

## INFORME

La Edición entre 2014 y 2017

### INTRODUCCIÓN

En este informe se propone la confección de un mapeo de nuestro sello, intentando la confección de una “anatomía” de la edición en el seno del espacio **Eduvim**. Para resultar simple de comprender por quienes se interesen en las actividades que desarrolla la Editorial Universitaria Villa María, se brinda en estas páginas un compendio de datos que permiten, analizar desde las cifras más duras y reales, cuál ha sido la performance de la editorial entre 2014 y el primer cuatrimestre de 2017.

No es necesario insistir lo dicho en otros informes, pero resulta difícil abstraerse del contexto actual de la edición de libros en Argentina. Se trata de un presente muy complejo donde las medidas macroeconómicas y sus efectos en el clima de negocio golpean a diario a los eslabones más débiles de la cadena de producción editorial, en especial aquellas editoriales independientes pequeñas, y toda la cadena de *retail* que afecta al vasto tendido de librerías que, ubicadas dentro y fuera de las grandes ciudades o capitales de provincia, no pueden estructurar esquemas de sustentabilidad a mediano plazo.

Todos los indicadores muestran que la edición de libros en Argentina es una industria que ajusta a la baja, sufriendo en todas las etapas de la cadena de valor, un deterioro alarmante para la vida de esta industria cultural. En la reciente Feria Internacional del Libro, el Presidente de la Fundación El Libro, Martín Gremmelspacher decía, casi como un pedido de ayuda desesperado de quien se siente solo en medio del océano:

*“La industria editorial en su conjunto está atravesando uno de sus momentos más delicados, con caídas en las ventas del 25%, lo que afecta especialmente a las pequeñas y medianas editoriales. Permítanme mencionar solo un dato: de un año al otro se han dejado de producir 20.000.000 de ejemplares, o sea casi 55.000 ejemplares por día. El año pasado, en este mismo escenario, el Ministro de Cultura hizo referencia a su conocimiento de la problemática de la industria editorial por haber pertenecido durante muchos años al sector. Damos fe de ello. Pese a la ventaja que supone tener en esa elevada función del Estado a alguien con una sofisticada información del mundo editorial, la verdad, señor Ministro, es que no solo continuamos con esos mismos problemas, que arrastramos sin resolverlos, sino que los que teníamos se han*

### Editorial Universitaria Villa María

- Chile 251  
• 5900 Villa María - Argentina  
+54 353 4539-145
- Félix Frías 60  
• 5004 Córdoba - Argentina  
+54 351 4265713
- Piedras 575 | P.B.  
• 1070 CABA - Argentina  
+54 11 43454774

*agravado y han surgido otros nuevos. A la creciente caída de las ventas se sumó como el otro brazo de la tenaza que asfixia al sector, la subida de los costos impulsados por los desmedidos aumentos de las tarifas de servicios”<sup>i</sup>.*

El sello de la UNVM no se encuentra exento de este proceso de deterioro. Sin embargo, la batería de medidas asumidas desde febrero marzo de 2016 han contribuido a mitigar el impacto de la realidad.

## EDICIÓN

En el cuadro que sigue se plasman datos claves para comprender el estado de nuestro sello:

Libros Publicados					
CONCEPTOS	2014	2015	2016	2017	TOTAL
Novedades	37	48	38	15	138
Reimpresiones	7	6	11	5	29
Reediciones	-	2	1	-	3
Promedio ej. por título	310	340	323	380	338,25
Traducciones	3	3	4	2	12

Dentro de lo publicado por **Eduvim** se destacan categorías claves de todo sello. Las novedades (aquellos libros nuevos para el catálogo), las “reimpresiones” (libros que por la Editorial aún posee los derechos de edición y sus ventas han agotado satisfactoriamente un número de copias y deben reponerse ejemplares al canal) y las “reediciones” (aquellos títulos que la editorial tiene derechos, ha agotado su stock de ejemplares pero que por razones muy especiales, requieren de un cambio de colección, formato o adecuación a un cambio de canal, por ejemplo, pasar un libro de una colección a otra o de un formato de librerías a uno para kioscos).

