



EL ARTE DE HACER LIBROS... Y REVISTAS

Por Diana Catherine Cely* y Jenny Marcela Rodríguez**

C

on más de 40 años entre cambios y permanencias, Ediciones USTA se constituye como uno de los sellos editoriales universitarios más relevantes del país. Cuenta con seis colecciones que recogen el quehacer investigativo de la Universidad Santo Tomás. El equipo del programa radial *Nuestro Rollo*, parte de Escenario Radio, emisora de la USTA, entrevistó a los coordinadores de Ediciones USTA y a su director. Este es un apartado de esa conversación.

Nuestro Rollo: ¿Qué se publica en Ediciones USTA?

Ediciones USTA: En Ediciones USTA principalmente publicamos los libros productos académicos de investigación. Ese es el fuerte de la Editorial. No nos cerramos a no publicar productos externos, pero no lo hacemos frecuentemente, porque nuestro objetivo es dar visibilidad a la Universidad desde las investigaciones que producen los docentes; desde luego, hacemos coediciones con otras universidades e instituciones donde tengamos participación.

* Licenciada en Psicología y Pedagogía por la Universidad Pedagógica Nacional. Especialista en Políticas Públicas para la Igualdad en América Latina de CLACSO. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6595-6239>

** Licenciada en ciencias sociales por la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, historiadora y magíster en historia por la Universidad Nacional de Colombia. Docente-investigadora en la Universidad Santo Tomás. Correo electrónico: jennyrodriguezr@usantotomas.edu.co; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7331-5482>

En Ediciones USTA principalmente publicamos los libros académicos de investigación. Ese es el fuerte de la Editorial.

NR: Hemos sido testigos de un giro que le han dado a las publicaciones. Ustedes le han apuntado a renovar la imagen de las portadas de los libros y de las revistas, es decir, llamar la atención a través de esa línea gráfica. ¿Cómo les ha ido a con este cambio?

Ediciones USTA: Este cambio viene dándose desde hace aproximadamente tres o cuatro años. Ha tenido lugar con el propósito de que el sello fuera reconocible y uniforme, y de que, a partir de la identidad gráfica de cada colección, se pudieran posicionar los temas en los que la Universidad es fuerte; por ejemplo, resaltar la colección *Estudios en educación*, que es bastante nutrida; así mismo, se cuenta con una colección interdisciplinaria de ciencias sociales, que es *Agendas y debates*, en la que se destacan los trabajos que hacen diferentes unidades académicas en la Universidad sobre conflicto armado, comunicación para la paz, sociología para la paz, entre otros; además, se puede citar la colección de humanidades *Artefactum*, entre algunas otras, para resumir. Ese cambio ha sido positivo y ha estado motivado para el reconocido de un todo coherente para visibilizar los temas de investigación en los que sobresalen la Universidad y los profesores, y también para entrar con fuerza al mercado editorial. Aunque estamos en edición académica y suele valorarse más el contenido que la forma, para Ediciones USTA también es importante hacer libros que sean atractivos visualmente y así invitar a que los lean.

NR: Es importante la línea gráfica porque, si bien los contenidos son el fuerte, las portadas también deben reflejar esos contenidos cada vez más interesantes que salen de lo tradicional de la edición académica y que, por supuesto, impactan; por ejemplo, se puede resaltar el libro *Nostalgias y aspiraciones*, de Edward Salazar, el libro *Desde la peste: reflexiones para el largo momento presente*, escrito por varios investigadores del Instituto de Estudios Socio Históricos y otros autores, como por dar apenas un par de ejemplos de esta renovación. Desde las revistas también se han propuesto varios cambios en la línea gráfica. ¿Qué nos pueden contar al respecto?

Ediciones USTA: Primero hay que decir que las revistas son el producto que, por excelencia, da más lugar al fenómeno de la participación externa, la participación de personas que no son necesariamente de la Universidad y, entre otras razones, porque las políticas de ciencia, no solamente las nacionales sino las internacionales, lo demandan; piden que las revistas no contengan únicamente productos que divulgan conocimiento de la institución editora, sino que también de autores de otros lados. En ese sentido, las revistas son el canal de diálogo con otras universidades, con otras editoriales, con otros grupos de investigación.

Respecto a las portadas, se debe decir que, en el marco de la innovación que se ha implementado en la editorial con miras a que las revistas sean digitales, más accesibles y dinámicas, que se pueda navegar en diferentes formatos, estas

Se creó Ediciones USTA como sello editorial de la Universidad Santo Tomás. En el 2013 una transición en la Universidad terminó con la imprenta y se quedó solamente con el sello editorial.

transformaciones y unificación han tenido unos cambios en los formatos digitales que van de la mano con todo el conjunto de las publicaciones de la Universidad Santo Tomás en lo que respecta a la disposición de contenidos, la ubicación de los títulos... los formatos y demás.

