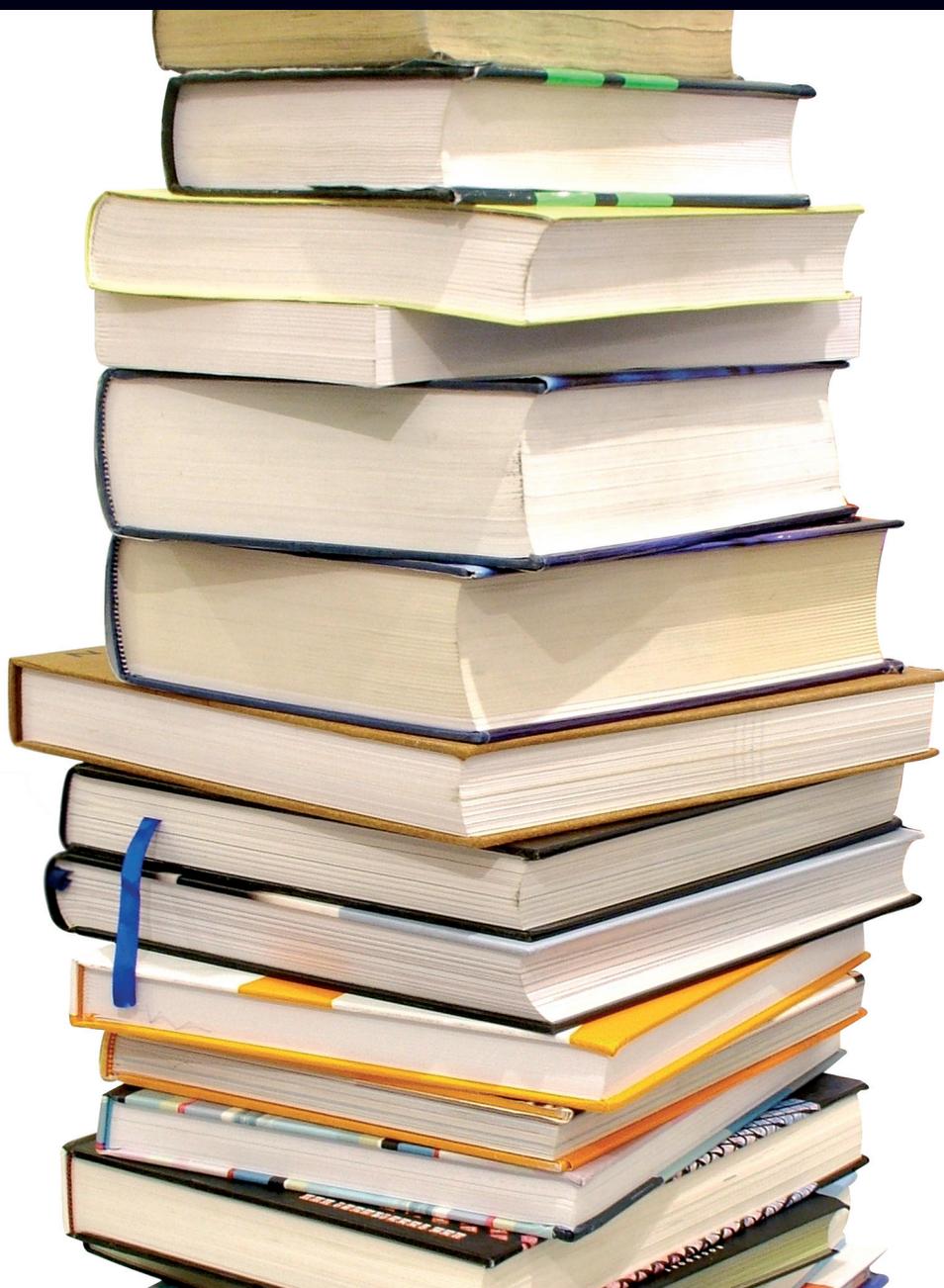


# Innovación y retos de la edición universitaria

Magda Polo Pujadas (coord.)