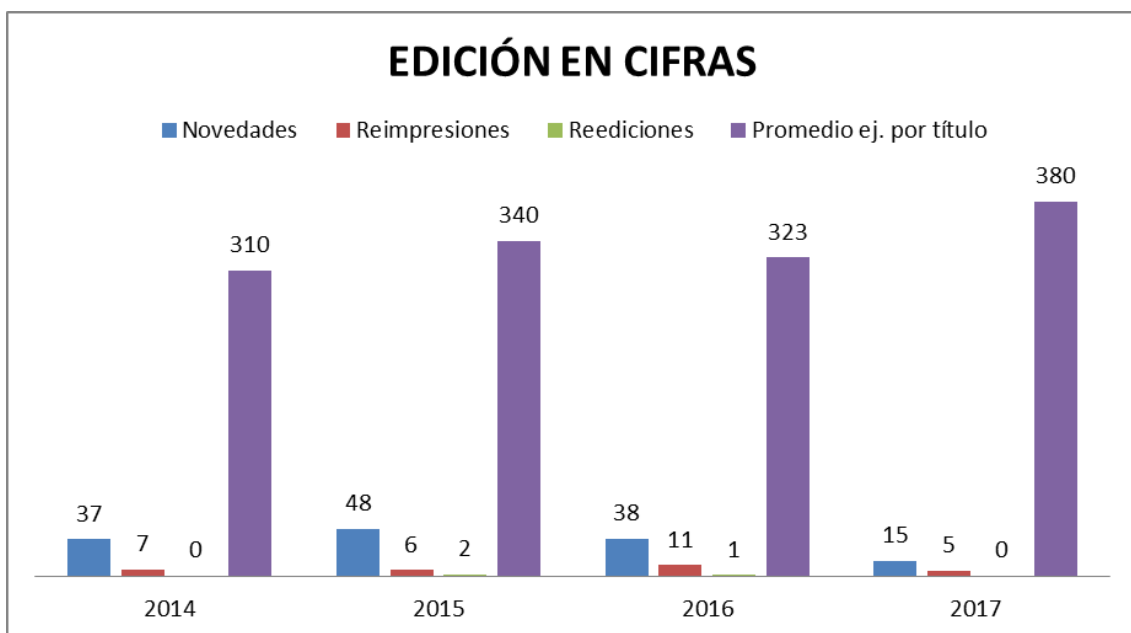
## Editorial Universitaria Villa María

- Chile 251  
• 5900 Villa María - Argentina  
+54 353 4539-145
- Félix Frías 60  
• 5004 Córdoba - Argentina  
+54 351 4265713
- Piedras 575 | P.B.  
• 1070 CABA - Argentina  
+54 11 43454774

En la última línea se desglosan los títulos que, de la totalidad de “novedades”, provienen de otras lenguas a través de traducciones hechas especialmente para **Eduvim**. Como se aprecia, al presente, de los 138 títulos de “novedades” en el período relevado, un 8,7% de esos títulos provienen de una traducción. La cifra habla de un pequeño déficit para los estándares de una Editorial de primera línea académica, que recomienda un índice no menor al 20% para este rubro.

El penúltimo renglón marca la tirada promedio de ejemplares por título. Este es el resultado de dividir todos los títulos por la cantidad de ejemplares impresos en las tiradas regulares (se descartan aquí libros impresos para ventas al Estado, libros por Impresión a Demanda en plataformas como Amazon, Google Book o Arnoia). Si tenemos en cuenta lo que decía Martín Gremmelspacher en la apertura de la Feria del Libro de 2017 y la caída en la impresión diaria de 55 mil ejemplares, que **Eduvim** haya incrementado su tirada promedio entre 2014 y 2017 en un 22%, no resulta un dato menor para destacar en el análisis.

El cuadro a continuación muestra los datos con otra perspectiva:



### Editorial Universitaria Villa María

- Chile 251  
• 5900 Villa María - Argentina  
+54 353 4539-145

- Félix Frías 60  
• 5004 Córdoba - Argentina  
+54 351 4265713

- Piedras 575 | P.B.  
• 1070 CABA - Argentina  
+54 11 43454774

## ADQUISICIÓN

El punto más sensible para la confección de un catálogo en toda Editorial es siempre el modo en que la Editorial incorpora sus títulos. Desde 2012, **Eduvim** comenzó la implementación de estándares internacionales para la Edición Universitaria o Académica. De ese modo, participando en Foros de la Edición Universitaria en Frankfurt, Guadalajara, Bogotá, Bs. As. y Orlando (USA), **Eduvim** comenzó a implementar políticas de “buenas prácticas” que definen a las Editoriales Universitarias en el mundo. Una de las más relevantes fue la de definir sus criterios de “relativa autonomía” del sello de la “endogamia académica” y la “revisión de pares” (o *peer review*).

