Serge, *Revue d'histoire Charlevoix (été 1974-1975)*, vol. 17, Anthony Chénouart, profesor de Richard Goussier, Agoué, Marsella, 2011, p. 175.

Además, el aprecio de Serge de los logros de la Revolución mexicana no se detiene en su administración por Cardenas. En su columna de 1938, Serge no veía en comparanza a México favorablemente con la URSS. "Se puede concluir que, desde el punto de vista de los trabajadores, la Revolución mexicana ha sido más fructífera que la Revolución rusa. Sin duda no hay más pobreza en México que en la URSS, pero en México hay libertad de opinión, libertad individual, libertad para organizar sindicatos, libertad de asilo. Fecunda en tragedias e incluso atrocidades, la Revolución mexicana fue con mucho la más humana de las dos. No inventó ejecuciones secretas, ni controló las ideas, ni fabricó juicios mendaces. Ananzado por un poderoso vecino imperialista, México no optó por el ultranacionalismo. Tres años después de publicar estas líneas, Cardenas ofreció asilo a otro "gran revolucionario desterrado": Víctor Serge.⁵

Cabe observar que en "Honor a México" no era la primera vez que Serge rendía tributo a las tradiciones revolucionarias de este país. En su novela de 1930, *El nacimiento de nuestra fuerza*, ambientada en Barcelona durante el levantamiento obrero de 1917, evocó las luchas de los hermanos Flores Magón y "el Chorro Zapattista":

... mi amado que un chino, pero de ojos horizontales, dientes llanos y carnosos labios, el silencioso boomista que era "el Chorro", así vez fiera en riguroso mexicano al menos, solía hablar con familiar administración de aquel legendario Emiliano Zapata que fundara en la montaña de Morelos, con los ideólogos subterráneos, descendientes de las viejas razas cobanas, una república socialista

Hoja de estilos caracter



Forros

El concepto: nuevamente se propone una estructura donde a través de la proporción áurea y con el apoyo de especialistas en el diseño editorial se determinan los contenedores gráficos, tipográficos y de sellos editoriales. La propuesta es ampliamente visual desde el entendido que un lector consumidor de textos literarios tiene una percepción artística importante y busca objetos como un recurso para el entretenimiento y el solaz intelectual. El contenedor de la imagen, que puede ser fotografía o *collage*, se propone dentro del cuadrado perfecto como ventana visual que persuade a la elección y compra, acaso querer poseer el libro por una imagen que nos comunica sensaciones y emociones; por ello deberá ser trabajada conceptualmente de manera importante por el editor y el ilustrador, no limitarse a la propuesta del autor, que bien puede ser considerada pero nunca dictar su aparición.

Los contenidos: del juego de tipos de interiores se emplea Gill Sans, quien participa de manera importante dadas sus características geométricas especiales y su porte. Así se construyen los diferentes bloques de información distribuidos espacialmente en la retícula. El fondo de primera de forros es negro y ahí se contiene la imagen en un cuadrado perfecto, además se perfila un bloque de color como contenedor del crédito del autor; el color de dicho bloque cambiará y ese cambio será dictado por la imagen, conformando una unidad con pertenencia que se refleja incluso en el modelado de la capitular de cuarta de forros. Todos los elementos serán dispuestos siempre dependiendo de sus necesidades pero respetando la retícula que nos marca la proporción a seguir.

Otros títulos



Autobiografía postuma

Luis Zapata

Los años sin perdón

Víctor Serge

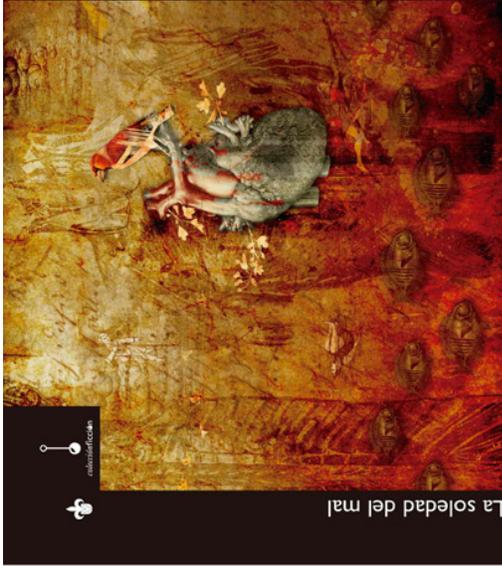
Vicitudes del pequeño acrobata
Saul Yurkievich



Una profesora de inglés que sueña con casarse, un mimo que no puede parar de hablar, una lesbiana despatchada, un padre que desprecia a su hijo, un cura pedófilo, una criada demasiado servicial, una ama de casa que escribe poemas en secreto.

Vidas que van del gris al negro y terminan unidas por el hilván invisible que supone la acción de un psicópata acorralado por sus obsesiones. LA SOLEDAD DEL MAL no es una novela policial de enigmas: el nombre del asesino se revela en la primera página. Es, en todo caso, una profunda exploración de almas en pena que indaga sobre las diferentes maneras de ser víctima y culpable.

La historia de Biez Ayala, el despiadado homicida, avanza sobre la idea de que el mal conlleva una irremediable soledad que se convierte en el peor de los castigos. Vicente Battista, uno de los principales referentes de la literatura negra de la Argentina, ha escrito que Horacio Convertini "reinventa con originalidad las reglas del género" y define a LA SOLEDAD DEL MAL como "un texto ejemplar que pone en escena a criaturas ejemplares". Ganadora en 2012 del primer premio del Concurso Internacional Azabache (Argentina) y consagrada definitivamente al año siguiente en la Semana Negra de Gijón (España) con el otorgamiento del Memorial Silverio Cañada, esta novela se erige como una de las apariciones más relevantes de las letras latinoamericanas de los últimos tiempos.



La soledad del mal



Horacio Convertini



La soledad del mal

Horacio Convertini



Foto: Laura Falcón Ferrer

Horacio Convertini (Buenos Aires, 1961)

Horacio Convertini es una de las voces más potentes de la nueva literatura policial argentina. Con LA SOLEDAD DEL MAL ganó en 2012 el premio de novela Azabache y al año siguiente, el Memorial Silverio Cañada que otorga la Semana Negra de Gijón a la mejor ópera prima del género en habla hispana.

También obtuvo el concurso Extremo Negro-BANI con El último milagro, candidata al prestigioso premio de novela Dashiell Hammett 2014. Sus textos han sido publicados en España, Argentina y Venezuela.

solapa

4a de forros

lomo

1a de forros

solapa

Otros títulos



Centena de cien poetas / *Hyokumin Isshu*

Fujiwara no Toka

Estampas de Chihiro

Niki Mirangou

La ruta de los emprendidos

Roberto Ramírez Parafés

La insignia y otros relatos gemidos

Julio Ramón Ribeyro

Los años sin perdón

Victor Sargé



Con la publicación de esta nueva antología cuentística de Rafael Solana, seleccionada y prologada por Claudio R. Delgado, la Universidad Veracruzana le rinde un homenaje a este autor con motivo de su centenario, y lo coloca justamente como uno de los autores más destacados de las letras nacionales dentro del género del cuento.

Aunque hay quienes simplistamente han dividido a una generación de cuentistas mexicanos, sobre todo después de la Revolución mexicana, en rufistas y arreolistas, Solana viene a ser un autor de ficciones que brilla con luz propia por su imaginación, su variedad, por la audacia de algunas de sus historias, pero sobre todo porque sus cuentos están escritos con fino y culto humor, con un estilo correcto, lleno de color y desenfado que lo distinguen.

Dentro de la historia de nuestras letras, Rafael Solana debe ser considerado uno de los cuentistas más destacados de las letras nacionales por su brillantez literaria.

De su obra publicada destacan: Poesía: *Ladera, Poema del desprecio, Los Sonetos, Los espejos falsarios y Pido la Palabra.*

Cuento: "La trompeta", "El calculeido", "La décima",

"El director", "El crimen de tres bandas" y "El concierto".

Novela: *La casa de la Sanísima, El palacio Moderno, El sol de*

octubre, El envenenado y Juegos de invierno. Teatro: *Debería*

haber obispos, Pudo haber sucedido en Yerona, Estrella que se

apaga y Son pláticas de familia. Practicó la crítica periodística y

escribió ensayos literarios, operísticos y de arte. Entre sus

guiones cinematográficos destacan: *La guerra de los postales,*

Sol y sombra, Torero y La viuda negra.



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Rafael Solana



colección Antología
Universidad Veracruzana



La trompeta y otros cuentos

La trompeta y otros cuentos

Rafael Solana



Fotografía. Archivo de El Universal

Rafael Solana
(Veracruz, 1915-Ciudad de México, 1992)

Rafael Solana nació en el Puerto de Veracruz el 7 de agosto de 1915 y murió en la Ciudad de México el 6 de septiembre de 1992. Fue hijo de Rafael Solana Cintas, conocido por el seudónimo de Verdugillo, periodista y cronista taurino, fundador y director de *El Universal*. Ejerció la creación literaria y el periodismo. Fundó con Efraín Huerta y Alberto Quintero, la revista *Taller Pédico* (1936-1938), en 1938 se les une Octavio Paz y se funda *Taller*, revista que dio cabida a numerosos escritores españoles exiliados en México. Fue considerado por Julio Torri como uno de los tres mejores poetas que dio la generación de *Taller*.

DEL SELLO EDITORIAL (COLECCIÓN FICCIÓN)

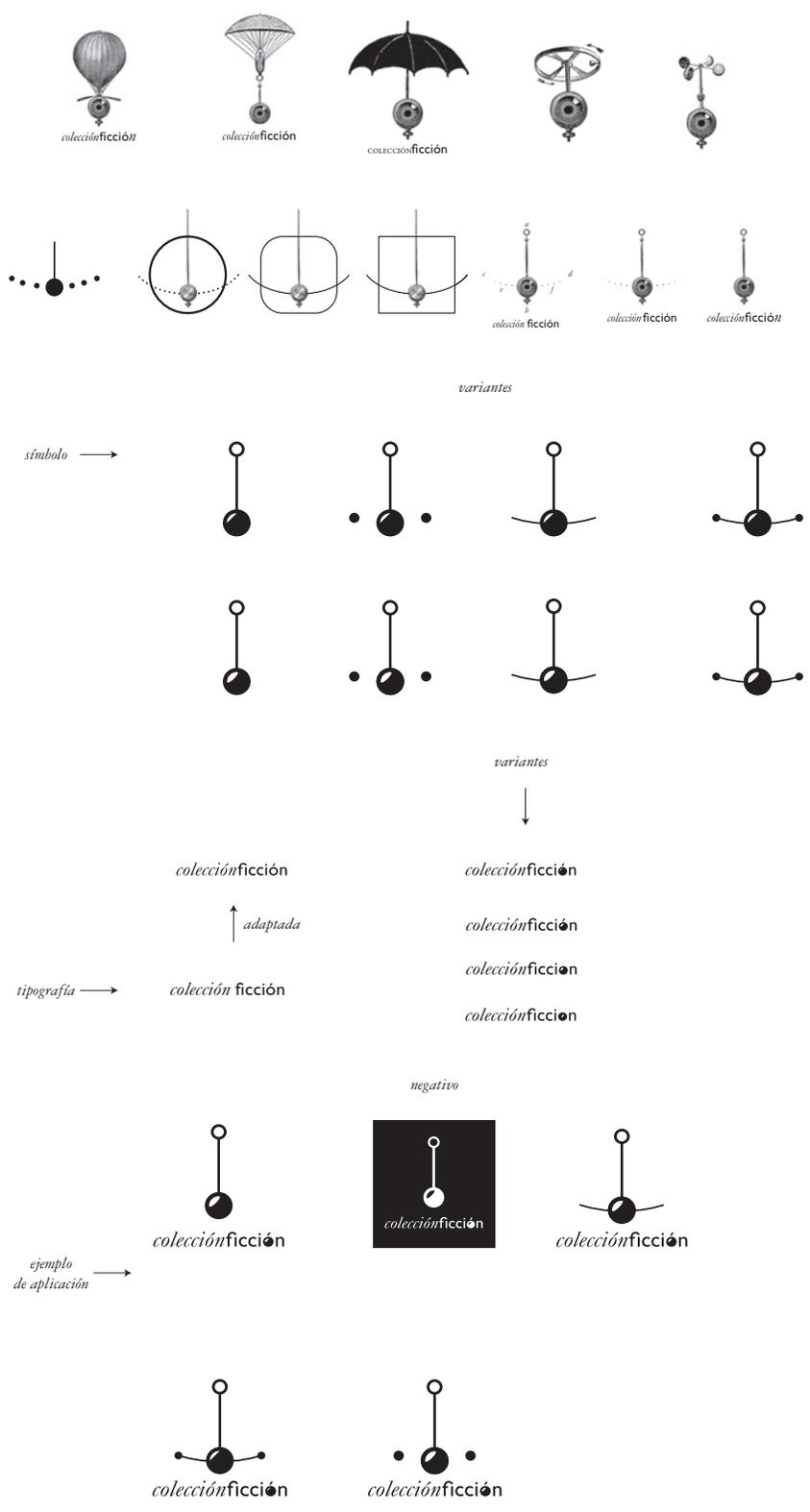
En la construcción de la marca o sello editorial para las colecciones se retoma el modelo de Eco (2009) acerca de los *contenidos nucleares* como rasgos semánticos que nos llevan a entender a los objetos y darles significados, y los *contenidos molares* como los elementos independientes del libro, que dependen de cada individuo y están dados por todas las actividades humanas en relación con el circuito del libro.