# **Innovación y retos de la edición universitaria**

Colección UNE  
nº 1



# **Innovación y retos de la edición universitaria**

Magda Polo Pujadas (coord.)

Primera edición, 2007

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de esta reproducción pueden reproducirse, registrarse o transmitirse, por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea electrónico, mecánico, fotoquímico, magnético o electroóptico, por fotocopia, grabación o cualquier otro, sin permiso previo por escrito de los titulares del copyright.

© textos: Roger Chartier, José Antonio Gómez, Antonio Pérez las Heras, Jordi Ubeda, José Castilho Marques Neto, Javier Torres Ripa, Lynne Withey, Maite Martínez, Salvador Carrasco, Sayri Karp Mitastein, Magda Polo Pujadas, Lidia Elizalde, Angélica Tornero, Marta Magriñá, Joaquín León, Jorge Yubero, Elena Añaños, Maite Martínez, Sarai Sabaté, Núria Marzo, Pere Tomasa, Zaida Anaya, Marta Miró, Sandra Gimbel, Marina Casadevall, Toni Prieto, Fernando Benito Martín, Yolanda R. Martínez Vallejo, Francisca Llabres Segura y Sophie Linon-Chipon.

© UNE, Unión de Editoriales Universitarias Españolas, 2007  
Plaza de las Cortes, 2 – 7ª planta  
28014 Madrid  
[www.une.es](http://www.une.es)

© Universidad de La Rioja, 2007  
C/ Piscinas, sn  
26004 Logroño  
[publicaciones.unirioja.es](http://publicaciones.unirioja.es)

ISBN: 978-84-96487-27-7

Diseño gráfico y maquetación: Universidad de La Rioja. Servicio de Publicaciones

Depósito Legal: SE-5928-2007 U.E.

Impresión: Publidisa

Impreso en España. Printed in Spain.

## ÍNDICE

|                           |   |
|---------------------------|---|
| <b>Presentación</b> ..... | 9 |
|---------------------------|---|

### **Conferencia inaugural**

|  |    |
|--|----|
| Roger Chartier: “La Universidad como contexto para la edición de libros.<br>Pasado, presente y futuro” ..... | 13 |
|--|----|

### **Ponencias**

#### **20 años de edición universitaria en España**

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| José Antonio Gómez Hernández ..... | 31 |
| Antonio Pérez las Heras .....      | 37 |
| Jordi Ubeda .....                  | 45 |

#### **Nuevas tendencias en la gestión editorial universitaria**

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| José Castilho Marqués Neto ..... | 51 |
| Javier Torres .....              | 61 |
| Lynne Withey .....               | 71 |

#### **La edición universitaria en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior**

|                         |    |
|-------------------------|----|
| Maite Martínez .....    | 81 |
| Salvador Carrasco ..... | 89 |

#### **Transgresiones de la edición universitaria**

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| Sayri Karp Mitastein ..... | 95  |
| Magda Polo Pujadas .....   | 103 |

## Comunicaciones

|   |     |
|---|-----|
| Lidia Elizalde y Angélica Tornero: “Semiótica de la revista <i>Inventio</i> ” . . . .   | 117 |
| Marta Magriñá, Joaquín León y Jorge Yubero: “DIALNET: Difusión y visibilidad de las publicaciones académicas en el ámbito hispano” . . . .        | 123 |
| Elena Añaños y equipo del IDES: “La incorporación del EEES en la edición de materiales docentes. ¿Podemos hablar de un nuevo discurso?” . . . . . | 135 |
| Marina Casadevall y Toni Prieto: “E-prints UPC: el depósito de la investigación de la UPC” . . . . .  | 151 |
| Fernando Benito Martín: “Controles de calidad en la edición técnica de revistas científicas” . . . . .  | 159 |
| Yolanda R. Martínez Vallejo: “La red nacional Alttexto: coediciones y derechos de autor” . . . . .  | 171 |
| Francisca Llabres Segura: “Editores, economía y un poema de Bécquer” . . . . .  | 181 |
| Sophie Linon-Chipon: “Buscando la excelencia: entre tradición y modernidad” . . . . .   | 185 |

## PRESENTACIÓN

La recopilación de las aportaciones que nutren este libro inaugura el primer número de una colección que nace en el seno de la UNE (Unión de Editoriales Universitarias Españolas) y que pretende aunar la reflexión acerca de las ediciones universitarias a fin de crear un debate que pueda enriquecer las distintas políticas editoriales que rigen y marcan los rumbos de nuestras universidades.