Para alcanzar algunas de estas metas internacionales, las redes de editores universitarios fijaron como fecha límite el año 2020. **Eduvim** aspira para ese año llegar a cinco de las principales metas:

1. Un índice de endogamia que no supere el 30% y no se ubique por debajo del 25%.
2. Un índice del 20% de títulos como “novedad” provenientes de otras lenguas en un período de 5 años.
3. Flujo de procesos totalmente digitales tanto para la selección, adquisición, la edición y la post-edición.
4. Cien por ciento (100%) de la publicación con el sello editorial incluido en colecciones sustentables en un plazo no menor de 5 años, con procesos de “revisión de pares” objetivos e “independientes”.
5. Acceso Abierto de un 25% de su catálogo en repositorios propios o institucionales.

**Eduvim** tiene hoy muy bien encaminadas sus acciones para alcanzar el objetivo fijado en el punto (4) donde estaremos en 2019 cumpliendo con la meta del “2020” y, trabaja para que las metas del punto (3) se concreten en el 2020 de modo estandarizado y sustentable con la infraestructura necesaria.

El último punto (5) de estos aspectos fundamentales del proyecto 2020, resultaría tema o motivo de otro informe. Lo abordaremos más adelante. Por el momento

### Editorial Universitaria Villa María

Chile 251  
• 5900 Villa María - Argentina  
+54 353 4539-145

Félix Frías 60  
• 5004 Córdoba - Argentina  
+54 351 4265713

Piedras 575 | P.B.  
• 1070 CABA - Argentina  
+54 11 43454774

**Eduvim** está impulsando la publicación de materiales presentados a la editorial, aprobados por el *peer review* en el repositorio de la UNVM

Para poder ver el estado de la cuestión en relación a la Adquisición en **Eduvim**, vale la pena señalar que todos los proyectos se someten a una “lectura” o “revisión” de pares, sean éstos, proyectos presentados por referentes internos de la Universidad o por medio de la página web de la Editorial. Los libros que se publican por la selección de los Directores de Colección se consideran “curados” o revisados por esos mismos “directores”. Vale la pena señalar que la Edición de cada título en una colección con Directores que hacen la búsqueda y selección compromete desde el inicio el prestigio y relevancia de su trabajo como seleccionador.

El siguiente cuadro muestra, desde la implementación del *peer review* en **Eduvim** el desempeño alcanzado.

Proceso de Peer Review	01/09/14 - 22/05/2017
Total Manuscritos / Originales Presentados	256
Rechazados	82
Aceptados	130
En evaluación	44

La revisión de pares se viene realizando desde siempre en **Eduvim**. Sólo desde el primero de septiembre de 2014 comenzó a implementarse el “manual de buenas prácticas” que se aprobara en la Convención Internacional de Orlando en 2013 patrocinado por la Asociación de Editores Universitarios de EE.UU. (AAUP por su sigla en inglés). Los lectores encuentran este “manual de buenas prácticas” muy visibles al momento de ingresar a la web de **Eduvim** con aspiraciones de publicar en el sello. El siguiente link lleva al lector a ver esta información descargable y traducido al español:

### Editorial Universitaria Villa María

- Chile 251  
• 5900 Villa María - Argentina  
+54 353 4539-145
- Félix Frías 60  
• 5004 Córdoba - Argentina  
+54 351 4265713
- Piedras 575 | P.B.  
• 1070 CABA - Argentina  
+54 11 43454774

<http://www.eduvim.com.ar/sites/default/files/descargas/Crear%20Descarga/Peer%20Review%20traducido%20espa%C3%B1ol%20final.pdf>

Una aclaración: en **Eduvim** diferenciamos “manuscritos” de “originales”. Los primeros son aquellos escritos de perfil académico o que no son de creación literaria (que definimos como originales) la ficción, el teatro, la poesía, los libros ilustrados o los infanto-juveniles. Todas las revisiones de pares se pagan y exigen un trabajo por parte del evaluador detallado. Frente a un rechazo que resulte poco claro o escasos en datos en su evaluación, se envía el original/manuscrito a una segunda revisión. Aceptado, el equipo de Edición evalúa las posibilidades reales de que ese título ingrese a corto, mediano plazo en el catálogo de la Editorial <sup>ii</sup>.

