

Antonio F. Caballos

Director del Secretariado de Publicaciones | UNIVERSIDAD DE SEVILLA



– ¿Cómo ha sido 2009 para el libro académico y en concreto para los resultados de su empresa?

– El Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla se encuentra inmerso en un proceso de reestructuración orgánica y funcional, así como de renovación de sus infraestructuras, con miras, tanto a seguir incrementando la calidad de las obras publicadas, como a reconducir la óptica hacia una mayor visibilidad, difusión e impacto científico y cultural de nuestra producción editorial.

Durante el año 2009, aumentando los criterios de calidad, hemos editado algunos títulos menos que en el ejercicio pasado. Si bien ello, junto a la crisis económica general, ha redundado en una disminución de las ventas, los ingresos económicos totales han superado a los del año anterior merced a la financiación externa. Esta incorporación de recursos ajenos procedentes de otras instituciones públicas y privadas es un campo aun abierto a nuevas posibilidades.

– Uno de los sectores más innovadores en relación al libro electrónico es precisamente el académico y STM ¿cómo se está llevando a cabo el proceso de digitalización de su empresa?

– La Universidad de Sevilla realizó en su momento una fuerte apuesta por las nuevas tecnologías, en proceso de continuada implementación en nuestro Secretariado de Publicaciones. El principio de la prudencia, tras los correspondientes procesos de estudio y maduración, guía las medidas que tomamos a este respecto. En una triple vertiente, de adaptación de las estructuras y regulaciones normativas, propias de una institución pública como la nuestra, de cambios en los procesos y formatos editoriales, y de aprovechamiento de los nuevos recursos en la proyección de nuestra producción.

La renovación de nuestro portal institucional para aumentar los servicios ofertados, la expresión en formato digital abierto de las revistas científicas de la Universidad de Sevilla, así como el incremento del número de ediciones digitales en soporte CD y DVD son otras tantas manifestaciones de los cambios que se están operando. Es asimismo objetivo de este Secretariado iniciar a medio plazo un proceso selectivo de oferta en red de aquellas publicaciones para las que este formato digital se muestre como el más idóneo, siempre que se garantice la preservación de los correspondientes derechos intelectuales.

– ¿Sustituirá realmente en todo lo referente al libro educativo académico el e-book al soporte papel? ¿Están los alumnos preparados para este cambio?

– Nos encontramos en una etapa donde se han generado múltiples expectativas que sólo el futuro despejará, una vez que el horizonte tecnológico se haya clarificado y se haya producido el necesario decantamiento en función de las nuevas posibilidades de expresión abiertas por el libro electrónico, complementarias, que no sustitutivas, del formato impreso. Estoy plenamente convencido de que las publicaciones impresas no desaparecerán, dadas tanto las virtudes de un soporte tan operativo, económicamente ajustado, ergonómicamente tan idóneo y culturalmente tan consolidado como es el libro impreso. Frente a él, el libro electrónico supone hasta cierto punto una regresión, forzando a una lectura secuencial que el libro impreso, en su triunfo sobre el rollo de papiro, había superado. Todavía queda por fijar un estándar para el formato del libro digital, lograr un más decidido desplazamiento de los intereses del mercado de la venta de lectores a la venta de contenidos, así como generar nuevos usos y rituales de lectura en el nuevo soporte. Y, por supuesto, entiendo tanto la plena compatibilidad entre impresión y digitalización para obras generalistas, como el aprovechamiento de las específicas virtudes de cada soporte en función de la especificidad de cada texto.

Los alumnos de hoy, criados en la familiaridad con el ambiente digital, con los recursos y la agilidad intelectual que ello genera, no sólo no tendrán ningún inconveniente en adaptarse a los nuevos formatos expresivos, sino que se beneficiarán de las nuevas facilidades que se abren de acceso a la información masiva. Ello, en sentido contrario, puede por desbordamiento generar malos hábitos en el trabajo intelectual, por lo que siempre será necesario desarrollar en ellos la capacidad de reflexión, y fomentar el cultivo del espíritu crítico y el pensamiento especulativo como señas de identidad del universitario.

– Si el caballo de batalla han sido siempre los derechos de autor en las ediciones de papel ¿cómo se solucionaría la piratería en las descargas digitales?

– El libro académico no se ha caracterizado nunca por devengar unos derechos de autor en consonancia con la significación de sus aportaciones. Aquí la contrapresta-

ción debe venir más del prestigio que este tipo de publicaciones conlleva, así como de las repercusiones incluso económicas de su reconocimiento curricular. En contrapartida, las editoriales universitarias debemos ser extraordinariamente celosas cumpliendo y exigiendo el cumplimiento de lo que la Ley de la propiedad intelectual prescribe. Si los correspondientes derechos son razonablemente controlables en lo que al libro impreso respecta, nos enfrentamos y nos enfrentaremos en mayor medida en el futuro a dificultades en la preservación de los derechos digitales (DRM), carentes de instancias transnacionales de supervisión y control. Aquí se vuelve imprescindible la gestión mancomunada de estos derechos, cabiéndole a la Asociación de Editoriales Universitarias (UNE) un papel protagonista al respecto.

– ¿Cuál ha sido el libro más vendido en su empresa en 2009 en esta Área?

– Un DVD multimedia titulado *Imágenes de Anatomía Humana*, del Profesor de la Universidad de Sevilla D. Jesús Villanueva Maldonado.

– ¿Cómo ve la perspectiva para 2010? ¿Realmente saldremos de la crisis? ¿Qué acciones han puesto en marcha desde su empresa?

– No me encuentro capacitado para realizar predicciones económicas, máxime en un mercado tan sometido a múltiples impactos y variables, inmerso a la par en un proceso de radicales transformaciones, como es el mercado editorial. Sin embargo, el libro, como vehículo cultural, tradicionalmente ha conservado un suelo económico más sólido que otro tipo de productos más contingentes, no siendo ajeno a las fluctuaciones del mercado, pero reaccionando a un ritmo más pausado que la media de éste. En cuanto a acciones concretas, sin perder de vista nuestra prioritaria función de difusión del conocimiento y publicación de obras académicas, como editorial universitaria que somos, seguimos en la línea de ajustar las tiradas en función del perfil de cada libro y la identificación de sus destinatarios naturales, afinando y personalizando más las actuaciones de difusión y mercadotecnia editorial, abriéndonos a otros mercados de interés para la cultura española, fomentando el libro de bolsillo, así como incrementando el número de obras publicadas en soporte digital