Dado el considerable e importante volumen de publicaciones de las universidades en distintos soportes -el papel y el digital-, hemos creído oportuno y necesario dar un paso hacia el reconocimiento cultural y de calidad de las mismas, cuya misión fundamental es poner en circulación los medios e instrumentos necesarios para la investigación y la transmisión de conocimientos.

Las universidades no sólo publican la mayor parte del caudal científico-técnico, social y de humanidades que se genera en las propias universidades sino también el que es fruto de otras procedencias, ya que hay traducciones que si no las editaran las universidades difícilmente estarían en el mercado, al tratarse de libros, en la mayoría de los casos, minoritarios y muy caros o proyectos de envergadura que combinan la edición tradicional del libro con la más avanzada del libro digital que difícilmente encontrarían un enjambre de profesores y profesionales como autores de los mismos.

No podemos olvidar tampoco la colaboración de las ediciones universitarias en la elaboración de campañas de promoción de la lectura, a favor del libro y en contra de las fotocopias ilegales. La UNE en este sentido siempre ha reivindicado el papel destacado y prioritario del libro en la cultura, del libro como objeto, como valor, como arte, como una forma de vida, como un garante del conocimiento.

En 2007, la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (antigua AEUE) ha cumplido sus veinte años de andadura. La vida de la asociación en estas dos décadas ha ido pareja al desarrollo de las editoriales y servicios de publicaciones de las universidades españolas, dando respuesta a las necesidades y nuevos objetivos que

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

se han ido planteando con la incorporación de las nuevas tecnologías y con la aplicación de nuevas líneas estratégicas de transformación de las universidades.

Como consecuencia de la evolución de estos últimos 20 años, las editoriales universitarias tienen planteados nuevos retos: darse a conocer de manera relevante, situarse en el mercado editorial español e internacional y establecer un puente con la sociedad, con su público lector que reside incluso más allá del entorno universitario.

El Congreso Internacional de Edición Universitaria, con motivo de la celebración de los 20 años de la UNE, bajo el lema "Innovación y retos de la edición universitaria" invitó a expertos y profesionales de distintos países a fin de que nos hicieran partícipes de sus líneas maestras y que nos propusieran nuevos horizontes, en un momento en que la innovación está cambiando no tan sólo formas de producción sino incluso la concepción del mercado totalmente rompedoras.

Las ideas principales que marcaron el rumbo de las diferentes aportaciones empezaron con una reflexión del pasado de la edición universitaria, de su historia, pasando por las relaciones entre los autores y los editores, las editoriales públicas y privadas, los nuevos modelos de gestión, los cambios protagonizados por el Espacio Europeo de Educación Superior para finalizar en las transgresiones universitarias o, dicho de otro modo, en lo que habitualmente no editan o no han editado la mayoría de las editoriales universitarias. Y este es el centro neurálgico del contenido que el lector va a encontrar en este libro.

**Magda Polo Pujadas**

*Presidenta de la UNE (Unión de Editoriales Universitarias Españolas)  
Directora del Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona*

# **CONFERENCIA INAUGURAL**



## LA UNIVERSIDAD Y LA EDICIÓN PASADO, PRESENTE, FUTURO

**Roger Chartier**

*Historiador francés que trabaja sobre la historia del libro, la edición y la lectura*

*Director de estudios de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales de París, profesor invitado en la University of Pennsylvania (Estados Unidos) y profesor y miembro del Collège de France*

Como historiador no puedo empezar sino recordando los vínculos antiguos que ligaron las universidades de la Edad media o del Renacimiento con la publicación de libros.