El diseño de forros es entendido como un enfoque hacia los contenidos. La materialidad y forma que presentan permiten darle identidad al objeto y llevan incluso a identificar colecciones. Las marcas semánticas denotativas principales son el formato, la cubierta y el papel. Además, el texto de cuarta de forros y las imágenes de la primera buscan ilusiones y semantizaciones que atrapen y generen acciones al convertirlos en objetos. Los signos llevando a significaciones y generar simbolismos remarcan la importancia de proponer además la consolidación de una marca. Atisbando en los signos que nos llevaran a proponer nuestros elementos estructurales, fue necesario desarrollar una marca que selle nuestras colecciones y presentamos aquí, como ejercicio, la concepción para el sello editorial de la colección Ficción, lo que tuvo derivados importantes en la propuesta de diseño editorial general.

Nuestro concepto radicó en el tiempo, ese tiempo de Baudrillard (1969) que fue nuestro argumento para la creación gráfica:

...una ilusión que ha desaparecido en el interior moderno es la del tiempo. Ha desaparecido un objeto esencial, el reloj o el péndulo: un elemento majestuoso y vivo. El reloj es, paradójicamente, símbolo de permanencia y de introyección del tiempo. La cronometría nos sujeta a las tareas sociales, pero es tranquilizadora cuando se cuantifica el tiempo y lo corta como un objeto que se consume [...] el tic-tac de un reloj consagra la intimidad de un lugar y es porque lo hace semejante al interior de nuestro propio cuerpo.

Se buscó proponer el tiempo como péndulo que marca la ficción, la aprisiona y en su vaivén nos hipnotiza como para pretender mostrarla simbólicamente en nuestra colección. Creamos así un sello cual marca, advirtiendo que la compra no tiene nada de cambio libre y viviente. La función de la marca es la de señalar el producto, su función segunda es la de movilizar las connotaciones afectivas. Presentamos un esquema del desarrollo del sello de la nueva colección Ficción de la UV.



Esquemas desarrollados en la construcción simbólica del nuevo sello de la colección Ficción/UV.

DEL EJERCICIO DE LEGIBILIDAD (ADOBE CASLON PRO)

Presentamos también como ejemplo un ejercicio argumentativo de análisis de legibilidad de los trazos del tipo Adobe Caslon Pro, empleado en la colección Ficción rediseñada, hecho que nos llevó a calificar a esta tipografía como altamente legible y nos permitió justificar una parte de ese criterio, el cual se hace más sólido al considerar el número de caracteres que está acostumbrado a leer un sujeto que lee por placer, como es el caso de la lectura de textos de creación literaria.

Entra en juego la legibilidad que alude también al aspecto de lecturabilidad, como referencia a la comodidad que proporciona un texto en la página, asumiendo el tamaño del tipo, el interlineado y el espacio entre caracteres y palabras, como factores relevantes de considerar. Al fabricar diferentes pruebas de lectura y sondear la impresión en diferentes sujetos lectores, y diferentes tipos gráficos, hubo mayor coincidencia en que Adobe Caslon Pro es una tipografía de fácil lectura, incluso para textos largos, lo que nos llevó a elegirla en un cuerpo de 11 puntos y una interlínea amplia, de 15 puntos.

Considerando entonces las necesidades, según la naturaleza de los contenidos, que deben ser cubiertas por la familia tipográfica, se expone que Adobe Caslon Pro es una tipografía muy completa en cuanto a estilos (tiene versión regular, cursiva, semibold regular y negrita y negrita cursiva) lo que permite cubrir perfectamente los requerimientos de los textos que se emplearán en esos proyectos, además que cuenta con los diferentes tipos de signos que se necesitan, es decir: versalitas para escribir siglos y siglas, dígitos alineados o de caja alta y dígitos no alineados o elzevirianos para el cuerpo de texto, estilo muy propio para textos que refieren cronología (años) de manera importante y que reflejarían un carácter clásico que siempre es halagador en textos que cuentan historias a través del tiempo, además de contener ligaduras y otros signos no alfabéticos que podrían ser usados durante el desarrollo de la colección. Lo anterior permitió justificar la pertinencia de esta tipografía, dada la demanda y naturaleza de textos de creación literaria.

Dadas las características formales de la fuente, puede decirse que es una tipografía con variaciones estéticas, elegante y con buena presencia en su diseño, lo que podría influir en el *ethos* de los lectores, a la vez que su influencia caligráfica, y la modulación en sus trazos y su eje inclinado, dirige su apelación al *pathos* de su público lector. En la inclinación del eje, que no llega a ser tan inclinado como en otras tipo-

gráficas humanistas, ni enteramente vertical para ser considerado racionalista, radica la orientación hacia la última de las apelaciones, el *logos*, aspecto vinculado con el proyecto de la colección literaria, atendiendo justamente a la apelación al *pathos*.

Esta es la propuesta que se ha lanzado y que deberá ser evaluada con el tiempo para corroborar la necesidad percibida de cambio gráfico para la colección intervenida. Los análisis de legibilidad lectora y material fueron herramientas que nos llevaron a confirmar nuestra propuesta y aquí se presenta el esquema que llevó a la elección:

PRUEBA DE LEGIBILIDAD (MATERIAL)				
Examine el objeto editorial que tiene en sus manos y marque con ✓ una de las opciones.				
1. El formato propuesto le parece:				
muy apropiado	apropiado	algo inapropiado	poco apropiado	muy inapropiado
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. La lectura de los textos le resulta:				
muy fácil	fácil	algo difícil	difícil	muy difícil
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. El tema le parece:				
muy interesante	interesante	no muy interesante	poco interesante	muy poco interesante
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones:				
<hr/>				

LA PRODUCCIÓN

Después de diseñadas nuestras colecciones buscamos producir lo desarrollado y para ello propusimos formas de hacer concreta la presencia de nuestros productos, apoyados en la estrategia editorial que se ha venido hilando poco a poco de acuerdo a los lineamientos de la MDPE. Aunque no ha sido parte de los objetivos aquí planteados fueron elaboradas las Normas de Diseño Editorial como apoyo para maquetadores y así se presentan esos manuales, para las dos colecciones rediseñadas, en Anexos.

Empezamos por observar los signos que definen a la comunidad editorial de la Universidad Veracruzana y sobre esa base producir, para ello fuimos a reconocer en primera instancia los sistemas de impresión, para posteriormente hacer elecciones y determinar la mejor salida de nuestras mesas de trabajo hacia el taller de impresión. Ya luego, haciendo elecciones examinamos el uso más apropiado de los materiales, las tecnologías y los procesos de producción; buscamos asimismo

supervisar la reproducción de nuestros productos editoriales, esos que buscarán tener una nueva faceta pues se pretende además su incidencia en este planeta sea la de un recurso renovable, reciclable y ecológicamente eficiente.

Actuamos de acuerdo a los argumentos que se han ido desentrañando al mirar la historia de nuestra entidad de estudio, la Universidad Veracruzana, y que nos llevaron a diseñar esas nuevas colecciones universitarias. Fuimos a producir observando sobre el camino andado.

Si bien se acudió al terreno de las marcas sintácticas que son determinadas por la naturaleza del objeto y están dadas por el formato, deben considerarse ahora los materiales como expresiones que van más allá de la simple materialidad y que también construyen marcas semánticas que dan identidad al objeto. Así, la cubierta de un libro establece su identidad y ésta es dada por el género y el tipo, pero los materiales permiten identificar al usuario, ya que refieren calidad y precio. Vemos que la forma y el material hacen posible establecer el tipo de contenidos y su organización.

Del papel

Para la selección de los materiales a emplearse en la reproducción de las propuestas de las nuevas colecciones se proyectó de entrada la reproducción bajo demanda, atendiendo a que en la actual administración editorial de la Universidad Veracruzana se ha considerado reducir el gasto por la obtención de miles de ejemplares impresos en offset que han llenado las bodegas universitarias. Así, hasta que no se implemente un sistema de distribución efectivo, apoyado además en la elección de obras exitosas, comercial, académica y editorialmente, la propuesta será la reproducción bajo demanda en el sistema digital de impresión que permita cumplir expectativas inmediatas, pero que no contribuya al actual problema de almacenamiento y distribución y, por supuesto, que evite costos improcedentes.

Buscando reducir costos y ampliar ventas se proponen nuevos materiales: para interiores el uso del papel Book cream de 60g/m² y para forros couché de 200 g con laminado mate, materiales que permiten una buena impresión en el sistema digital, resultando en productos de baja densidad, lo que los hace cómodos al uso y al transporte y reduce de manera importante costos de envío. Cabe aclarar que actualmente en la ciudad de Xalapa no se cuenta con tecnología de impresión suficiente, lo que nos obliga a salir a producir a las ciudades de México y

Puebla, y ese hecho conlleva un gasto considerable que con este nuevo gramaje de los productos se puede reducir.

El uso de papel más ligero, como el propuesto, fue probado en la elaboración de *dummies*, proveyendo certeza de que no reducía la legibilidad material de los textos, al contrario, el general de las opiniones indican que nos ofrecía un producto más apreciado sensorialmente: ligero, cálido, cómodo y accesible. Además, la producción con esos materiales se sabe reduce el uso de encolante y no requiere técnicas de cosido, lo que se suma a la reducción de costos y es argumento para esta propuesta que buscó insertarse en los nuevos proyectos alternativos de ecoedición.

Finalmente, si se refiere que el papel para interiores propuesto se distribuye en el mercado en una variedad de medidas amplia (70, 87, 98, 107 y 114 cm, que pueden ser cortados en cualquier largo), ello nos permite acceder a los productos en las dimensiones elegidas en esta propuesta editorial sin contrariedades.

Del cálculo editorial

Para nuestras propuestas de colecciones se hacen los cálculos. Se inicia considerando las nuevas dimensiones y las condiciones tipográficas propuestas como una suma de beneficios dada la cantidad de caracteres que pueden ingresar en nuestro nuevo formato, al menos para el caso de la colección Biblioteca.

Echemos números: al manejo de un formato media carta (14 x 21 cm) una obra arrojaba un total de 274 páginas, mismas que al ser llevadas al nuevo formato (14 x 23 cm) reducen a 246 páginas, lo que representa una reducción en el número de páginas por imprimir de 8.97%, ello sin considerar la amplitud del nuevo formato que permea sensiblemente hacia al lector ofreciendo una superficie más clara y abierta para ser consultada, dado que se trata de una colección que sirve a esos fines. Estamos produciendo libros con menos número de páginas y con mayor amplitud en su superficie, generando con ello ligereza, lectura-bilidad y legibilidad.

Queda como dato técnico necesario para el cálculo de los proyectos de la colección Biblioteca, que una página del nuevo diseño tiene un rendimiento promedio de 2,168 caracteres con espacios.

Para la colección Ficción nuestro argumento de rendimiento no es equivalente. Al tratar con una de las colecciones que más se venden en nuestra editorial, se procura ahora a nuestro lector obras más volu-

minosas que conlleven el sentimiento de *poseer más*. Y si se piensa en abaratar costos podremos ofrecer más al mismo precio. Por ello hemos reducido el formato de 14 x 21 cm a 13 x 21 cm, además de ampliar márgenes que provean de ligereza y amplitud a la obra, lo que nos lleva a acumular más páginas en una misma obra y así ofrecer un producto para el solaz que *dure más* deleitando.

El dato de rendimiento de caracteres por página queda en 1,668 caracteres con espacios.

De lo sostenible de la producción

Si ya estamos produciendo, parte del control de calidad que debe perfilarse encuentra sentido en las pretensiones que una editorial tiene, y tratándose de editoriales públicas, universitarias, la encomienda se relaciona de manera directa con la producción de un bien social que ofrecer al entorno en que se desenvuelve: un objeto comunicando ideas para reflexionar y coadyuvar en la formación de sujetos críticos ante el mundo. Cobró sentido entonces una reflexión profunda del paso de las editoriales académicas en el planeta buscando sostener y sustentar sus acciones.

Lo sostenible, o sustentable, es un fenómeno que está en constante transformación, dado que se manifiesta en una dinámica multidimensional, pero lo que sugiere es reflexionar de modo consciente sobre la forma en que impactamos, desde cada una de nuestras disciplinas, al planeta. Específicamente en la edición ya en países europeos se han delineado algunas acciones que buscan hacer surgir un proyecto ideal: la producción armónica con nuestro entorno; armonía basada en el equilibrio como sustento de la vida. No obstante esas iniciativas la realidad material de la Tierra se antoja muy comprometida, por lo que es necesario que participemos de una estrategia integral y cada uno desde nuestro espacio accionemos.

Lo que está ocurriendo en el mundo es una clara evidencia de que el problema de la degradación ambiental está estrechamente relacionado con esferas sociales, económicas y políticas. La edición sostenible juega entonces un papel relevante en los últimos tiempos. Modificar e impactar los modelos tradicionales de producción basados en el mercado global y modificar el consumo de recursos es tarea ineludible que debe ser atendida por los profesionales conscientes del modelo de vida que queremos para generaciones futuras —pues sin ser pesimista considero que lo que ahora hagamos redundará en un futuro no mediato—, porque el paso del *Homo* por esta tierra debe dejar una huella, diferente

a la actual huella ecológica que ahora nos pone en debate porque lo que promete es el fin de nuestra especie.