Vale la pena indicar que no todos los manuscritos/originales presentados son enviados a evaluación. Un alto porcentaje, no registrados en estos números, son rechazados. La sustentabilidad económica del proceso se sostiene sobre un número de proyectos con chances de ser editados.

El siguiente cuadro muestra que la proporción de proyectos en evaluación es muy pequeña en relación a los rechazados o aprobados. El proceso de retribuir económicamente agiliza el proceso y permite que la retención de las evaluaciones no supere un plazo razonable de 120 días.



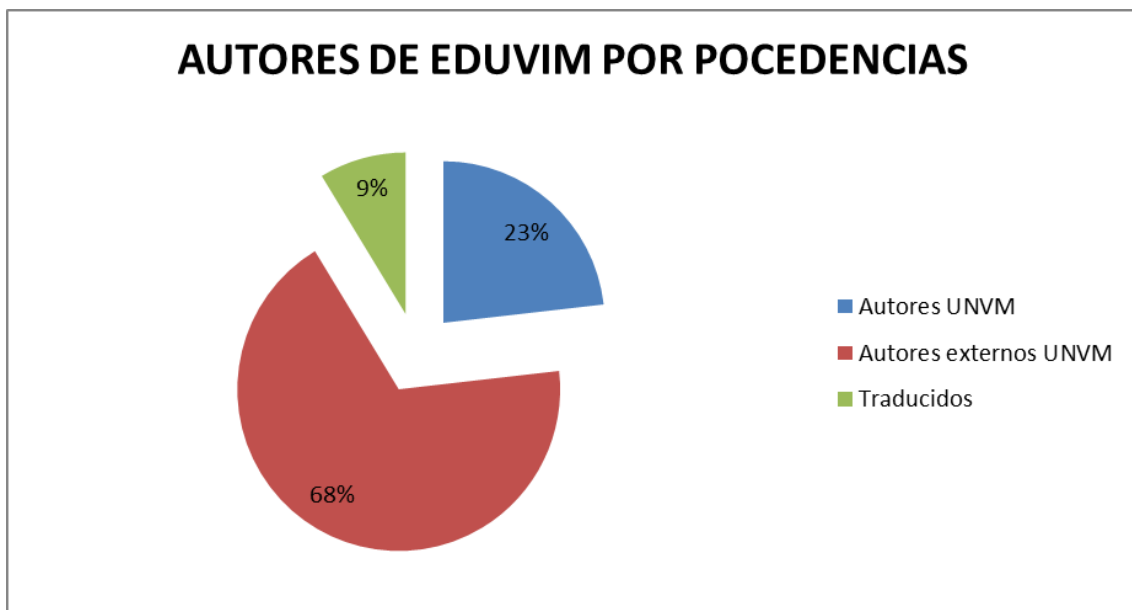
### Editorial Universitaria Villa María

• Chile 251  
• 5900 Villa María - Argentina  
+54 353 4539-145

• Félix Frías 60  
• 5004 Córdoba - Argentina  
+54 351 4265713

• Piedras 575 | P.B.  
• 1070 CABA - Argentina  
+54 11 43454774

En el fragmento en color rojo que se destaca como “Aceptados”, es decir, que tienen una evaluación positiva de los revisores (y que como se dijo ya, no significa que se editen en **Eduvim**) surge un buen número de títulos que integran las “novedades” de los años siguientes y del presente. De esa masa de autores publicados en los últimos años con la implementación de la revisión de pares, la procedencia arroja una satisfactoria cifra que muestra que la Editorial publica a sus docentes, investigadores, egresados, becarios, funcionarios, etc. El cuadro que sigue marca la procedencia de estos autores entre 2014 y 2017.