### **Europa universitaria, Europa tipográfica (siglos XV-XVIII)**

El mapa de la difusión de la imprenta en las décadas que siguieron la invención de Gutenberg lo muestra claramente. La nueva técnica de reproducción de los textos fue acogida por monasterios, conventos y ciudades mercantiles (por ejemplo Lyon) y los talleres tipográficos se multiplicaron en las grandes ciudades universitarias. Es verdad que la relación entre universidad e imprenta se estableció lentamente: en 1475 solamente ocho de las treinta y seis ciudades dotadas de una imprenta eran sedes de una universidad. Es verdad también que la creación de los talleres en estas ciudades no era necesariamente el resultado de la voluntad de la universidad<sup>1</sup>. En muchos casos la instalación de las prensas fue la consecuencia de iniciativas indi-

---

1. Lodovica Braida, *Stampa e cultura in Europa tra XV e XVI secolo*, Roma-Bari, Laterza, 2000, pp. 20-34 que matiza las afirmaciones más contundentes de Lucien Febvre y Henri-Jean Martin, *L'Apparition du livre*, [1958], Paris, Albin Michel, 1999, pp. 250-255.

viduales y su producción no estaba dirigida hacia la impresión de los libros utilizados en la enseñanza. Sin embargo, en los tiempos de los incunábulo, existe una fuerte correspondencia entre la Europa universitaria y la nueva Europa tipográfica. La correlación se verifica en Alemania, en Italia o en Francia donde en 1499 las imprentas están ya presentes en nueve de las catorce ciudades universitarias<sup>2</sup>.

Tres ejemplos pueden ayudarnos a entender la complejidad de las relaciones entre universidad e imprenta a finales del siglo XV y comienzos del XVI. El primer taller instalado en París lo fue en la Sorbonne en 1470. La iniciativa fue tomada por dos profesores de teología de la Universidad de París, Guillaume Fichet y Jean Heynlin, que contrataron en Alemania a tres impresores, Ulrich Gering, Michael Friburger y Martin Krantz. Durante los dos años de la presencia de la imprenta en la Sorbonne misma, antes de su mudanza a la rue Saint-Jacques con el letrero de «Le Soleil d'Or», Fichet y Heynlin publicaron veintidos libros, tanto textos clásicos (Salustio, Florus, Cicerón, Valerio-Máximo, Virgilio, Juvenal, Persio, Terencio), como obras de los humanistas contemporáneos, todos compuestos con el mismo carácter romano. El primer libro publicado por el taller de la Sorbonne fue las *Epistolae* de Gasparino Barzizza, seguido por la *Orthographia* del mismo Barzizza, las *Orationes* de Bessarión, la *Rhetorica* de Fichet, los *Eloquentiae praecepta* d'Agostino Dati y las *Elegantiae* de Lorenzo Valla. Así, antes de dedicarse a partir de 1472 a una producción más directamente ligada con la enseñanza universitaria y la publicación de obras jurídicas, teológicas y litúrgicas, el taller fundado en la Sorbonne por dos de los profesores del colegio, y no por la Universidad de París como tal, fue un instrumento esencial de la difusión de la nueva retórica y elocuencia humanista, apoyada sobre los modelos de los Antiguos y los tratados de los modernos<sup>3</sup>.

En Salamanca en 1504 se encuentra el primer libro explícitamente costeadado por la Universidad. Sin embargo es muy probable que la actividad del Claustro y del Rector de la Universidad como editores empezase anteriormente. En 1494 el colofón de un libro de pronósticos indica que «fueron impresos por orden y autorización del rector de la Universidad de los Estudios de Salamanca». Es posible también

---

2. Jeanne-Marie Dureau, "Les premiers ateliers français", [1982], in *Histoire de l'édition française*, sous la direction de Roger Chartier et Henri-Jean Martin, Tome I, *Le livre conquérant. Du Moyen Age au milieu du XVIIIe siècle*, Paris, Fayard/Cercle de la Librairie, 1989, pp. 188-190. Las nueve ciudades universitarias dotadas de una imprenta antes de 1500 son Paris (1470), Toulouse y Angers (1476), Poitiers (1479) Caen (1480), Orléans (1490) Valence (1493), Nantes (1491) y Bourges. Las ciudades universitarias sin imprentas antes de 1500 (Cahors, Montpellier, Perpignan Aix-en-Provence y Bordeaux) son todas situadas en la parte meridional de Francia.