Desde el campo del diseño también se trabaja sobre lo sustentable y ya se dice: “...un problema observado no se puede abordar por separado, sino articulado con el complejo de relaciones que lo generan y la cohesión será el resultado, por lo que tendríamos que ver de qué manera el diseñador es corresponsable del deterioro ambiental” (Vargas, 2014).

Sobre esa idea visualizada en esta MDPE y como reflexión activa es que buscamos producir nuestros objetos editoriales, nuestras nuevas colecciones rediseñadas, mirando con otros ojos, los ojos del planeta. Pero esa mirada debe ir desde la transdisciplina, para integrar acciones que persigan soluciones a los problemas que ahora trascienden al hombre, y eso supuso involucrarse en el proceso y cuestionarse para dar paso a ideas y principios que den respuestas a interrogantes actuales que cada día son más y complejas.

Reflexionamos sobre las mejores prácticas y buscando normar criterios de edición fuimos a participar, acaso con un granito de arena, en esta tarea urgente que tiene pendiente la humanidad, acaso como una aproximación a un manejo sostenible y buenas prácticas editoriales. La tarea será ardua pero hay que iniciar.

Para finalizar concretemos algunas acciones, aunque ahora mínimas, con el nuevo diseño y producción de la colección Biblioteca que analizamos como ejemplo:

Formato. El formato de la colección Biblioteca antes era de 14 x 21 cm, la nueva propuesta es 14 x 23 cm. Con ese nuevo formato se buscó aprovechar de mejor manera los pliegos de papel, construyendo una caja de mayores dimensiones que albergara más texto y evitar la pérdida de papel, ello sin considerar la amplitud del nuevo formato que permea sensiblemente hacia al lector ofreciendo una superficie más clara y abierta.

Reducción en número de páginas

Col. Biblioteca antes

438 páginas

8.97% más páginas en el nuevo formato

Col. Biblioteca después

390 páginas

PRECIOS DE PAPELERÍA LOZANO/2014*

Comparativo de precios

<i>Pliego</i>	<i>Bond ahuesado (cultural)</i>		<i>Book cream (estudiante)</i>
	<i>90 g</i>	<i>75 g</i>	<i>60 g</i>
57 x 87 cm	\$ 1,658	\$ 1,381	\$ 862
70 x 95 cm	\$ 2,234	\$ 1,863	\$ 1,190

*año de lanzamiento de la propuesta

Papel. El tradicional papel de interiores, cultural de 90 y 75 gramos, se propone cambiar a Book cream de 60 gramos, tenemos ahora un papel nacional más barato, más cálido al tacto, que produce un objeto cómodo y con buena reproducción de negros, y qué decir del ahorro en costos.

Peso. Al disminuir el gramaje de papel, tanto en interiores como en forros, y hacer uso de uno de baja densidad se tienen productos con una diferencia de peso considerable, lo que redundará en menor costo al transporte y qué decir de la comodidad para el usuario.

Peso de un ejemplar de 250 páginas

Biblioteca antes	Biblioteca después
320 gramos	260 gramos

Costo flete x 100 ejemplares de 250 páginas

Biblioteca antes	Biblioteca después
\$760.00	\$540.00

Tipografía. Los tipos de letra y los puntajes empleados en la construcción llevan a ingresar mayor cantidad de texto en cada página sin menoscabo de la legibilidad, además de reducir el uso de tintas al tratarse de tipos con menos superficie negra.

Una página en Tipo Century Schoolbook (1951 caracteres con espacios)	Una página en Tipo Minion Pro (2168 caracteres con espacios)
--	--

Tiraje. Debe ser considerado de acuerdo con la valoración dada a la obra, en función de su pertinencia académica y proyección comercial. Las obras que se consideren pertinentes se reproducirán en el sistema offset con tiradas mínimas de 500 ejemplares y aquellas con bajo potencial se iniciarán reproduciendo en el sistema digital con tiradas de hasta 150 ejemplares, que pueden ser ampliados si la demanda lo requiere. Con ello estaremos evitando llenar bodegas, que cabe aclarar son rentadas, y en consecuencia paso a paso iremos derivando el gasto por almacenamiento hacia la producción electrónica que es una tarea pendiente.

Acabados. Se sugiere que el retractilado de los libros sea en paquetes de 10 y 20 ejemplares, con ello evitaremos desechar plástico de manera inmediata, con la consecuente contaminación que representa.

Costos de producción. Debe ser solicitado y revisado el comparativo de los costos de producción licitados por la UV, y de ser elegido el taller que ofrece el menor precio, a él se debe acudir buscando confirmar que el gasto que se ejerza en la construcción de las nuevas colecciones sea empleado de la mejor manera. Se debe buscar supervisar la calidad de los productos elaborados, con ese control obtener, en la medida de nuestra intervención y las posibilidades que nos dé el taller, productos que sean bien valorados, aunque claro que siempre puedan ser mejorados. Por lo anterior, se ha propuesto a la Dirección Editorial la intervención más activa en las imprentas por parte de quienes producimos los títulos, todo ello en bien de nuestras publicaciones.

En este proyecto académico buscamos analizar el discurso editorial universitario veracruzano para reconocer el estilo UV; a través de diferentes herramientas provistas en esta MDPE fueron reconocidos nuestros actores sociales en un reconstruir los modos de *hacer* como parte del *ser* editorial: reconocer nuestra cultura; interviniendo sus colecciones más antiguas se ha buscado recapturar los valores trascendentales del fondo editorial de la Universidad Veracruzana: revalorar nuestra identidad.

Después de concebir productos, diseñarlos y producirlos, las rediseñadas colecciones Biblioteca y Ficción que ya ven la luz son nuestro estudio de caso y sobre su puesta en escena es que finalmente reflexionamos.

LA PROSPECCIÓN HACIA LA UV

Con lo realizado y aprendido en la MDPE se entiende ya que el ciclo editorial es propio y específico de comunidades integradas bajo símbolos que las unen, generando identidad como una búsqueda humana o sentido de pertenencia, y ello es justificado en el estilo planteado en la nueva manufactura de las colecciones Biblioteca y Ficción de la UV. En el sentido de pertenencia universitario veracruzano es que el accionar social de la edición buscó incidir y ello nos lleva ahora a correr el telón y ver en escena nuestras colecciones.

Giménez (2006) nos recuerda que la cultura y la identidad son conceptos interrelacionados e indisolubles. La *cultura* como una concepción simbólica de pautas y significados, compartidos y duraderos, que incluyen motivaciones y emociones propias en contextos particulares y que se difunden a contextos más amplios; es un mar de significados, imágenes y símbolos; es organización social. La *identidad* es la apropiación de esos repertorios culturales salidos del entorno social; su función es marcar fronteras y diferenciarnos; es lo subjetivo de la cultura, el contraste entre los actores sociales; se caracteriza por la voluntad de distinción, eso que lleva a buscar la pertenencia social en las particularidades como medio para mostrar un estilo de ser y hacer.

Bajo esos conceptos sociales es que nos conducimos en el proceso editorial que nos ocupó y que fue develándose como un sendero con múltiples atajos para llegar a un sitio de inicio desconocido por ser el proceso editorial sujeto de multiplicidad de formas y dimensiones. Es indispensable ahora la reflexión para recapitular símbolos sociales y procesos culturales hallados, y conducirlos críticamente hacia donde fueron estructuralmente proyectados: develar un discurso editorial y, al reconocer un estilo, hacer propuestas de construcción de productos editoriales.

Ya se produjo nuestro producto cultural (la colección) y buscamos ahora evaluar el acto comunicativo que se perfila (la lectura); emerge nuestro objeto de estudio (el estilo editorial) comunicando o llevando a interpretaciones múltiples, siempre asido a su historia y a su entorno que le alimenta y construye. Quedamos de frente a la producción editorial como un acto de construcción de mensajes mediados por la cultura, un

acto creativo con fines de comunicación y detonante en la conformación de una sociedad. Nos sentamos en la butaca para mirar en prospección y poder ser críticos del guion propuesto, y entonces surgen una serie de reflexiones con el aval teórico y práctico con que hemos sido provistos.

El proceso de investigación seguido ha referido un momento de observación en un tiempo y entorno determinado (las colecciones UV a 60 años), persiguiendo reconocer la causa histórica de un suceso (el prestigio adquirido) y, finalmente, pensar el futuro a partir del presente (relanzamiento y rediseño de colecciones); así, sobre un eje transversal de tiempo y espacio fue posible realizar un análisis retrospectivo, ahora prospectivo, para plantear estrategias editoriales con el reconocimiento del estilo que una comunidad persigue.

La recepción de los productos editoriales

En la evaluación del resultado de un evento editorial comunicativo, el reconocimiento de las individualidades nos llevó a *re*-conocer las partes que conforman un todo más amplio (colectividades) enriquecido por sus particularidades y entonces se evidencia el acto lector como medio de comunicación sin fronteras.

Para evaluar la comunicación mediada a través de nuestros objetos editoriales partimos de reconocer que toda interlocución se hace desde el código cultural que se posee. Con la cátedra de Andión en esta MDPE comprendimos las dimensiones de esa práctica cultural.

La universidad, en general, maneja múltiples códigos y el editor universitario puede incidir sobre su comunidad utilizando la dimensión política que lo posiciona y le da poder como agente de cambio o vector hacia el conocimiento; no el poder actuando como control, sino la edición como poder mediado. Entonces, si se participa en instituciones educativas que manejan una dimensión política a través de sus propuestas de pensamiento, hay que comprender que esa dimensión es parte de tener libertad, autonomía y creatividad, aunque siempre que se presenta un mensaje o en cualquier gesto que se maneja se contiene esa dimensión política del *ser*. Es así importante el redimensionamiento del actuar editorial para hacer política cultural en beneficio de la sociedad, máxime si se está inserto en una institución cuyos fines son formativos y para ello hay que construir mensajes: libros.

En las universidades es importante considerar que la mercancía cultural es simbólica, está fuera del circuito mercantil. La utilidad es de orden prestigio, estatus. Sin duda el editor, como actor social que inter-

viene en la definición cultural y política de una comunidad, de manera activa juega un importante rol como mediador entre los objetos que produce y el acto comunicativo; es así participante primordial hacia la ocurrencia de uno de los actos de comunicación más relevantes de las sociedades en desarrollo: la lectura, y al mismo tiempo es gestor de los proyectos educativos de un pueblo.

Coadyuvar en la generación de proyectos culturales desde la edición, conscientes de las necesidades de un pueblo y guiando individuos hacia el reconocimiento de la importancia del acto lector, es parte del apoyo que el editor dará en la consecución de la receptividad de los mensajes y la generación de criterios desde la memoria activa y crítica, incluso participante de ideas de avanzada que lleven a las comunidades al crecimiento social.

En los proyectos editoriales, entre los elementos que vinculan las herramientas empleadas promoviendo la recepción (lectura) en el libro se reconoce que: *a)* el diseño (código gráfico) despierta el *ser sensible* con su materialidad; *b)* el tema o contenido (código de lenguaje) genera historias propias, hace creador, proyecta al lector como *ser crítico*; *c)* la colección (código de pertenencia) hace pertenecer, acaso poseer y vuelve a un *ser social*.

En el diseño, dichos elementos quedan signados en la *imagen de forros* y su poder de atracción y desencadenante de emociones estéticas; en el *título* con su poder comunicativo y generador de historias personales; en el texto de *cuarta de forros* persuadiendo o abriendo la puerta e invitando a formar parte de ese eje en varias vías que es la comunicación; y en la estructura interior que esquematiza y dispone una estructura para ser aprehendida ante el acto lector.

Fueron reconocidos en el proyecto editorial UV esos elementos vinculantes hacia la recepción y todo ello fue el asidero al elaborar objetos culturales que buscan comunicarse y ser detonantes de acciones necesarias en el sector editorial. Las universidades actuando como parte del constructo social al que pertenecen. Específicamente, la acción de recuperación del fondo editorial que le ha dado prestigio a nuestra institución es empleada como vínculo de una sociedad universitaria que reconoce en su editorial un discurso con trascendencia por la calidad literaria de sus contenidos; con su oferta editorial la UV participará.

Después de nuestra intervención consideramos que nuevas acciones deben encaminarse a nutrir esa colección bajo una línea honesta de selección de títulos; sólo aquellos que sean nutrientes de su sociedad

deben ver la luz y ajenos quedar los proyectos de academia que echen leña a un proyecto que buscará seguir impactando las prácticas lectoras de su comunidad universitaria, esa que se construye día a día ante un mundo casi a la deriva. Ahora hay que mediar para ello.

Las editoriales mediando hacia una cultura lectora

Desde nuestro lugar como editores debemos situarnos en terreno de las condiciones coyunturales, eso puede favorecer la construcción de una nueva manera de ver las posibilidades de la humanidad. En el campo editorial se dice estamos en una coyuntura, incluso hay una tendencia a la desintermediación que le resta el poder simbólico de los editores a su trabajo. Será el lector quien dará el voto de confianza y nos seguirá, pero hay que trabajar con la conciencia de sí mismo, apoyados en la mercadotecnia pero básicamente en la conciencia como editor, esa que está más allá del mercado.