## EDICIÓN DIGITAL

**Eduvim** es una de las pocas editoriales nacionales, entre las Universitarias y No-universitarias de capitales no-transnacionales, que implementó un proceso de Edición de libros en formatos digitales que tienen como principal plataforma de comercialización Bibliotecas y Librerías Virtuales del mundo. **Eduvim** tiene, en consecuencia un catálogo casi 1 a 1 (es decir, a cada libro en formato papel, se le corresponde un libro en formato ePub / Mobi) que se comercializan en las principales tiendas de libros digitales como Amazon, Google Play, iBooks, Kobo para la compra por *retail* y EBSCO, e-Libro y Digitalia para Bibliotecas académicas del mundo.

## Editorial Universitaria Villa María

- Chile 251
  - 5900 Villa María - Argentina
  - +54 353 4539-145
- Félix Frías 60
  - 5004 Córdoba - Argentina
  - +54 351 4265713
- Piedras 575 | P.B.
  - 1070 CABA - Argentina
  - +54 11 43454774

En un informe posterior, realizaremos un análisis de lo que implica para **Eduvim** ser un sello anfibio, con múltiples formatos, con la importancia que tienen los libros digitales y en qué plataformas venden esos libros.

## COMUNICACIÓN, PRENSA Y MARKETING

**Eduvim** cuenta, desde hace ya muchos años, casi desde el comienzo de su implementación como área de la Universidad, de un infraestructura digital que permite considerarla una editorial universitaria conectada con el lector cara a cara. Con un equipo de cuatro agentes muy profesionales, la página web es muy pro-activa y funciona como un portal de noticias del libro, que brinda al lector, información no sólo del sello, sino de la industria, de los autores, de la cultura, de la agenda académica en debate, donde los autores de la Editorial se muestran más allá de los libros que se publican con el sello.

El equipo de comunicación genera noticias que permiten que la web tenga una media de 700 visitas diarias, con permanencias de un 50% y hasta un 60% en sesiones de más de tres minutos cada día. Si se la compara con métricas de otras páginas editoriales universitarias, nuestra web es la más visitada, incluso por encima de editoriales referentes en el sector..

El área de Comunicación genera de modo periódico una serie de Boletines que llevan información destacada y especializada a grupos-objeto muy diversos. De este modo, **Eduvim** hace públicas sus actividades para (1) lectores directos y del club de lectura (2) Libreros y distribuidores, (3) Editores Extranjeros que podrían interesarse en nuestras novedades (4) la Comunidad Universitaria de la UNVM y un Boletín Interno para los miembros de todo el Complejo Editorial.

En lo que se refiere a Prensa y Difusión, el equipo de la editorial se ocupa de garantizar que los libros lleguen a periodistas o mediadores capaces de difundir a los autores y los títulos en revistas, diarios, suplementos, *journals*, blog, booktubers, personalidades de la cultura argentina y del mundo. Pero también garantizan donaciones, presentes para visitantes de la UNVM, alumnos de intercambio, regalos de funcionarios de otras áreas para universidades de Argentina y el extranjero.

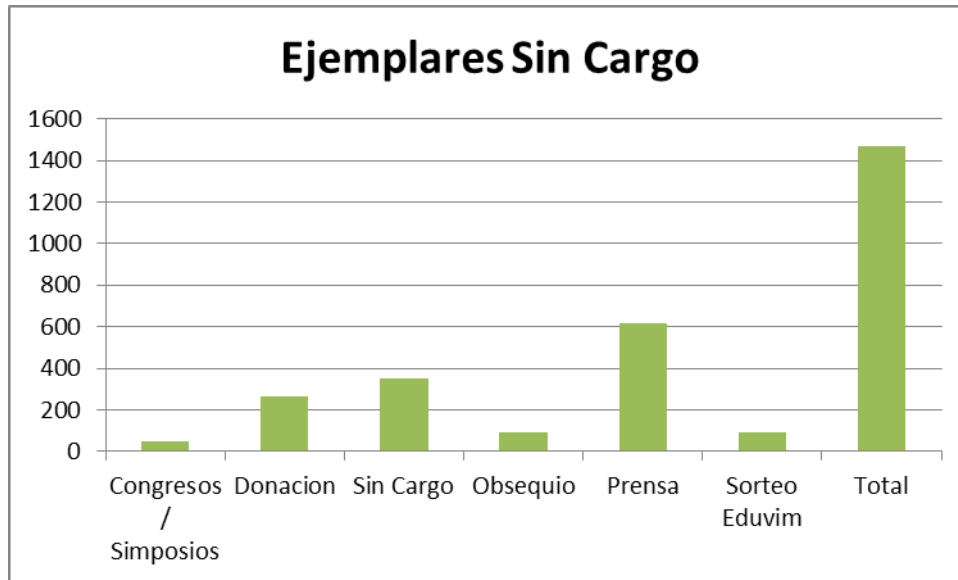
Para tener en cuenta la importancia que estos número adquieren, véase el siguiente cuadro, donde de los libros impresos en la Editorial en 2016 llegaron, por diversos