3. Jeanne Veyrin-Forrer, "Aux origines de l'imprimerie française. L'atelier de la Sorbonne et ses mécènes (1470-1473)", [1973], in Jeanne Veyrin-Forrer, *La lettre et le texte. Trente années de recherches sur l'histoire du livre*, Paris, Ecole Normale Supérieure de Jeunes Filles, 1987, pp. 161-187.

que la Universidad tuviese su propia imprenta a partir de los comienzos del XVI o quizás a finales del siglo XV tal como lo sugieren los preliminares de una edición de la *Repetitio Secunda* de Antonio de Nebrija de 1486<sup>4</sup>. El caso salmantino sería así muy paralelo a la situación de la Universidad de Oxford que empezó a editar libros en 1478 y que tuvo su propio taller tipográfico a partir de 1530.

Ultimo ejemplo: Cambridge. En 1534 Enrique VIII firmó las «Letters Patents» que autorizaban a la Universidad a nombrar impresores («bookprinters») para imprimir los libros aprobados por el Canciller y tres doctores de la Universidad y libreros («sellers of books») autorizados a vender en todo el reino los libros impresos o aprobados por la Universidad cualquiera que fuese su lugar de impresión. Los impresores elegidos como «University Printers» - el primero, Thomas Thomas, lo fue en 1583 - poseían su propio taller y sus prensas y fundiciones. Publicaron no sólo los libros eruditos o los manuales aprobados por la Universidad, sino también títulos más provechosos: por un lado, la Biblia, el *Book of Common Prayer* y libros de salmos; por otro lado, almanaques. Es así que en la década de 1680 el «University Printer» John Hayes publicó un quinto de todos los almanaques ingleses (y aun más si se cuenta por hojas de imprenta y no por títulos). Por supuesto la publicación de semejantes libros que constituían la parte más importante del mercado no era monopolio de los impresores de la Universidad que tenían que competir o pactar con sus colegas de la *Stationers' Company* - la corporación de los libreros e impresores de Londres<sup>5</sup>.

En 1696 cambió la situación cuando fueron sustituidos los impresores de la Universidad por la «Press» de la Universidad que poseía su propio taller y que era dirigida por un «committeee of curators» que daba las licencias de imprimir. Las razones para establecer un taller tipográfico propio de la Universidad eran dobles: por un lado, sustraer la actividad editorial e impresora de la Universidad al control de la *Stationers' Company*; por otro lado, publicar ediciones limpias de los gazapos y errores cometidos por «the unskillfull hands of incorrect printers» - «los manos torpes de impresores ignorantes» - según una carta del Canciller de la Universidad, el Duque de Somerset, que inició con Richard Bentley, un «classical scholar», el proyecto de instalación de una imprenta en la Universidad.

---

4. José A. Sánchez Paso, "La Universidad de Salamanca en la impresión y edición de libros", in *El libro antiguo español, Actas del segundo Coloquio Internacional* (Madrid), Al cuidado de María Luisa López Vidriero y Pedro M. Cátedra, Salamanca, Ediciones de la Universidad de Salamanca, Biblioteca Nacional de Madrid y Sociedad Española de Historia del Libro, 1992, pp. 449-436.

5. David McKitterick, *A History of Cambridge University Press, Volume I, Printing and the Book Trade in Cambridge 1534-1698*, Cambridge, Cambridge University Press, 1992, pp. 384-387.