Fácilmente nos perderíamos analizando los múltiples conceptos y esfuerzos que en lo editorial se realizan actualmente como parte de una labor social de responsabilidad, a veces, y como forma de vida simple y llanamente, otras muchas. Al retomar el caso de estudio que nos ha ocupado en esta MDPE, con el rediseño y revitalización de las colecciones literaria y de investigación de la Universidad Veracruzana, se apela en sus acciones más profundas a lo humano, epistemológico, social y ciudadano posible, ello al reconocer la labor editorial como un evento con una gran responsabilidad social.

Si para validar un proyecto editorial hay que desentrañar si el libro, como medio de llegada de información, favorece la construcción del ser social, diremos que el debate ha sido abierto y así permanecerá por mucho tiempo. Sus detractores van y vienen entre senderos para hallar la salida, esa que es en vano buscar pues las posibilidades de encontrar argumentos serían casi infinitas, tantas como involucrados en dicho debate se posicionen.

Sensibilizados apelamos al valor de los proyectos editoriales desde el deseo de construcción de un mundo con más posibilidades; estamos convencidos que la lectura genera vitalidad intelectual y humana, sociabilidad, búsqueda de justicia, confianza, competencias, pensamiento crítico y creativo, construcción de voluntad y fuerza en consecuencia, y no terminaríamos desde nuestro contexto de darle valor al acto lector y sus vasos comunicantes. Consideramos que un proyecto editorial apela siempre a lo humano, social y ciudadano en primera instancia, luego

los contextos determinarán los puntos de encuentro y tejerán a su alrededor las posibilidades.

En la Universidad la mediación debe ser entendida con toda su carga conceptual y reconocer su pertinencia para la toma de decisiones editoriales, se deberán buscar entablar relaciones dialécticas con los sujetos que harán contacto con los objetos culturales que se producen, buscar dar sentido a nuestras acciones y no descuidar ir siempre en el sentido no de lo mediático, sino llegar a hacer la diferencia.

Ser actores con alta responsabilidad social debe ser la consigna y ello nos dará la posibilidad de entender el discurso de nuestras editoriales y atender las necesidades. Luego, cumpliendo esa primera fase de conformación de objetos mediados, se deberán atender acciones concretas de promoción del acto lector.

El editor: mediador entre el lector y los contenidos

Posicionándonos en el papel de editores estamos convencidos que se debe actuar como mediador y buscar y proponer proyectos que cumplan necesidades. Las instituciones atendiendo la parte social y produciendo estructuras para propiciar la lectura. Las universidades con valores éticos y aptitudes para definir proyectos; construyendo de modo prospectivo y empleando las capacidades que ya existen y potenciándolas. Desde hace años la pregunta ha sido ¿publicar libros sirve para formar lectores? Laura Lecuona (2010) asiente:

Los editores tenemos la responsabilidad de cuidar la congruencia de un catálogo y publicar obras afines a los principios y objetivos de la editorial en la que trabajemos [...] es una responsabilidad ética y social, que al mismo tiempo es una valiosísima oportunidad para trabajar por lo que creemos. Si de verdad queremos contribuir a formar lectores, las ventas no pueden serlo todo (p. 21-22).

En la Universidad Veracruzana tenemos que mostrar a nuestra comunidad que enseñar es compartir, pensar el mundo a través de los demás; buscar por ello con nuestras colecciones ser diferentes a otras instituciones y fomentar con nuestras obras nuestra identidad. Iniciar con nuestros textos a conectar personas: los alumnos-lectores con sus profesores-autores, los profesores con los editores, los editores con los autores y todos en horizontalidad tal que podamos ejercer el diálogo común que permita la valoración y el reconocimiento del acto lector como un modo de *ser* universitario.

La colección: agente de empoderamiento social

Reflexionemos ahora sobre las colecciones que en este proyecto de maestría nos ha ocupado como *actio* de responsabilidad social, herramienta discursiva y simbolismo identitario de nuestra universidad.

Ya entendemos que la comunicación siempre está mediada y ese concepto es nuestro eje. El editor debe asumir la responsabilidad social y el privilegio que se le otorga para mediar desde una casa editorial. Eso es poder, aunque siempre hay que manejar el concepto de escala con rigor para delimitar ese poder. En las universidades hay que ejercer poder mediado con la conciencia de que el lector tiene la libertad de generar su significación, esa que incide, transforma y evade el iletrismo. Tenemos claro que el contexto cultural construye coyunturas, con componentes *de facto*, con propuestas sociales.

Como editores hay que gestionar libros que actúen como mediadores; los medios electrónicos también pueden ser empleados como grandes mediadores. Eso se hace al trabajar el concepto de colecciones, aquellas que nos proveen autores selectivamente. También en las librerías y editoriales hay que entender el concepto de colección y buscar mediar así: conseguir autores, temas, colecciones y promoverlas completas. Construir colecciones conlleva mucho de poder, pero debe responderse a necesidades culturales.

Bajo la reflexión de Chapela (com. pers.), acerca de que las colecciones tejen redes de familia y los autores se convierten en nuestros ancestros, el rescate de la colección Ficción, nuestro fondo literario que ya forma parte de la cultura veracruzana, ha sido considerado como detonante en la promoción del acto lector en la comunidad universitaria y como medio de influencia hacia las nuevas generaciones. En nuestro proyecto, la UV a través del rediseño y replanteamiento de dos de sus colecciones debe buscar traer los grandes temas y producir bibliotecas para necesidades y contextos específicos; mediar a través de ellas con la responsabilidad política que supone el pertenecer a una institución, educativa, pública y veracruzana.

Entendemos así la función del editor como un gestor de contenidos que toma decisiones de acuerdo con la conciencia que tiene como mediador de la cultura y hace elecciones acerca de lo necesario para su comunidad.

Hay que actuar bajo la idea de que las necesidades humanas ni se crean ni se destruyen por medio de un acto editorial, pero la necesidad de vivir utilizando recursos para comunicarse, a lo largo de la historia

ha derivado en multiplicidad de eventos y entre ellos los libros han sido herramientas que han resuelto de alguna forma esas necesidades. Hay que ser reflexivo y pensar ¿por qué algunas colecciones que parecen tan prometedoras no han tenido éxito?, quizá las universidades debemos dejar de pensar en formar lectores y volver hacia ellos para que nos formen a nosotros. Pudiéramos estar ante un dilema contemporáneo y nuestras decisiones han ido a la deriva, sólo marcadas por las instituciones y el mercado. Hay que repensarnos.

Las decisiones editoriales: ¿contenidos o demanda?

Actualmente desde las necesidades de la industria es que se generan contenidos. Debemos mirar a la edición con una visión humanista para instrumentar y conducirnos a donde se nos requiera y como editores establecer puentes, buscar ser mediadores de la lectura a través del objeto libro y para ello hay que preguntarnos: ¿cómo es que los lectores se relacionan con la lectura?, ese debe ser el tema a desarrollar en los programas educativos.

Contextualizar los espacios nos puede llevar a crear las condiciones para que haya interés lector, pues sin interés, sin deseo, no puede haber proyecto. Hay que tener claro que las decisiones de los diferentes programas para configurar esquemas deben basarse en los contenidos y no en la demanda que la industria tiene hoy y que no atiende a los intereses del pueblo, sino a los de aquellos que dicen representarnos.

En las universidades las decisiones curriculares, las más de las veces, se configuran a través de proyectos desconsiderados de los intereses de su comunidad y son proyectadas en beneficio de unos cuantos –académicos con necesidades específicas–, son dictadas por las autoridades universitarias o por aquellos programas estatales proveedores de recursos e interesados en la adquisición de “prestigio” dado por lo “productivo”.

Lo anterior ha actuado en detrimento de la calidad de los productos y ha permitido el empoderamiento de la academia a costa de la vida sana de las editoriales universitarias. Y eso se percibe en la mala calidad de muchos de los productos que se surten y que no apelan a las necesidades humanas ni edifican la práctica lectora que tanto venimos argumentando es necesario promover.

Específicamente en este proyecto universitario, con el rediseño y relanzamiento de dos de las colecciones más añejas de la UV, la Editorial Universitaria busca mediar en la recuperación de un capital sim-

bólico que se ha ido construyendo y que ha sido agente promotor de la lectura en su comunidad toda.

Las colecciones universitarias veracruzanas se reinventan como una manera de recuperar el espacio ganado a través del tiempo: refrescan a su comunidad con una nueva imagen; buscan tener presencia en ese acto comunicativo autores que buscan reinterpretarse a través de la comunidad y ser cobijados desde nuestra universidad por esas colecciones que han sido cuna de generaciones, como es el caso de la colección Biblioteca.

Por su parte, la colección Ficción como punto de creación literaria es producto trascendental en la conformación de la cultura de la comunidad universitaria veracruzana, forma parte de esos bienes intangibles que permean a Veracruz y materializa esa vena abierta que ha sido el prestigio editorial a través de casi 60 años de aparición ininterrumpida.

Buscar el diálogo social hacia el pensamiento crítico a través de nuestras colecciones, es eso que las universidades enarbolan como distribución social del conocimiento.

La Universidad: distribución social del conocimiento

Proseguimos insistiendo o mediando con el mensaje de que hay que promover la lectura como un gestionar la vida propia, hacer que el libro llegue, circule a muchos espacios y a muchos lectores. Hay que promoverlo en circuitos marginales también. Además de hacer que el libro se venda, buscar que el libro se lea. La función social es importante de cumplir en las instituciones que no son empresas.

Al programar nuestra producción debemos garantizar la coherencia de nuestro proyecto editorial y de su política. Si somos una editorial que ha editado fundamentalmente en papel hay que analizar el catálogo para valorar qué parte de ese fondo podría transformarse en una edición electrónica.

Para tener ventajas competitivas como sello editorial hay que hacer visibles nuestros productos en los espacios adecuados y eso nos lleva a tener que conocer a nuestra audiencia; esos datos son la base para construir y los hemos desdeñado, no somos conscientes que es nuestro nicho; hay que conocer las razones e impulsos a la hora de consumir o comprar o no comprar nuestros productos.

También conocer a los autores, establecer relaciones transparentes, saber de sus motivaciones e involucrarlos en la promoción y venta de sus obras. Ampliar nuestra cadena de colaboradores sobre la base de la comunicación y la comunión de intereses es fundamental.

Debemos identificar la competencia, los proyectos y productos editoriales similares al nuestro, ello nos llevará a definir un proyecto y saber cuáles son las posibilidades de éxito de nuestros productos. Reconocer el momento preciso para editar, buscar ser actuales, innovadores, aparecer en el momento clave.

El estilo editorial empleado en nuestras publicaciones será carta de presentación, hay que vigilar las normas que nos lleven a sellar esa identidad universitaria veracruzana como única. Hacerlo con nuestras colecciones será una fortaleza.

Ya hemos visto que la misión de las empresas editoriales universitarias no persiguen, aunque las necesitan, únicamente el resultado de ventas. El enriquecimiento del acervo editorial, el aporte científico y técnico a la investigación, la difusión de obras de trascendencia cultural, etc., son motivaciones que mueven a estas editoriales.

El reconocer y actualizarnos sobre los procesos de edición de manera ineludible nos ha llevado a entender que estamos en la construcción de un ciclo que no puede separar actores por procesos, sino que los eslabona para crear una cadena de valores en donde el trabajo cobra sentido cuando se cierra ese círculo a través de la distribución de lo producido, e inicia a dar vueltas en ciclos completos y continuos.

Sin duda, programar de inicio acciones específicas que persuadan a los posibles consumidores de la adquisición del objeto editorial que producimos es importante, y para ello es necesario un plan detallado en donde ya se analice la perspectiva del mercado y la inserción del producto a producir. Al conocer a quiénes será dirigido un producto editorial, es decir, los posibles consumidores-lectores, es posible planificar modos y formas de producir. El lector o consumidor final representa un punto importante en la toma de decisiones; aparece como factor clave del proceso. Hacer estudios de mercado en los diferentes campos de la edición de libros, tanto impresos como digitales, proveerá de herramientas para tomar decisiones.

En las universidades la comercialización es uno de los problemas, las bodegas se encuentran repletas de textos que no son distribuidos, que no son necesarios y que jamás serán leídos. Las políticas editoriales deben cambiar, evitar seguir haciendo libros basura, libros invisibles, libros que traicionan la función social de las entidades públicas que deben usar el dinero del pueblo en su beneficio.

En las editoriales universitarias, y particularmente en la Universidad Veracruzana que es objeto de nuestro estudio, uno de los mayores retos

actuales es la distribución y comercialización de sus productos editoriales, mismos que desde hace tiempo se proyectan año con año ante el presupuesto fijo propio de las administraciones públicas, ello sin considerar ese recurso económico como susceptible de ser cuidado, sin ser reconocido como parte de los bienes del pueblo, de la sociedad civil que debe ser atendida con dichos recursos y por eso deben ser bien proyectados.

Las universidades estamos llenando bodegas con libros ante la ausencia de adecuados canales de comercialización de sus productos.

El dilapidar dinero en ediciones que son embodegadas ha provocado la caída de las editoriales universitarias que quedan sumidas en una especie de proyecto sin conciencia y al servicio de unos cuantos académicos que se benefician de la publicación ante los proyectos administrativos corrompidos que se viven actualmente en las universidades, y en México en general.