### Editorial Universitaria Villa María

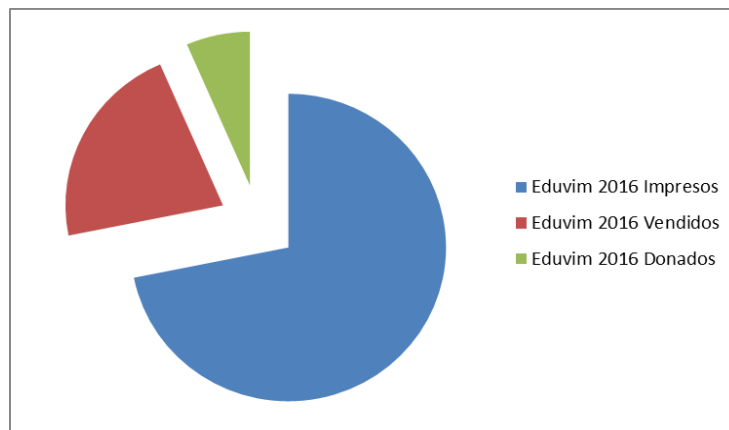
- Chile 251  
• 5900 Villa María - Argentina  
+54 353 4539-145
- Félix Frías 60  
• 5004 Córdoba - Argentina  
+54 351 4265713
- Piedras 575 | P.B.  
• 1070 CABA - Argentina  
+54 11 43454774



motivos, sin cargo a manos de mediadores, difusores, 1470 (mil cuatrocientas setenta) copias.



Ahora bien, ¿qué impacto tiene este trabajo de difusión? Hagamos un breve análisis. **Eduvim** en 2016 de 50 títulos (que puso en circulación comprendiendo “novedades, reediciones. Reimpresiones) imprimió según la tirada promedio algo así como 16.150 (dieciséis mil ciento cincuenta ejemplares). El impacto que tienen los ejemplares donados es del 7% de lo impreso y el 9,10% sobre lo vendido (una cifra más que aceptable).



### Editorial Universitaria Villa María

- Chile 251  
• 5900 Villa María - Argentina  
+54 353 4539-145

- Félix Frías 60  
• 5004 Córdoba - Argentina  
+54 351 4265713

- Piedras 575 | P.B.  
• 1070 CABA - Argentina  
+54 11 43454774

Sin embargo, el equipo de Comunicación y Marketing se dedica a propiciar, organizar y promocionar las presentaciones de cada uno de los títulos que integran el paquete de novedades anuales. La inversión por publicidad, promoción y difusión de cada título es de aproximadamente el 0,5% del presupuesto total de cada libro. En el cuadro que sigue, se puede corroborar todas las acciones que realiza el equipo de Comunicación, Prensa y Marketing de **Eduvim** en relación a la presentación de los títulos año a año<sup>iii</sup>.