El primer libro impreso por las prensas de Cambridge es de 1698, una edición de Horacio publicada no por la Universidad sino por el «stationer» Jacob Tonson. Hasta finales del siglo XIX el taller de Cambridge imprimió para libreros y autores sin asumir (salvo en algunos escasos casos) el papel de editor propiamente dicho<sup>6</sup>. Si en Salamanca en el siglo XV la universidad editó libros sin tener imprenta, en Cambridge, al revés, la actividad de la «University Press» no suponía necesariamente una actividad editorial de la universidad. La producción de los años 1698-1712, estudiada por D. F. McKenzie en un libro que queda como el modelo absoluto de un «bibliographical study»<sup>7</sup>, refleja esta situación en la cual la «Press» de Cambridge era únicamente una «printing house». Si bien las prensas de Cambridge imprimieron ediciones eruditas de autores antiguos (entre ellos el Horacio de Bentley o el Homero de Barnes) y libros de filosofía natural (por ejemplo la segunda edición corregida de los *Principia* de Newton) leídas por estudiantes y profesores, no obstante, la mayoría de los títulos impresos en el taller de la Universidad son sermones y obras religiosas vinculadas con las ásperas controversias del tiempo, vendidas por los libreros-editores londinenses a un público mucho más amplio que los lectores de las ediciones sabias.

### La Edad Media: libro escolástico y pecia

Sería sin embargo erróneo pensar que la actividad editorial de las universidades empezó solamente con la difusión de la invención de Gutenberg. En los tiempos de la cultura manuscrita, los libreros o «stationarii» jurados y privilegiados de las universidades desempeñaron un papel fundamental en las transformaciones de las relaciones con lo escrito. La primera mutación consta a partir del siglo XII en Italia con la definición de un nuevo tipo de libro (el «libro scolastico» o «libro da banco» como lo llama Amando Petrucci) que propone los textos teológicos, jurídicos o filosóficos en una nueva forma material: el libro de gran tamaño en el cual el texto en latín, a menudo dispuesto en dos columnas, está encerrado por las glosas de los márgenes o de pie de página. Este libro escolástico impone una nueva práctica de lectura, más rápida gracias a las numerosas abreviaciones y más visual ya que debe establecer relaciones analíticas entre el textos, las rúbricas marginales, las glosas y las notas y los índices<sup>8</sup>. Permite también el libro universitario una nueva definición y un

6. David McKitterick, *A History of Cambridge University Press, Volume 2, Scholarship and Commerce 1696-1872*, Cambridge, Cambridge University Press, 1998, pp. 45-51.

7. D. F. McKenzie, *The Cambridge University Press. A Bibliographical Study, Volume I Organization and Policy of the Cambridge University Press*, Cambridge, Cambridge University Press, 1966, pp. 1-15 y pp. 164-170.

8. Armando Petrucci, "Il libro manoscritto", in *Letteratura italiana, Volume 2, Produzione e consumo*, Torino, Einaudi, 1983, pp. 499-524 y Richard H. et Mary Rouse,

nuevo uso de lo escrito que durante años, desde la alta edad media, se dedicaba a la conservación de los documentos más que a la lectura de los textos – lo que incitó a Petrucci a proponer la fórmula «scrivere senza leggere», «escribir sin leer» para designar la paradójica coexistencia entre una alfabetización de escritura y un analfabetismo de lectura. Con el libro copiado para el estudio, al modelo monástico de la escritura o, mejor dicho, de la copia fue sustituido por un modelo escolástico de la lectura que implica una nueva forma del libro, que define un método de lectura silenciosa y visual que procede del sentido literal a la doctrina<sup>9</sup>, y que desplaza la copia de los manuscritos de los «scriptoria» de los conventos a las tiendas de los libreros universitarios y a la actividad de los copistas profesionales.

Una segunda mutación esencial en la historia de larga duración de la cultura escrita se debe también a las universidades y a sus libreros. A partir de 1250 se inventó y difundió una nueva técnica para la copia de los manuscritos universitarios. La división de los textos en cuadernos separados y numerados, llamados «peciae», permitía que diversas partes de una misma obra pudiesen ser copiadas al mismo tiempo – y no siguiendo el orden del manuscrito. Si se admite que podía copiarse en un día el recto y el verso de un folio de un libro escolástico y si supongamos que un libro de cien folios, es decir doscientas páginas, se encuentra dividido entre cincuenta cuadernos de dos folios cada uno, durante los cien días necesarios para copiar el manuscrito entero, era posible reproducir cincuenta ejemplares de la obra (o veinticinco si el manuscrito era dividido en cuadernos de cuatro folios)<sup>10</sup>.