Bajo la guía de la MDPE reflexionamos reconociendo a la promoción como una herramienta útil que nos lleve a definir alternativas y enfocar acciones para atender el grave problema que ya se está haciendo añejo al ser relegado, sin considerar que es ahí que dejamos abierto el eslabón de toda una cadena de esfuerzos. Revisemos las acciones tradicionales de la UV en ese plano para plantear iniciativas de promoción de nuestras colecciones que saliendo de las prensas y lanzadas al mercado buscarán comunicarse.

Después de esas reflexiones en torno al objeto que se produce en el ámbito editorial, lo que queda claro en nuestra labor es que al producir necesitamos lectores, aunque se dice que específicamente compradores de libros. Sin duda se necesita mucha dedicación para lograr que los lectores nos encuentren y elijan nuestros títulos y eso hace precisamente el marketing, una tarea que va de la mano de estrategias fundamentadas y requiere del trabajo conjunto de quienes participan en el ciclo de hechura de un objeto editorial.

Tenemos que reconocer que el marketing y las ventas son diferentes, pero la primera acción para ser efectiva debe llevar a la segunda. El marketing como disciplina debe tener como objetivo ser un modo filosófico del *ser* empresarial, porque, según Barroso (2008) “buscará fomentar el intercambio voluntario entre dos o más partes que tienen algo que les interesa a unos y otros entre sí”, una idea que en la economía mexicana sonaría casi utópica, pero que si intentamos reflexionar sobre su esencia hallaremos la base del intercambio que se ha perfilado a lo largo de la historia.

Somos uno y al vivir en sociedad todos necesitamos de todos, aunque la necesidad ha devenido en venta e inmiscuido como agente de cambio el dinero, aquel que provoca lucro y un consecuente poder y abuso. Pero centrémonos en la función que hemos de cumplir y que redirigimos en el caso de este nuestro proyecto, en el acto de *dar* a conocer y *hacer* que se adquieran y lean nuestras colecciones universitarias porque están hechas para satisfacer una necesidad, la búsqueda del ser integral y crítico con su sociedad.

Somos la Universidad creando productos de intercambio, esa acción que es tan antigua como la aparición del trueque y del mercado, de donde toma su nombre el marketing y que personalmente resumimos debe caracterizarse por ser una disciplina de intercambio, de forma voluntaria, bajo la filosofía de satisfacer necesidades mediante el acto de la comunicación y venta.

Hemos caído en el análisis que remite a necesidades y posibilidades de éxito de un proyecto porque involucra el mercado, el macroentorno, la demanda, la competencia y a los consumidores. Pero las universidades deben plantear sus propios objetivos que pueden diferir de cualquier proyecto de negocios pues sus fines son sociales. Apuntalamos la promoción actuando como un sistema que lleve al objeto a distribuirse, comunicarse y cumplir con las necesidades de una sociedad, y si vende qué mejor.

Si el sector plantea nuevas formas de editar, vender, distribuir, comprar y leer libros hay que conocerlas e incorporarlas como nuevas formas de negocio, pero sin descuidar los fines propios de las instituciones académicas; ofrecer nuevas opciones de servicios que le den valor al libro, ingresar a la producción electrónica pero tener en cuenta los contenidos apropiados y canalizar el contenido textual hacia nuevos dispositivos ofreciendo valor añadido a nuestras funciones.

Reconocer que una industria que busca sobrevivir a los cambios tecnológicos debe voltear y mirar al usuario para saber qué productos necesita proveerle y evitar reducir su participación a aquellos objetos que sabe hacer; es decir, hay que migrar hacia los nuevos formatos. Hay que buscar la coexistencia del libro físico y el electrónico, generar estrategias de mercado para mirar ambos como un evento evolutivo de adaptación a los tiempos tecnologizados, eso es plantear una globalización de contenidos, con nuevas formas como alternativas que enriquecen sociedades. Además, considerar las opciones de comercialización de ambos productos, pues si bien pueden ser similares a las tradiciona-

les formas de venta, aunque su forma no cambia sí cambian los medios en los que se ofrecen.

Ya lo dicen quienes investigan. Debemos convertirnos en agentes globales que producimos contenidos globales (Romero, 2014). Si bien ser profesionales perfilados desde la edición tradicional pero mirar hacia los cambios novedosos, hacer uso de las nuevas tecnologías y gestionar integralmente.

Las librerías físicas y virtuales deben aparecer como un espacio común y globalizado que ofrezca apoyo de todo tipo y amplíe la oferta de acuerdo a la demanda, esa que debe ser conocida y luego motivada por actos de promoción y difusión. Hay que segmentar mercados mediante estudios que muestren necesidades y acudir con acciones a subsanarlas.

Nuestras condiciones cambian porque los tiempos lo hacen, en las editoriales debemos innovar, ser prospectivos y con nuestras propuestas buscar cumplir con la función social que el pueblo reclama a las universidades.

Concluamos con Lara Zavala (2010):

...en México el papel editorial que desempeña la universidad ha sido muy importante, aunque no podamos competir con las grandes editoriales que han reducido sus catálogos a criterios de venta y rentabilidad económica [...] las editoriales universitarias forman parte de un dique de contención que lucha por la supervivencia del libro serio, comprometido, trascendente, aún cuando sea de difícil recuperación económica (p. 127).

Pero creemos que ese dique de contenidos de calidad se debe romper y surtir esos contenidos, actuar como una instancia universitaria que distribuya y apoye los productos académicos, con una difusión tal que lleve al entendimiento de lo que se vende fijando acciones específicas que le lleven, ¿por qué no? acaso a ser rentable. Las librerías universitarias como una red en el país, surtiendo materiales de calidad, promoviendo su lectura y comercializando productos. No debe ser utopía. Todo es posible.

Como epílogo al ejercicio de construcción propuesto y al análisis o reflexión practicada, y como un medio de exponer y resumir nuestra postura universitaria de frente al acto editorial, concluimos este proyecto académico dejando la discusión abierta hacia las expectativas generadas y una serie de propuestas producto de este ciclo académico en la MDPE.

LA EDICIÓN UNIVERSITARIA: *MUTATIS MUTANDIS*

Con una idea apenas percibida, entonces difusa pero sobre todo inquietante, nos insertamos en este programa de Maestría buscando exhibir nuestro proyecto editorial para fortalecerlo con la crítica y descubrirnos en ese mundo cambiante al que debemos ingresar como parte de una institución educativa con fines sociales. Reconocimos a la universidad a través del cumplimiento de sus funciones sustantivas: docencia, investigación y extensión o difusión de la cultura, como parte medular de su existencia. La docencia con necesidades de productos editoriales que apoyen su labor; la investigación buscando difundir los hallazgos y dialogar entre los académicos, la difusión como el fin para socializar el conocimiento a través del libro.

Atender esas necesidades que nacen de la difusión, aunque los sistemas de “productividad” han modificado y llevado a la docencia a corromper el sistema y la calidad de la producción, muestra a la editorial como una herramienta primordial en el corazón de la universidad para cumplir con sus fines y objetivos tripartitos.

Confirmamos la edición como parte medular hacia los fines universitarios, aunque ello nos llevó a reconocer también los problemas y ventajas que de esa función derivan y que acotamos para el caso de la Universidad Veracruzana, nuestro espacio de estudio.

Los encuadres político-administrativos limitan el andar universitario, restan eficiencia al esquema de producción editorial, derivan en *problemas* como: no continuidad de los programas debido a los cambios administrativos; cotos de poder y ausencia de autonomía universitaria; políticas editoriales inadecuadas; manejo de comités editoriales sesgados que no sesionan adecuadamente o no conocen las políticas; no considerar al libro universitario un producto comercializable; falta de conocimiento de la labor editorial en la comunidad universitaria; subvaloración del editor; falta de actualización del equipo editorial; sindicalismo limitante del crecimiento laboral; canales de venta y medios de distribución limitados a las ferias y librerías universitarias y sin seguimiento de las ventas y, finalmente, falta de promoción y publicidad en

espacios más amplios y a través de medios más adecuados, limitado a las extensiones universitarias que rebobinan la información en un efecto de endogamia comunitaria, buscando hablar siempre bien de lo hecho en casa, sin una visión crítica y con la consecuente circulación esclerosada de la información.

Pese a ello, existen algunas *ventajas* que deben utilizarse para fortalecer los puntos débiles: no hay fines de lucro obligados, lo que permite una relativa autonomía en la toma de decisiones editoriales, que bien encauzada puede ser muy ventajosa; se publican textos que ninguna otra editorial comercial editaría por decisión propia, lo que como medio de difusión del conocimiento es una ventaja competitiva con las editoriales comerciales; también se publican investigaciones muy específicas que, aunque con mercado limitado, cubren un necesidad que estratégicamente usada puede ser ponderada; se producen libros académicos, lo que aunque aparezca restrictivo, en realidad funciona al ampliar el espectro de acción del campo editorial universitario y, al final, se hacen libros con un alto beneficio social, porque su ganancia está en la difusión, y eso es decir mucho en estos tiempos de capitalismo rampante.

Fortalezas y debilidades universitarias

Como un acto de redireccionamiento, regresamos al objetivo de la publicación universitaria para reconstruir estructuras y revalorar el objeto, y recopilamos algunas concepciones sobre las editoriales universitarias que intentan mostrarlas:

Son pioneras en labor editorial en el mundo; medio indispensable para que las instituciones cumplan con sus objetivos académicos y culturales; impulsan el desarrollo del conocimiento; articulan la investigación con la docencia; proyectan la imagen de la institución y la reflejan; divulgan la cultura generada en una sociedad; se relacionan con instituciones foráneas, fortalecen y diversifican la investigación de cuerpos académicos; ofrecen una oferta cultural alternativa (bibliodiversidad); son espacios promotores de democracia, inequidad, reflexión y colaboración; son fuente alterna de recursos y, son medio para definir políticas sociales, estatales y federales.

Aparecen además como formadoras de profesionales que darán servicio a una comunidad, con una función trascendental en la sociedad ya que incorporan dimensiones de la realidad inmediata a las actividades de docencia e investigación, ayudan a afianzar el compromiso

social de la universidad, forman individuos socialmente responsables, promueven la identidad, son acceso al conocimiento y divulgación de la ciencia, tienen un lugar importante en la industria y un público cautivo.

Dentro de las universidades un programa editorial contribuye al éxito de sus labores sustantivas con acciones concretas como: la publicación de textos que busquen cumplir necesidades en la academia; elemento comunicante y participante en la formación de ciudadanos críticos que tanta falta hacen en el país; con productos editoriales dirigidos y comercializados al interior de las instituciones, pero también proyectándose hacia la sociedad toda con un discurso editorial como factor de cambio.

A pesar de todas esas bondades también una universidad puede llevar al fracaso de un proyecto, con actitudes que casi pueden considerarse negligentes en estos tiempos de crisis de recursos de cualquier tipo, por ejemplo, con la falta de consideración del proyecto en una vinculación administrativa que lleve a recuperar recursos económicos y en consecuencia manejar el capital con miras a su recirculación, eso sin duda ha sido parte del problema editorial universitario. Cuando no importa vender, sólo producir lo que demanda la academia como parte de sus intereses personales, que no comunitarios –lo que se llama derrochar recursos–, una editorial no puede considerar estar cumpliendo con su responsabilidad social.

Los problemas cotidianos que viven las editoriales universitarias son compartidos en México, España y América Latina y han ido surgiendo como una consecuencia de la necesidad que la institución tiene de publicar. Si bien algunas editoriales universitarias han logrado un desarrollo significativo, tanto en sus fondos editoriales como en la comercialización, la mayoría funciona todavía como “taller de servicios editoriales”, publica sin lineamientos definidos, trabaja en condiciones vulnerables y padece los típicos problemas: carencia de criterios académicos, falta de estabilidad en la dirección, ausencia de recursos, falta de reconocimiento de la importancia del trabajo editorial, ausencia de políticas editoriales, poca o nula profesionalización de los responsables de las áreas de publicaciones, ediciones de autor no autorizadas, etcétera.

Un gran número de las editoriales de instituciones de educación superior producen pero venden muy poco. Cada año disponen de un presupuesto asegurado que les permite producir un número importante de títulos, pero que nadie les exige vender. Para estas universidades publicar libros no es una actividad rentable.

Hallamos en ese panorama instituciones con muchas debilidades, pero aún así se siguen hallando *fortalezas* que podemos referir a que las universidades cuentan con un capital, económico, humano y material disponible. Entonces debemos ser estrategias para convertir esa disponibilidad de recursos en pericia y eficiencia para el trabajo. Además, el manejo que las instituciones hacen del sentido de pertenencia puede ser vía para introyectar en el hacedor de libros, que sus publicaciones son el rostro de su institución, son su estilo, y pueden llevarnos hacia la calidad editorial compartida.

Más aún, con una normatividad que permite el uso de los recursos sin recuperación exigida, puede utilizarse un esquema casi libre y en consecuencia creativo que permita buscar el equilibrio: recuperar la inversión, aunque sin descuidar que antes se debe difundir y generar conocimiento en una comunidad, estaremos así convirtiendo una aparente debilidad en fortaleza.

Finalmente, las universidades son una puerta de entrada y salida de proyectos que deberán aprovecharse para entablar relaciones múltiples y enriquecedoras del proyecto universitario. Reconocidas las debilidades y buscando fortalecernos con ellas hay que proponer.