Ciudad	Córdoba	CABA	Villa María	Extranjero	Otras Ciudades del País	Total
<b>Año</b>						
<b>2015</b>	7	9	7	2	3	<b>28</b>
<b>2016</b>	7	10	10	3	6	<b>36</b>
<b>2017</b>	1	7		1	3	<b>12</b>

## REDES SOCIALES

Con los cambios introducidos en el presente cotidiano de los ciudadanos del mundo, en especial en la última década (recordemos que la versión de Facebook en español data de 2007), resulta imposible pensar un día de la vida cotidiana de cualquier habitante del mundo sin el acceso, al menos una vez al día, al perfil de alguna red social. Este hecho modificó de manera sustancial el modo en que las personas se comunican. La masificación de los conocidos *Smartphone* (también el lanzamiento de la 1<sup>o</sup> generación de *iPhone* data de 2007) impulsó la dinámica de la vida en comunidad. Hacia comienzos de la primera década del siglo 21 nadie observaba un paisaje ciudadano como el que hoy se parecía en una plaza, en un comedor, en un bar, donde cada vez es más frecuente ver grupos de personas absortas en silencio, leyendo en sus teléfonos celulares o bien, hablándole al otro sin mirarlo ya que está interactuando con alguien por el chat de WhatsApp.

Este cambio de paradigma de la vida cotidiana atraviesa todas las prácticas de la vida humana. La lectura es, sin duda, la primera ya que es a través del lenguaje donde se vehiculizan los cambios. Para una organización como **Eduvim** existir en el universo de las redes social implica una necesidad y no una expresión de deseo. Desde hace ya muchos años la presencia de **Eduvim** en el espacio de redes sociales ha demandado una estrategia cuya actuación recae en la figura de un *community manager* capaz de

## Editorial Universitaria Villa María

- Chile 251  
• 5900 Villa María - Argentina  
+54 353 4539-145
- Félix Frías 60  
• 5004 Córdoba - Argentina  
+54 351 4265713
- Piedras 575 | P.B.  
• 1070 CABA - Argentina  
+54 11 43454774

darle continuidad a la presencia de nuestra “marca” en el escenario cambiante que proponen las redes sociales. Porque, en primer lugar, cada red social tiene una lógica, impone pensar un público-objetivo diferente, requiere de una creación de contenidos y de la adscripción a ciertas tecnologías. Por ejemplo: nadie ingresa a Twitter desde una PC ya que es una red fundamentalmente del teléfono móvil. Los usuarios de Instagram son más jóvenes generacionalmente de aquellos que utilizan Twitter. A su vez, cada red social va moviendo sus escenarios. Lo que en un principio en Facebook era a escala global, re-encontrarse con personas de mi conocimiento, viviera donde viviera, hoy se ha convirtiendo en una red social que acota al usuario a la interacción (y esto porque busca “vender” con mayor precisión lo que necesito, desde un pasaje en avión para mis vacaciones como hasta reunirme con un amigo con el que vivimos en diferentes ciudades, pero que por cuestiones azarosas, ambos visitamos Bs. As. o Rosario el mismo día).

Esta cada vez más micro-conexión que ofrece Facebook es totalmente diferente a la Pinterest que por vía de la imagen o vídeo, puedo obtener recomendaciones globales sobre un mismo tema: diseño de tapa de libros infantiles. Entonces, todos los días tendré disponible en mi celular, cientos de tableros que se suben a la nube sin otro destinatario que la de un alma gemela en el planeta.

Las redes sociales se enlazan entre sí y, a través de un aplicativo que hasta hace unos meses atrás como Waze era una útil herramienta para conducir en medio de una ciudad (para llegar de un punto al otro evitando el caos y los cortes de calles, rutas, por obras públicas, siniestros y/o embotellamientos) se ha convertido en un híbrido entre aplicativo y red social que permite al usuario compartir fotos de un accidente, avisarle a los contactos de WhatsApp o Facebook con el que está vinculado sus hallazgos, como el estacionamiento más conveniente en una zona, o, ¿por qué no?, advertir sobre el restorán que le sirvió la comida fría y dejar sus estrellas en la página de Tripadvisor.

Esta realidad impone que para una marca de libros, para una Editorial que produce contenidos, su canal natural en el presente sean las redes sociales, fundamentalmente porque las redes sociales trabajan todo el tiempo en “descubrir” deseos, gustos y los modos de comportarse de los usuarios-consumidores. ¿Dónde conseguir lectores sino es a través de las “redes sociales” que están escaneando a sus usuarios a todo momento? ¿Dónde hacer circular los contenidos diferenciales sino es a través de las redes? No se trata sino de provocar la «descubribilidad»<sup>IV</sup> del contenido que un libro

### Editorial Universitaria Villa María

- Chile 251  
• 5900 Villa María - Argentina  
+54 353 4539-145
- Félix Frías 60  
• 5004 Córdoba - Argentina  
+54 351 4265713
- Piedras 575 | P.B.  
• 1070 CABA - Argentina  
+54 11 43454774

porta desde su autor hasta los comentarios que cosecha entre los lectores, favoreciendo así, que otros lectores tropiecen en el ciberespacio con su contenido.