Aunque esta técnica de reproducción de los textos apareció en el «scriptorium» del convento parisino de los Dominicanos, son los libreros de las universidades los que la utilizaron masivamente entre 1250 y 1350 dentro de un sistema controlado por las autoridades académicas que definían el repertorio de los textos utilizados en los cursos y que fijaban la «taxatio» o precio del alquiler de las «peciae». La técnica desapareció cuando el mercado de los libros universitarios se encontró saturado. Pero, pese a su relativamente breve existencia, la «pecia» tuvo una doble importancia. Como práctica editorial, en primer lugar: los manuscritos divididos

---

"Concordances et index", in *Mise en page et mise en texte du livre manuscrit*, sous la direction de Henri-Jean Martin et Jean Vézin, Paris, Editions du Cercle de la Librairie-Promodis, 1990, pp. 219-228.

9. Franco Alessio, "Conservazione e modelli di sapere nel Medioevo", in *La memoria del sapere. Forme di conservazione e strutture organizzative dall'Antichità a oggi*, a cura di Pietro Rossi, Roma-Bari, Laterza, 1988, pp. 99-133.51

10. *La production du livre universitaire au Moyen Age. Exemplar y pecia*, Actes du Symposium tenu au Collegio San Bonaventura de Grottaferrata en mai 1983, Textes réunis par Louis J. Bataillon, Bertrand G. Guyot et Richard H. Rouse, Paris, Editions du Centre National de la Recherche Scientifique, 1988.

para la copia eran preparados por su autor o su editor para que las copias o «traslados» siguiesen escrupulosamente el arquetipo o «exemplar», definido por el *Tesoro* de Covarrubias como «el original». Como técnica de reproducción rápida de los textos, en segundo lugar: la «pecia» prefigura morfológicamente, pero sin continuidad cronológica, las características de la invención de Gutenberg: la reproducción de múltiples ejemplares del mismo texto al mismo tiempo, la discrepancia entre el orden del texto y el orden de su reproducción, la necesidad de indicaciones que permiten ordenar correctamente los diversos cuadernos del libro<sup>11</sup>.

### Una tipología de las editoriales universitarias modernas

Ni quiero ni puedo seguir la historia de la edición universitaria desde el siglo XVI o XVII hasta ahora. Quizás baste subrayar tres evoluciones de las cuales es heredero nuestro presente. La primera sería la multiplicación de las editoriales universitarias propiamente dicha, es decir editoriales dirigidas por un comité o una junta de publicaciones constituido por profesores y cuyo financiamiento proviene con proporciones diferentes según los casos del presupuesto de la universidad, de la venta de los libros y revistas o de subvenciones y donaciones. El caso norteamericano es el más espectacular con la creación de las editoriales de Cornell en 1869, Johns Hopkins en 1878, Chicago en 1891, Columbia y California en 1893, Toronto en 1901 y Princeton en 1905. Con más o menos retraso este modelo de una editorial publica dentro del marco de la universidad fue imitado tanto en Europa como en América latina<sup>12</sup>.

Un segundo tipo de «editoriales universitarias» está fundado sobre una relación estrecha entre la publicación de libros y una comunidad intelectual que no es una universidad pero que se arraiga en el mundo académico. Podríamos pensar en dos ejemplos. El primero es el del Fondo de Cultura Económica creado en 1934 para publicar los libros necesarios para los estudiantes (y profesores) de la Escuela Nacional de Economía fundada en México ese mismo año. Una colaboración idéntica se inició cuatro años después cuando se estableció en México la Casa de España, precursora del Colegio de México. Apoyado por el Estado, que actuaba en calidad de fideicomiso con los bancos que respaldaron al Fondo de Cultura Económica, la nueva editorial desempeñó un papel fundamental para introducir en el mundo de

11. Robert Marichal, "Les manuscrits universitaires" in *Mise en page et mise en texte du livre manuscrit*, op. cit., pp. 210-217.