La UV enfrentando el panorama

A partir del análisis realizado entendemos que hay que posicionarnos en el lugar del *ser* editor y desde ahí generar estrategias que respondan al modo, tiempo y circunstancia, para gestionar y buscar que un objeto determinado logre la comunicación. Las consideraciones a partir de la discusión practicada entonces serían:

- Es necesario analizar la función social de las universidades frente a un objeto que bien puede ser estético (diseño), pero sobre todo gestionar contenidos que se comuniquen porque son necesarios.
- Darle sentido a la propuesta desde la mediación es parte de reflexionar en ello.
- Es momento de poner distancia al actuar del objeto libro universitario; alejarnos y luego buscar acercarnos a través de la pregunta, la explicación, el despliegue, el generar, y con todo eso construir. La construcción a partir de la pregunta como guía para ir por los caminos que necesitamos.
- Acercarnos a los diferentes actores editoriales para conocer de sus percepciones, simbolismos, escuchar variantes conceptuales

y enfrentarlas. Es decir, *mirar* lo que estamos construyendo para entonces actuar como maestros en edición.

- Las editoriales universitarias buscando formar identidad a través de sus colecciones deben reconocer e implicar la posición social y política desde la que se actúa.
- Reconocer que el editor no es la editorial, es parte del engranaje editorial, y debe ser incluyente de sus múltiples actores: la Universidad accionando como sociedad civil.
- Para ser estrategias hacia el fomento de la lectura las universidades deben reconocerse mediadores y promotores, junto con los académicos y los estudiantes, y muchos otros de los actores implicados.
- Entender la situación de la industria editorial y el mercado del libro, pero no desprenderlo de la promoción de la lectura.
- Comprender cuáles son los factores que permiten estar en los espacios de venta es también participar de la promoción de los espacios de lectura.
- Reconocer que generar estrategias para formar lectores, que no consumidores de libros, es diferente de la comercialización.
- Visualizar que las posibilidades de programas que ayuden a la promoción de la lectura desencadenarán el interés que se verá reflejado posteriormente en las ventas.
- Desde las editoriales entender que el universitario busca pertenecer y en ello hay posibilidades de generar una comunidad de lectores.
- Las bibliotecas y librerías universitarias debe buscarse sean las óptimas: manejar catálogos de libros y vincularse con librerías académicas en internet; ir hacia la actualización.
- Aunque en México llevamos un rezago global, las iniciativas de los editores universitarios en su conjunto serán tejer y tender redes de distribución.
- Hay que ser incluyentes, plurales, abrir espacios y tratar de alejarse del Estado viciado, aunque usar sus políticas públicas, que para eso se pagan impuestos, para su desarrollo.

Las posibilidades

Mirando hacia las posibilidades, pese a todos los encuadres dados a la edición universitaria, si actuamos con decisión, cambiando lo que se deba cambiar (*mutatis mutandis*), y apoyados en experiencias de éxito que han mostrado las posibilidades y que sirven de guía hacia la proyección necesaria, podemos resumir acciones objetivas:

- Analizar qué se está publicando.
- Redefinir el estilo para generar el proyecto editorial, ya que es la base constitutiva de sus políticas, mismas que deben ser bien conocidas por el Comité Editorial y por los dictaminadores, que son los primeros eslabones para producir obras *necesarias* en la consecución de los fines y fiel reflejo del estilo editorial.
- Conformar un catálogo editorial como función del editor en turno, quien debe tener voz y voto en el Comité Editorial para promover su conformación.
- El Comité Editorial actuando como agentes de acumulación de capital social, de conexiones útiles entre autores y lectores.
- Involucrar al autor como corresponsable del proyecto.
- La reflexión de los autores sobre ¿para qué? y ¿para quién escriben?, redefinirá la producción académica.
- Conocer el objetivo del libro llevará a organizarlo, dirigirlo y promoverlo.
- La coordinación editorial eficiente es otra de las bases del éxito.
- Generar el concepto editorial, que debe ser el del editor, no del diseñador ni del autor, y aplicarlo textual y estilísticamente, buscando siempre la coherencia.
- Vigilar el uso del sello editorial.
- Evitar el tráfico de ISBN, ampliando la demanda del servicio que ofrecen las editoriales universitarias.
- Dar apertura a las coediciones y las traducciones como un modelo de transferencia y distribución del conocimiento.
- Elevar la calidad en la producción, con apego a los cánones editoriales para fijar de manera sólida la hechura de las colecciones.
- Profesionalizar al equipo de trabajo.
- Recuperar la figura del librero como agente promotor del libro.
- Generar canales de difusión, distribución y ventas eficientes.
- Considerar el uso de recursos como una inversión y buscar su recuperación.
- Cuestionarse las implicaciones de la edición digital y electrónica, y atender nuevos modelos en un mundo en que la tecnología, las formas de difusión del conocimiento y los procesos de lectura se han transformado.
- Entrar en el mercado del libro electrónico para evitar bodegas llenas y entonces apoyar el repositorio de recursos digitales.

- Crear políticas y legislaciones específicas para la edición digital, atender las nuevas audiencias, los procesos de lectura y entender que esta nueva forma debe crear estrategias quizá distintas a las de los impresos.
- El intercambio de ideas y recursos es parte del crecimiento de las instituciones y el diálogo enriquece, hay que dejar salir y entrar, ideas y personas, comunicarnos entre áreas y vincularnos de modo institucional.
- Considerar la transdisciplina como eje de cualquier actividad sostenible, ya que ha quedado claro que la multidisciplina se ha corrompido y en general es llevada por líderes con intereses propios. Y si la interdisciplina es un medio de diálogo incluyente derivará en la transdisciplina para enlazar conocimientos, conceptos, individuos e incluso disciplinas que no guardan relación aparente, al menos desde la visión académica tradicional. En la medida que logremos que nuestro objeto sea transdisciplinario, arribaremos a conclusiones que nos permitan entenderlo mejor y así estaremos perfilándonos como seres sostenibles. Hay que mirar con otros ojos.

Para sostener más nuestra postura, seguimos con las reflexiones que irremediablemente han derivado de lo ya tratado y del entorno social y ambiental que vive la edición, el mundo actual y México:

- Son necesarias las reflexiones sustentables en tiempos de nuevos contenidos: el editor participe de un hecho sostenible, no permitiendo la elaboración de libros “basura”, no desperdiciando recursos que no son renovables, no contaminando y afectando su entorno ecológico, social, económico y hasta político.
- Si la huella del carbono que dejan los procesos de edición compromete el entorno que habitamos, y en cada etapa del ciclo de vida de un producto editorial se profundiza esa huella que vamos dejando –desde la concepción misma del diseño, pasando por los procesos de impresión y el uso de materiales contaminantes, el sistema de acabado, empaquetado y distribución–, lo menos que podemos hacer es buscar que lo producido sea concebido con un sentido social y académicamente responsable; luego, si estamos en la capacidad de contribuir accediendo con ideas creativas a la tecnología para tratar de incidir de manera más armónica al medio ambiente y los recursos que nos provee, debemos incorporarnos ya a los sistemas que la Ecoedición nos plantea y para ello hay que

integrar redes de profesionales conscientes y responsables de nuestro paso por la Tierra.

- Programar tirajes pertinentes, no imprimir de más, emplear papel reciclado, papel nacional, convencer a los impresores de no usar tintas tóxicas, todo como un medio de conciencia de la importancia del cuidado del ambiente.
- Si el concepto de sustentabilidad refiere que la organización debe asegurar las necesidades de los grupos de interés (es decir, todos los grupos o individuos que tienen relación con la organización), directos e indirectos, sin poner en riesgo los requerimientos de los futuros grupos de interés, hay que integrar la triple línea base (social, ambiental y económica) e insertar iniciativas de corto y mediano alcance.
- Si el financiamiento de las universidades proviene principalmente de fondos públicos que existen gracias a las aportaciones que la sociedad proporciona, el beneficio de lo producido debe ser claro para la población, lo que conlleva a un cuestionamiento profundo sobre las rutas, los fines y las consecuencias del accionar editorial de las universidades.
- La adaptación a los tiempos es necesaria como medida evolutiva y nos lleva a la profesionalización necesariamente, y en ese transcurrir a ser críticos con el entorno que nos mantiene.
- Las editoriales universitarias no deben segmentar sus equipos de trabajo. El editor y su equipo deben actuar como gestores de un proceso comunicativo, esencia del proceso editorial y participe en todo el ciclo: ir juntos de la cuna a la tumba, supervisando el producto y el estilo editorial como sello de calidad, sostenido en la eficiencia, la excelencia y el prestigio.
- Hay que generar procesos que trasciendan a lo humano y repercutan en el entorno, reconfigurar el papel de la edición a uno activo, local, colaborativo y participativo.
- Replantearnos nuestro paso por la Tierra y la huella que dejaremos nos invita a liberarnos de gremios que cual yugos nos sujetan. Si libro viene del verbo liberar, hay que liberarnos y trabajar sobre necesidades humanas.
- Los editores gestionando dar a luz proyectos viables y en apoyo al crecimiento del hombre en su integridad física y mental; buscando comprender cuál es el sentido final de nuestros actos.

Partiendo de los conceptos sostenibles generales proponemos una participación universitaria crítica, que considerando las afectaciones al ambiente puede accionar bajo los siguientes criterios sostenibles como normas generales:

- Diseñar bajo criterios del mejor aprovechamiento de recursos materiales y humanos.
- Revisar el catálogo y buscar producir lo valioso, trascendental, útil y socialmente responsable.
- Reducir las tiradas a lo necesario, es decir, a la demanda, que debe determinarse en un estudio del producto y del mercado.
- Normar procesos para hacerlos más eficientes.
- Controlar el gasto en recursos materiales, energéticos y humanos y rendir cuentas sobre ello.
- Usar materiales más amigables con el ambiente.
- Reciclar el fondo editorial y llevarlo al mercado del libro electrónico como un modo de reducir el consumo de materiales físicos.
- Contratar sistemas de impresión adecuados al tiraje (offset, digital) y pugnar por elegir imprentas que trabajen sobre procesos limpios.
- Realizar un directorio de imprentas verdes para proponer al Departamento de Recursos Materiales de la Universidad Veracruzana su invitación a las licitaciones públicas.
- Supervisar procesos para controlar la calidad de los productos.
- Acompañar al objeto desde que se concibe hasta que se está comunicando para ir generando acciones nuevas, acordes al comportamiento del producto en el mercado.
- Generar estrategias para distribuir las obras producidas como medio de acceso a la información, al conocimiento y manifestación de las ideas críticas.
- Buscar ser una entidad editorial comprometida con su sociedad. A través del programa universitario veracruzano CoSustenta dar a conocer, al interior de la UV, los resultados de las acciones emprendidas, como medio de vinculación y retroalimentación hacia la comunidad universitaria y la sociedad en general.

Y si hacemos una prospección hacia la edición de hoy, la de los libros electrónicos, proseguimos generando posibilidades:

- Si la industria editorial ya ocupa espacio en internet desde hace tiempo y la producción de libros ha evolucionado, una editorial

universitaria no puede dejar de considerar las herramientas electrónicas, ya no como un escenario a futuro sino como el presente.

- Si bien hay un retraso entre EU y Latinoamérica, el proceso ha crecido y desde la Universidad no se puede desatender que la edición global es lo de hoy.
- Si el acceso a un dispositivo de lectura web no está masificado en México y la producción y puesta en marcha de plataformas de venta de libros universitarios no es accesible, entonces hay que participar para construir vías para poder tener la capacidad técnica de hacer libros electrónicos y distribuirlos en México; buscar que sean los espacios nacionales quienes desarrollen y vendan.
- Luego, si tenemos nuevos libros ¿necesitamos nuevas librerías?
- Si bien el tránsito del libro electrónico en esta era lo ha hecho popular, no podemos pensarlo como un sustituto del libro impreso, y somos convencidos que el libro de papel no va a desaparecer, lo que sí hay que pensar es que el electrónico está cambiando las formas de leer y también las técnicas de escritura y las universidades tienen que pensar en ello, entonces se tiene que producir globalmente.
- Hay que producir una diada en donde coexistan con cada obra las dos ofertas: el libro impreso con la mejor calidad, con los mejores títulos, con un buen plan de promoción que le lleve a comunicarse y un portal de ebook que sea enfocado con un propósito y cumpliendo una necesidad, con un buen diseño, en un nicho definido y con un proyecto de marketing editorial.
- Hay que buscar tener voz, ser interesantes, hablar con los lectores, ser parte de la comunicación y conversar de modo eficaz. Las redes sociales son importantes, hay que llegar al fondo y buscar seguidores, los canales para vender libros electrónicos e incluso impresos son ahora las redes sociales.
- Los medios sociales están implicados ahora en la publicidad de contenidos. Los motores de búsqueda elegidos son relevantes para convertirse en una marca, captar nuevos nichos y atender a los tradicionales.
- Hay que considerar que el autor y el editor tienen ahora una relación muy estrecha que hay que emplear para producir y llegar con los productos a comunicarse. Una entidad académica debe a ese fin su razón de ser.
- Lo que también queda claro es que en la web el editor es más valioso que nunca ante un mundo de información mediana, ese

es un nuevo reto que abrazar pues estamos ante un cambio cultural que demanda establecer relaciones con el usuario, revalorar el contenido ya que todo es más visible y manipulable y de pronto no sabemos ¿quién tiene el control creativo?