## CONCLUSIÓN

En este Informe se da muestras de todo el trabajo que realiza el equipo de Edición de la Editorial Universitaria Villa María, desde la adquisición hasta la promoción de cada uno de los libros que se integran mes a mes, año a año, al catálogo de la Editorial. Se ha buscado explicar el intenso trabajo que nuestro sello realiza día a día para que la “marca” **Eduvim** integre el selecto grupo de marcas de calidad editorial en el rango “edición universitaria” que en Argentina busca alcanzar las metas 2020.

Con la edición de libros, **Eduvim** busca elevar el prestigio de nuestra Universidad, difundiendo además una “marca de ciudad” que con el transcurso del tiempo va convirtiéndose en una ciudad amiga de los libros, el conocimiento, la cultura, la lectura y las industrias culturales.

**Eduvim** es una marca de la Universidad Nacional de Villa María que en menos de diez años ha forjado un modelo de “empresa” cultural capaz de alcanzar el reconocimiento en vastos lugares del mundo, donde sus libros se leen y se utilizan como bibliografía de tesis y trabajos de investigación o consultas de clase. Su sistema de *peer review* ha permitido que, en los años recientes, algunas comisiones de acreditación de CONICET le asigne puntaje a los autores incluidos en libros de su catálogo. Y como se sabe, este hecho no es frecuente ni con libros publicados en las Editoriales más reconocidas o admitidas por académicos y científicos del mundo.

Hoy esta Editorial Universitaria no puede pensarse sin el reconocimiento al esfuerzo de toda la comunidad académica de la UNVM que, no sin orgullo, ha albergado y protegido a este sello en todo su desarrollo. Un sostenimiento no sólo económico sino, fundamentalmente, político y simbólico. Por todo ello, quienes trabajan en el día a día en la edición de libros, su puesta en valor con el autor, quienes lo difunden, distribuyen y promocionan, sentimos un agradecimiento a quienes gestionan y conducen a la UNVM por el respeto, la libertad y acompañamiento que siguen haciendo de nuestro sello universitario el principal de la Argentina desde el interior del interior, reivindicando en cada una de su páginas el valor que tiene para nuestra Universidad Pública la lectura, el conocimiento, los valores humanos de libertad que posibilita el conocimiento, la ciencia y la cultura.

### Editorial Universitaria Villa María

- Chile 251  
• 5900 Villa María - Argentina  
+54 353 4539-145
- Félix Frías 60  
• 5004 Córdoba - Argentina  
+54 351 4265713
- Piedras 575 | P.B.  
• 1070 CABA - Argentina  
+54 11 43454774

## NOTAS

<sup>i</sup> Discurso Inaugural de la 43ª Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, 28 de abril de 2017, Cfr. <http://www.el-libro.org.ar/wp-content/uploads/2017/04/discurso-inauguracion-43-feria-martin-gremmelspacher.pdf> (consulta 22-06-2016)

<sup>ii</sup> Desde comienzos de 2017, los autores de manuscritos aceptados son invitados a firmar una licencia de publicación en el Repositorio Institucional de la UNVM gracias a un convenio firmado con la Secretaría Académica de la UNVM y la Biblioteca Central de la Universidad.

<sup>iii</sup> Las cifras están actualizadas hasta el 22/06/2017.

<sup>iv</sup> El neologismo proviene del término en inglés *discoverability* que hace referencia a los procesos de dotación de metadatos que permiten que un libro pueda ser “descubierto” (no encontrado) por los algoritmos de los buscadores y redes sociales.

### Editorial Universitaria Villa María

Chile 251  
• 5900 Villa María - Argentina  
+54 353 4539-145

Félix Frías 60  
• 5004 Córdoba - Argentina  
+54 351 4265713

Piedras 575 | P.B.  
• 1070 CABA - Argentina  
+54 11 43454774