NR: ¿Todo esto fue una transición tranquila o de pronto hubo algunos momentos de tensión con docentes o autores de los libros que puede que no hayan estado de acuerdo con este cambio en la identidad gráfica?

Ediciones USTA: Sí, hay dos casos, dos portadas en las que ha sido difícil el tema de los cambios, porque hay apegos de los editores, que están muy enamorados de sus revistas y se toman tal vez de modo personal los cambios que se puedan sugerir y, en esa medida, se resisten al cambio. Para resolverlo, se procura tener negociaciones en las que tanto los editores como la Editorial quedemos satisfechos y se cumpla el objetivo.

Desde el 2014 trabajamos en la identidad de las publicaciones, de los libros y de las revistas; ha sido un proceso largo desde el registro de los nombres de las colecciones, los logos y el estudio de cómo hacer las plantillas de cada publicación. Obviamente en el camino hemos tenido cualquier cantidad de obstáculos, desde el color hasta las imágenes, pero poco a poco se ha venido generando una pauta para las colecciones y los editores van comprendiendo la razón de los cambios; saben que todo eso es para mejorar; reconocen que hay una identidad que les permite identificar las revistas y las colecciones.

NR: Pero vayamos hacia atrás y hablemos un poco de la historia de Ediciones USTA.

Ediciones USTA: La Universidad antes tenía una imprenta, más o menos en el año 78 o 79; después, se hizo una editorial que se llamaba *Departamento de Publicaciones* y, hacia los 90, se registró en la Cámara Colombiana del Libro como Editorial de la Universidad Santo Tomás. Posterior a eso, se sacaron los registros con la Cámara Colombiana del Libro; por eso, desde esa fecha, las publicaciones están registradas en la Cámara. Después se creó Ediciones USTA como sello editorial de la Universidad Santo Tomás; en el 2013, una transición en la Universidad terminó con la imprenta y se quedó solamente con el sello editorial.

NR: Parte fundamental del quehacer de la Editorial está, además de las publicaciones, en divulgarlas y, por qué no decirlo, venderlas. Nos gustaría que nos contaran de esas estrategias mediáticas de Ediciones USTA.

Ediciones USTA: Existen dos estrategias principales que a su vez se van ramificando: la divulgación interna y la externa. La primera hace referencia a todas las herramientas que utilizamos para comercializar los libros dentro de la Universidad; por ejemplo, la Feria del Libro Tomasino, los eventos de cada facultad donde hacemos presencia, los lanzamientos o las temporadas con descuento de nuestras publicaciones. Además, utilizamos las redes y los medios que se gestan desde el Departamento de Comunicaciones para que nuestras publicaciones tengan mayor alcance.

La segunda tiene que ver con la divulgación externa, que es un trabajo colaborativo con nuestros distribuidores: Siglo del Hombre Editores e Hipertexto. Gracias a estas alianzas contamos con presencia en librerías a nivel nacional, participación en ferias nacionales e internacionales, y en ciclos, congresos o, en general, eventos donde, por afinidad temática, nuestros autores o libros son invitados. Por último, otro canal corresponde a las ventas de libros digitales; tenemos presencia en más de ocho plataformas y, gracias a este formato, es posible tener lectores en todos los países con acceso a internet.

NR: Bueno, al ser la Santo una universidad multicampus, Ediciones USTA también recoge los productos de las sedes y seccionales, ¿cómo se articulan?

Ediciones USTA: La Santo Tomás tiene una forma de enseñar, investigar y transformar la sociedad que naturalmente va a permear nuestras publicaciones; prueba de ello es que contemos con una normatividad multicampus, que se traduce para autores y lectores en procesos de evaluación, aprobación, edición y divulgación, así como en colecciones y canales de distribución. Ahora bien, aun cuando las sedes y seccionales tienen autonomía, todos participamos de la misma búsqueda por

editar libros y revistas bajo los mayores estándares éticos y de calidad.

NR: Para terminar con esta conversación con el equipo de Ediciones USTA, nos gustaría que nos contaran los objetivos a futuro, las metas que se están trazando, los cambios que quisieran ver.

Ediciones USTA: Ediciones USTA es una editorial madura, con un catálogo robusto, un equipo talentoso y unos procesos estandarizados que se articulan para ofrecer títulos de calidad a los lectores. Sin embargo, esa es solo la mitad de la tarea, y es por ello que ahora queremos llevar nuestro conocimiento y experiencia a las etapas de gestación y difusión de los proyectos editoriales. Por esto nos encontramos trabajando —junto con la Dirección Nacional de Investigación e Innovación, el CRAI y el nuevo CLEO— en un curso de formación para los autores y en cimentar planes de visibilidad personalizados para cada libro. De ambos ejercicios esperamos recabar información que utilizaremos en la actualización de los lineamientos editoriales. En últimas, buscamos perfeccionar nuestro quehacer para publicar libros y revistas que impacten el ecosistema científico y contribuyan a la apropiación del conocimiento y a la transformación social. ■