- Hay que futurizar el libro en la web pues la forma de consumo ahora es impacto y si hay menos barreras hay que lidiar con la abundancia, pensar que el lector hace mucho más que leer, está interconectado, es creador de contenidos e involucrarse en el cambio es la tendencia; participar, modificar, adaptar el objeto a nuestras necesidades y gustos es la panacea y no podemos eludirla.
- Hay que generar estrategias y hacer experimentación, probar cosas nuevas, ser valiente y empujar las fronteras.

Ahí queda el reto del editor ante las nuevas tareas, las de hoy, las de ayer fueron otras y las de mañana quizá cambien. Esa es la percepción y reflexión hoy, el mañana buscará en la UV ser acción, aunque vayamos tarde y, como dice Julián Romero: “necesitamos desarrollar un sentido de anticipación”. Esta es nuestra realidad que no podemos soslayar y por eso finalizamos con una propuesta del sentido que consideramos debe nutrir al profesional de la edición que sobre un proyecto académico como el de la MDPE ahora se perfila.

El editor reconstruyendo editoriales universitarias

Si buscamos *re-encauzar* esfuerzos y *re-construir* editoriales universitarias, subjetivamente vemos al editor universitario actuar como generador de reflexión y en contacto con la sociedad; objetivamente al editor invitando a escribir temas que enriquezcan su catálogo; y en una acción sustentable podemos referirlo buscando finanzas sanas.

Consideramos *de facto* el compromiso del editor para hacer libros que se vendan y no se embodeguen; generar un catálogo coherente, definido y equilibrado, con su historia y con su sociedad; *ganar* dinero para hacer otros proyectos de pocos recursos es solidario; hacer un balance del catálogo para regalar libros rezagados no es ilícito; generar proyectos con la sociedad para beneficio de la comunidad son estrategias razonables; pretender que los libros cumplan su objetivo es responsable; meter a la sociedad a la librería; promover la reflexión y el diálogo entre los universitarios es el fin.

Hay que repensar el papel de la editorial universitaria y el papel de su editor. Las editoriales tienen que dejar de ser talleres de servicios

y convertirse en gestoras de su catálogo y gestoras de la autonomía financiera. Si no hay compromiso general hacer el intento, no ser un ente burocrático, luchar contra las inercias estructurales, concientizar para *mover*. El libro no debe quedarse en un taller editorial, tiene que salir al mundo.

Las universidades deben reformular sus políticas y guiar la publicación, no hacia la adquisición de *puntitos* que han tergiversado y desvirtuado la producción, sino haciendo méritos con ella, actualizar académicos promotores del conocimiento, movilizar la reflexión y apoyar el desarrollo del país de manera solidaria. Ello implica concebir la edición universitaria como un programa social inserto en un entorno con necesidades múltiples que requieren reconocerse para atenderlas, encauzar en ese sentido los esfuerzos para cumplir con su comunidad académica, sus investigadores, su sociedad y nunca perder de vista las relaciones y el diálogo hacia fuera de ese entorno institucional; el diálogo como medio asequible al conocimiento y justificación de la existencia humana social.

Integralmente pensarse como agente del desarrollo de un país, bajo un esquema de empresa recicladora de recursos y cultivadora de capitales simbólicos y económicos que deben incorporarse al mundo, utilizar la transacción como medio para adquirir bienes, otra vez simbólicos y económicos. Todo ello sin demérito de la labor social que tienen las universidades, sino como una acción sustentable, precisamente como argumento a su existencia en este planeta que requiere ser cultivado con sumo cuidado y cariño, pues se encuentra en un estado de agonía que podría llevarnos a perecer juntos. Ese es el reto que cumplir.

Insertos en el complejo mundo editorial, reconociéndonos como personas actuando bajo una serie de significantes dados por el medio, los valores y hábitos sociales en él desarrollados para buscar *ser*, marcados por una historia que define nuestro *hacer*, imbuidos en las colecciones y los textos para disponerlos bajo cánones particulares como parte de un estilo reconocido y haciendo uso del elemento tipográfico en sus diferentes vertientes, nos quedamos así en este entorno ya enriquecido por el transcurrir: el mundo de las editoriales universitarias, nuestro medio, ese que habitamos a diario, al que cuestionamos en busca de respuestas y al que expusimos de viva voz.

BIBLIOGRAFÍA

- ABERCROMBLE, N. y B. LONGHURST. (1998). *Audiences*. Sage Publications, Londres.
- ANAYA ROSIQUE, J. (2010). *Editar en la universidad. Paradojas y retos*. Editorial Universidad de Antioquia, Colombia.
- ANG, I. (1996). *Living room wars. Rethinking media audiences for a Postmodern world*. Routledge, Londres.
- ANTÚNEZ, R. et al. (1997). *Editorial de la Universidad Veracruzana. 40 Años. Crónicas y testimonios*. Universidad Veracruzana, Xalapa.
- AUSTIN, J.L. (1982). *Cómo hacer cosas con palabras*. Paidós Studio, Barcelona.
- BARDOTTI, S. (2002). “Robert Darnton: ‘Los libros y los ebooks se complementan’”. *Ñ, revista de cultura*, febrero. Recuperado de: http://www.revistaen.clarin.com/ideas/libros-ebooks-complementan_0_648535151.html
- BARROSO TANOIRA, F.G. (2008). “¿Cuál es el objetivo principal de la mercadotecnia?”. *Revista de Ciencias Sociales*, vol. XIV, núm. 2, mayo, pp. 413-418.
- BARTHES, R. (2009). *La aventura semiológica*. Paidós Ibérica, Barcelona.
- . (1966). “Semántica del objeto”. En: P. Nardi. *Arte e Cultura nell'acivilità contemporanea*. Sansoni, Florencia. Recuperado de: <http://artesyprecedimientos-textos.blogspot.com/2009/06/semantica-del-objeto-roland-barthes.html>
- BHASKAR, M. (2014). *La máquina de contenidos*. FCE, México.
- BAUDELLOT, Ch., M. CARTIER y Ch. DÉTRETZ. (2010). *Y sin embargo leen...* F.M. Gutiérrez Reyes (trad.). Universidad Veracruzana, Xalapa.
- BAUDRILLARD, J. (1969). *El sistema de los objetos*. F. González Aramburu (trad.). Siglo XXI, México.
- BERGER, P. y T. LUCKMANN. (1988). *Construcción social de la realidad*. Amorrortú, España.
- BERISTÁIN, H. (2008). *Diccionario de retórica y poética*. Porrúa, México.
- BESSE, J.M. (2008). “¿Quién es iletrado?”. En: *El campo de la lectura*. J. Vaca (trad.). Universidad Veracruzana, Xalapa, pp. 73-80.
- BOURDIEU, P. (2000). *Cosas dichas*. Gedisa, Barcelona.
- . (1999). “Una revolución conservadora en la edición”. *Actes de la recherche en sciences sociales*, marzo.
- . (1995). *Respuestas por una antropología reflexiva*. Grijalbo, México.
- BRINGHURTS, R. (2008). *Los elementos del estilo tipográfico, versión 3.1*. FCE, México.
- CALLEJO, J. (2001). *Investigar las audiencias. Un análisis cualitativo*. Paidós Ibérica, Barcelona.
- CÁRDENAS, V. (2001). “Lingüística y escritura: la zona visuográfica”. En: *La dimensión plástica de la escritura*. BUAP, Puebla.

- CASTAÑARES, W. (1994). *La orientación semiótica*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado de: <http://www.unav.es/gep/Articulos/CastanaresOrientacionSemiotica.pdf>
- CASTILLO GÓMEZ, A. (2002). “Armando Petrucci: un paseo por los bosques de la escritura”. *Litterae. Cuadernos sobre cultura escrita*, núm. 2, pp. 9-37.
- CATACH, N. (comp.). (1998). *Hacia una teoría de la lengua escrita*. Gedisa, Barcelona.
- CHAPELA, L.M. (1999). “Interculturalidad”. *Sinéctica*, núm. 15, julio-diciembre, pp. 1-8.
- CHARAUDEAU, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Gedisa, España.
- CHARTIER, R. (2008). *Escuchar a los muertos con los ojos*. L. Fólica (trad.). Katz Conocimiento, París.
- . (2007). “La Universidad como contexto para la edición de libros. Pasado, presente y futuro”. En M. Polo Pujadas (coord.). *Innovación y retos de la edición, universitaria*. Col. UNE, Madrid.
- . (1994). “Del código a la pantalla: las trayectorias del texto”. *Libros de México*, oct.-dic., pp. 5-17.
- CICERÓN, M.T. (2000). *De la partición oratoria*. Versión de: B. Reyes Coria (intr. trad y notas), Universidad Autónoma de México, México.
- CID JURADO, A.T. (2012). *Programa de semiótica del objeto: el libro*. Maestría en Diseño y Producción Editorial: Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- CLIFFORD, G. (2003). *La interpretación de las culturas*. A.L. Bixio (trad.), Gedisa, Barcelona.
- COHEN, A.P. (1982). “Belonging: the experience of cultura”. En: A.P. Cohen. *Belonging identity and social organization in British rural cultures*. Manchester University Press, EUA.
- CORBETT E., P.J. (1965). *Classical Rhetoric for the Modern Student*. Oxford University Press, Nueva York.
- DARNTON, R. 2008). “The Library in the New Age”. *The New York Review of Books*, vol. 55, núm. 10, p. 8.
- . (1996). “El lector como misterio”. *Fractal*, vol. 1, núm. 2, año 1, julio-septiembre, pp. 77-98.
- . (1974). *La ciencia de la semiótica*. Nueva Visión, Buenos Aires.
- DARWIN, Ch. (2010). *El origen de las especies*. Porrúa, México.
- DAVIES, G. (2005). *Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros*. FCE, México.
- DE BUEN, J. (2011). *Introducción al estudio de la tipografía*. Universidad de Guadalajara/Ediciones Trea, México.
- DE SANTIAGO GÓMEZ, A.U. (2013). “Las ciencias sociales en América Latina. Siglo XIX: Ediciones como primeras fuentes”. *Argumentos*, núm. 71, ene.-abr., pp. 13-35.
- DEELY, J. (1996). *Los fundamentos de la semiótica*. Universidad Iberoamericana, México.

- ECO, U. (2009). “El interpretante (La teoría de Peirce)”. En: *Tratado de Semiótica General*. Ediciones de Bolsillo, Random House Mondadori, México.
- . (2008). “Significado, interpretación, negociación”. En: *Decir casi lo mismo. Experiencias de traducción*. Lumen, México.
- . (1973). *Signo*. F. Serra Cantarell (trad.). Letra E, Colombia.
- ESQUEDA ATAYDE, R. (2009-2010). “La invención retórica. Un recurso para acceder al usuario del diseño gráfico”. *Diseño en síntesis*, núm. 42-43, otoño-primavera, pp. 26-29.
- . (2006). “La lógica de la investigación cualitativa: una propuesta para su evaluación”. *Revista AMAI*, núm. 9, año 13, oct.-dic.
- FEBVRE, L. y H.J. MARTIN. (2005). *La aparición del libro*. Librería/FCE, México.
- FERREIRO, E. (2011). “Leer y escribir en un mundo cambiante”. *Versión 11*, UAM-X, pp. 99-112.
- FOUCAULT, M. (1997). *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas*. Siglo XXI Editores, España.
- GARCÍA CASTILLO, J.E. (2013). “Observaciones sobre la corrección de estilo de textos poéticos”. *Quehacer editorial*, núm. 13, pp. 99-111.
- GARCÍA, F. (2014). *Aportes de Charles Darwin al diseño*. Recuperado de: <http://foroalfa.org/articulos/aportes-de-charles-darwin-al-diseño>.
- GARZA USABIAGA, D. (2012). “El artista como instigador”. *Tempestad*, vol. 14, núm. 87, sep.-dic., pp. 90-93.
- GENETTE, G. (1987). *Umbrales*. Siglo XXI, México.
- GIMÉNEZ, G. (2006). *La cultura como identidad y la identificación como cultura*. Instituto de Investigaciones de la UNAM, México. Recuperado de: <http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf>
- GOFFMAN, E. (1989). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortú, Buenos Aires.
- GRANADOS SALINAS, T. (2009). “Kindle más crudo que cocido”. *Letras Libres*, mayo, pp. 74-75.
- . (2006). “Lecciones de estilo (editorial)”. *Páginas de guarda: revista de lenguaje, edición y cultura escrita*, núm. 2, pp. 65-79.
- GRUPO μ . (1982). *Retórica general*. Paidós, Barcelona-Buenos Aires-México.
- GUTIÉRREZ MARTÍNEZ, L.D. (2012). *Apuntes artificiales. Sobre la visualidad en el arte, el diseño y la comunicación*. Promoción de la Cultura y la Educación Superior del Bajío, A.C., PROCESBAC, Universidad Iberoamericana León, México.
- . (2011). “Aristóteles, una teoría práctica para el diseño”. En: L.A. Rivera Díaz (comp.). *Ensayos sobre retórica y diseño*, UAM-X, México, pp. 16-35.
- HARRIS, R. (1995). *Los signos de la escritura*. Gedisa, Barcelona.
- HARVEY, D. (1989). *The condition of postmodernity. An enquire into the origins of cultural change*. Cambridge University Press, EUA.
- HEIDEGGER, M. (2003). *Ser y tiempo*. Trotta, Madrid.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., C. FERNÁNDEZ COLLADO y P. BAPTISTA LUCIO. (2003). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill, México.
- HERRALDE, J. (2000). “La marca editorial como contraseña”. *Letras Libres*, núm. 12, febrero, pp. 12-13.

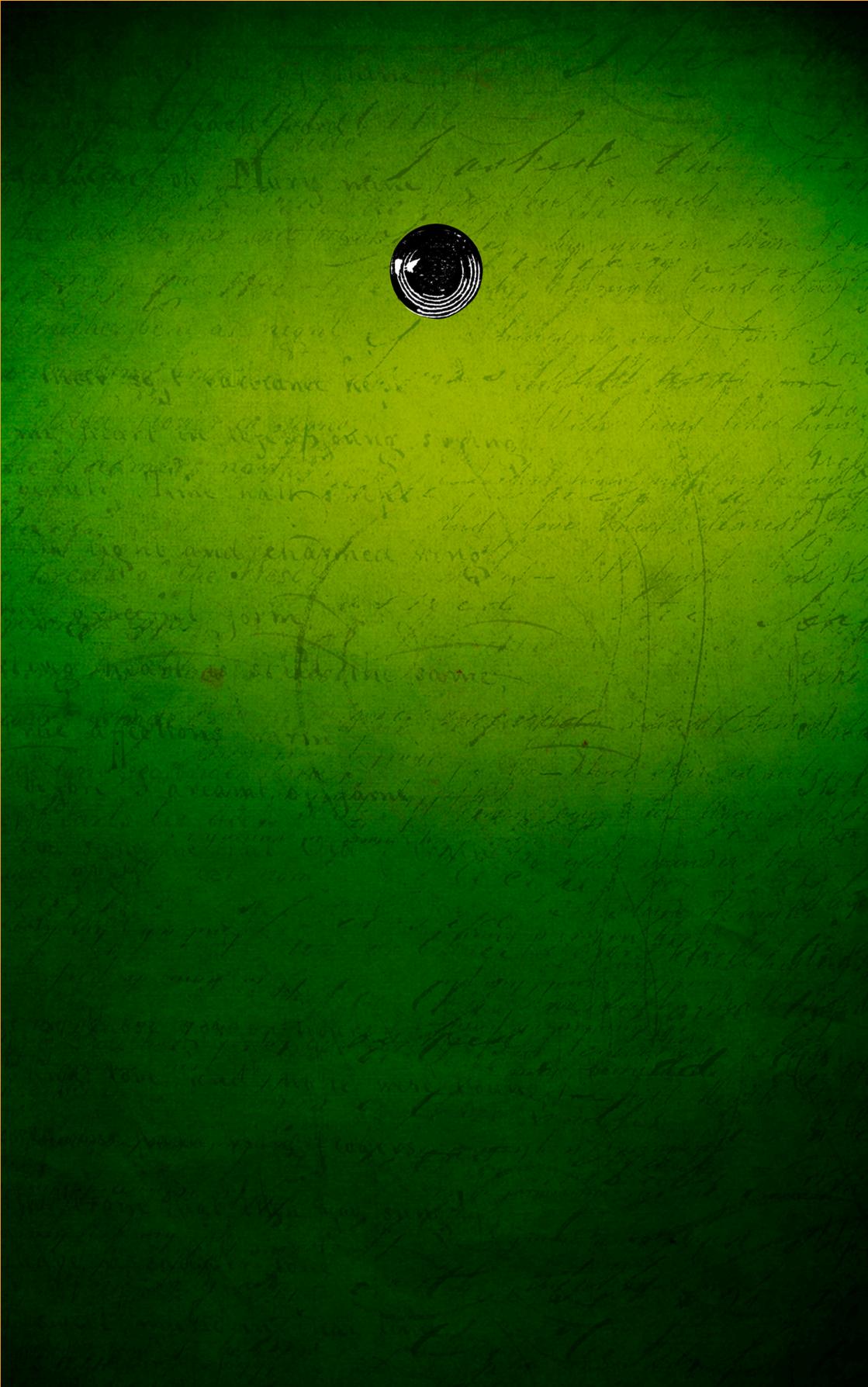
- HOCHULI, J. (1987). *El detalle en la tipografía*. R.M.L. Martín (trad.). Compugraphic Corporation, EUA.
- HOFFMANN, M. (2003). “¿Hay una lógica de la abducción?” *Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*. Recuperado de: <http://www.unav.es/gep/AN/Hoffmann.html>.
- JARVIO, O. (2011). *Prácticas lectoras digitales en la UV*. Tesis de Doctorado en Biblioteconomía. Universidad de Salamanca, España.
- JARVIO, O. y F. GARRIDO. (2007). *Primera encuesta sobre prácticas culturales y lectoras en la UV*. Universidad Veracruzana, Xalapa.
- KAPLAN, R.D. y D.P. NORTON. (2006). *Corporate Strategy and Structure: Historical Perspective*. Harvard Business School Press, Boston.
- KARP MITASTEIN, S. (s/f). El Foro Internacional de Edición Universitaria: evaluación e impacto. Recuperado de: www.colson.edu.mx:8080/.../Sayri%20artículo.docx.
- KEENAN, Th. (2005). “Drift: Politics and the Simulation of Real Life”. *Grey Room*, núm. 21, otoño, p. 102.
- KLOSS FERNÁNDEZ DEL CASTILLO, G. (2009). *Entre el diseño y la edición*. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México.
- . (2007). *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial*. Universidad de Guadalajara, México.
- LAKOFF, G. (1987). *Women, fire and dangerous things. What categories reveal about the mind*. University of Chicago Press, Chicago.
- LAKOFF, G. y M. JOHNSON. (1999). *Philosophy in the flesh*. Basic Books, Nueva York.
- LARA ZAVALA, H. (2010). “La edición universitaria”. *Quehacer Editorial*, núm. 8, febrero, pp. 119-128.
- LECUONA, L. (2010). “El editor, formador de lectores”. *Quehacer Editorial*, núm. 4, febrero, pp. 19-25.
- LIVIO, M. (2008). *La proporción áurea*. Ariel, España.
- LIVIO, M. (2006). *La proporción áurea: la historia de phi, el número más enigmático del mundo*. Ariel, España.
- LYONS, M. (2004). “Los nuevos lectores del siglo XIX: mujeres, niños, obreros”. En: R. Bonfil, G. Cavallo y R. Chartier (dir.). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Taurus, Madrid, pp. 540-589.
- MALINOWSKI, B. (1984). *Una teoría científica de la cultura*. A.R. Cortázar (trad.). Editorial Sarpe, Madrid.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (2008). *Ortografía y ortotipografía del español actual*. Ediciones Trea, Gijón, España.
- . (1994). *Manual de edición y autoedición*. Pirámide, Madrid.
- MARTÍNEZ MORALES, J.L. (2007). “Notas y comentarios sobre una biblioteca”. En: C. Del Palacio. *Medio siglo de labor editorial universitaria en Veracruz*. Universidad Veracruzana, México, pp. 137-166.
- MCKENZIE, D.F. (2005). *Bibliografía y sociología de los textos*. F. Bouza Álvarez (trad.). Akal, Madrid.

- MCNAMARA, D.S. (2004). “Aprender del texto: efectos de la estructura textual y las estrategias del lector”. *Revista Signos*, vol. 37, núm. 55, pp. 19-30. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342004005500002>
- MEDINA CANO, F. (2009). *La mirada semiótica. La huella del hombre en los objetos*. Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.
- MORATO, J.J. (1933). *Guía práctica del compositor tipógrafo*. Hernando Editores, Madrid.
- MÜLLER BROCKMANN, J. (1982). *Sistema de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*, Editorial Gustavo Gilli, México.
- NIGHTINGALE, V. (1999). *El estudio de las audiencias. El impacto de lo real*. Raúl Quintana (trad.). Paidós Ibérica, Barcelona.
- NORMAN, D. (1988). *La psicología de los objetos cotidianos*. F. Santos Fontenla (trad.). Editorial Nerea, España, pp. 15-51.
- NUNBERG, G. (2008). “La transición a un mundo electrónico. La edición universitaria: un proyecto de negocio”. Memorias del II Foro Internacional de Edición Universitaria. Feria Internacional del Libro de Guadalajara. U. de G./UNE/Red Nacional Altexto, Guadalajara/Madrid.
- ORTIZ DOMÍNGUEZ, E. (coord.). (2014). *Medio siglo de Ficción en Veracruz*. Universidad Veracruzana, Xalapa.
- OROZCO, G. y R. GONZÁLEZ. (2011). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Tintable, México.
- OZUNA CASTAÑEDA, M. (2011). “Aportaciones del ‘lugar común’ a la creatividad en el diseño”. En: L.A. Rivera Díaz (comp.). *Ensayos sobre retórica y diseño*. UAM-X, México, pp. 56-84.
- PEIRCE, Ch.S. (1988). *El hombre, un signo (el pragmatismo de Peirce)*. Crítica/filosofía, Barcelona.
- . (1974). *La ciencia de la semiótica*. Nueva Visión, Buenos Aires.
- PERELMAN, Ch. (1994). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Gredos, Madrid.
- PÉREZ, R. (2014). “Educando la mirada”. *Revista Paredro*. Recuperado de: <http://www.paredro.com/educando-la-mirada/>
- PÉREZ RUIZ, U. (trad.). (2009). “La biblioteca Google. Entrevista con Robert Darnton”. *Letras Libres*, mayo, pp. 46-48.
- RADDER, H. (2011). *El mundo observado/El mundo concebido*. Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México.
- RAMOS MARTÍNEZ, R. (1967). *Corrección de pruebas tipográficas*. Manuales UTEHA, México.
- RESMINI, A. y A. ROSETI. (2011). *Persuasive information architecture*. Elsevier, Burlington.
- RIVERA DÍAZ, L.A. (2011). “Sobre el carácter retórico de los caracteres tipográficos”. En: L.A. Rivera Díaz (comp.). *Ensayos sobre retórica y diseño*, UAM-X, México, pp. 120-149.
- . (2004). *El taller de diseño como espacio para la discusión argumentativa*. Universidad de Guadalajara, México.

- RODRÍGUEZ PORRAS, J.M. y M.N. CHINCHILLA. (2002). “Logos, pathos y ethos”. *Revista de Antiguos Alumnos*, IESE, diciembre, pp. 34-35.
- RODRÍGUEZ SIERRA, B. (2009). *La industria editorial en México: su evolución y participación en el desarrollo de colecciones de bibliotecas*. Tesis de doctorado. Recuperada de: <http://eprints.ucm.es/9578/1/T31317.pdf>
- ROMERO, J. (2014). “Apuntes para el curso Cómo entregar a imprenta”, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México.
- RUDER, E. (1992). *Manual de diseño tipográfico*. Editorial Gustavo Gilli, México.
- S/A. (2007). Sistema de retículas. La retícula modular. *Tecnología en Comunicación Visual, 1B*. Recuperado de: <https://yantorno01.files.wordpress.com/2011/10/sistema-de-retc3adculas-y-grillas.pdf>
- SCOLARI, C.A. (2007). *Interfaces. Cinco Leyes*. Universitat de Vich, Barcelona.
- . (2004). *Hacer click. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Gedisa, Barcelona.
- SENZ BUENO, S. (2007). “Esencia y vigencia del canon editorial en la edición de textos”. *Español Actual*, núm. 88:, pp. 43-62.
- . (2006). “La edición impresa, una cuestión de estilo”. *Páginas de Guarda*, núm. 2, noviembre, pp. 80-95.
- . (2005). “En un lugar de la ‘Mancha’. Procesos de control de calidad del texto, libros de estilo y políticas editoriales”. *Panace@*, vol. VI, núm. 21-22, sept.-dic., pp. 355-370.
- SHARPE, L.T. e I. GUNTHER. (2005). *Manual de edición literaria y no literaria*, FCE, México.
- STRUNKE, W. y E.B. WHITE. (2000). *The elements of style*. Allyn and Bacon/Needham Heights, EUA.
- TAPIA MENDOZA, A. (2007). “La persuasión por el orden. Una revitalización de la dispositio retórica”. Recuperada de: <http://www.mexicanosdiseñando.org.mx/WebMaster/Articulos/ponenciadispositio.doc>
- . (2004). *El diseño gráfico en el espacio social*. Encuadre-Designio, México.
- VARGAS ROJAS, I.T. (2014). El largo camino de la interdisciplina en el diseño sustentable. *Foroalfa*. Recuperado de: <http://foroalfa.org/articulos/el-largo-camino-de-la-interdisciplina-en-el-diseno-sustentable>
- ZAVALA, L. (2010). “La enseñanza universitaria como promoción de la lectura especializada”, *Quehacer editorial*, núm. 1, pp. 9-18.
- ZECCHETTO, V. (2002). *La danza de los signos. Nociones de semiótica general*. Abya-Yala, Quito. Recuperado de: <http://repository.unm.edu/bitstream/handle/1928/10563/La%20danza%20de%20los%20signos.pdf?sequence=1>



EN BUSCA DE UN ESTILO EDITORIAL.
ANÁLISIS DE UN DISCURSO HACIA EL DISEÑO DE COLECCIONES
se produjo en marzo de 2017
como resultado del programa académico de la
Maestría en Diseño y Producción Editorial, UAM-Xochimilco,
Imagen de forros: Aram Huerta Miranda.
Contenidos, edición, diseño y formación: Aída Pozos Villanueva.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOCHIMILCO División de Ciencias y Artes para el Diseño

MDPE

MAESTRÍA EN DISEÑO
Y PRODUCCIÓN EDITORIAL