12. En España 36 de las 52 editoriales que constituyen la Unión de editoriales universitarias fueron fundadas después de 1973. Solamente dos fueron establecidas antes de 1938 (Salamanca a finales del siglo XV, Valencia en 1930) y 14 entre 1939 y 1973 (dentro de ellos las editoriales del C.S.I.C. y del C.E.P.C. fundadas en 1939. Estos datos son calculados a partir del Directorio 2007-2008, Madrid, Unión de editoriales universitarias españolas, 2007.

lengua castellana (particularmente gracias a la colaboración de intelectuales españoles exiliados después de la Guerra civil) las obras claves de la economía política, de la «nueva» historia y de las ciencias sociales (sociología o antropología)<sup>13</sup>.

Son características intelectuales en parte similares a las que se encuentran en la historia de las Presses Universitaires de France. Fueron fundadas en 1921 con el estatuto de una cooperativa cuyo capital inicial estaba dividido entre 6000 acciones de cien francos suscritas por empresas, asociaciones, fundaciones y más de seiscientos individuos: profesores de las universidades o de los «lycées», maestros de la enseñanza primaria, empresarios e ingenieros. En la lista de los suscriptores figuran algunos de los intelectuales más destacados de su tiempo: Marc Bloch, Marcel Mauss, Gustave Lanson, Charles Blondel, Etienne Gilson, Célestin Bouglé, Marie Curie. La mitad del capital inicial fue sin embargo aportada por la Banque des Coopératives que respaldaba un proyecto inspirado por la ideología de la cooperación entre suscriptores que aceptaban una remuneración limitada de sus acciones.

Las Presses Universitaires de France intentaron construir una integración vertical de la publicación que, limitando los intermediarios y reduciendo el precio de los libros, debía facilitar la difusión de obras amenazadas por la subida del precio del papel y de los costes de impresión – que eran las dos primeras justificaciones de la creación de la cooperativa editorial. La integración buscada por las P.U.F. asociaba una política editorial decidida por los mejores especialistas de cada disciplina, la impresión de los libros (la editorial adquirió su propia imprenta instalada en Vendôme en 1928) y la difusión de su catálogo asegurada tanto por la famosa (y ahora desaparecida) librería de la esquina de la Place de la Sorbonne y el Boulevard Saint-Michel como por una red de librerías depositarias en las ciudades de provincias.

La hostilidad del sindicato de los editores, inquietos frente a los descuentos consentidos por las P.U.F., y las dificultades económicas de la cooperativa condujeron a la editorial a una fusión en 1939 con otras tres editoriales que tenían el mismo acreedor, el Banque des Coopératives, y cuyos catálogos coincidían con el suyo. Se trataba de Alcan, una empresa especializada en medicina, psicología, filosofía y sociología, Rieder, editorial de literatura general que publicaba en el campo de la historia, y Leroux, editorial con una fuerte tradición de publicaciones eruditas, en particular sobre el orientalismo. El primer fruto de la fusión de 1939, cuyo artesano fue Paul Angoulevant, quien mantuvo el nombre de la editorial y eligió como símbolo por la nueva editorial una quadriga, fue la creación en 1941 de la colección «Que

---

13. Víctor Díaz Arciniegas, *Historia de la casa*. Fondo de Cultura Económica, México, Fondo de Cultura Económica, 1994, y Cristina Pacheco, *En el primer medio siglo del Fondo de Cultura Económica. Testimonios y conversaciones*, México, Fondo de Cultura Económica, 1984.

Sais-Je?» que publicó cincuenta títulos durante su primer año de existencia<sup>14</sup>. El carácter «universitario» de las Presses Universitaires de France, tanto en 1921 como en 1939 no se definió entonces por su vínculo con una universidad particular, sino por sus colecciones dedicadas a la publicación de obras de investigación y a la divulgación del saber universitario.

El perfil de las Presses Universitaires de France, particularmente después de 1939, nos acerca a un tercer tipo de editoriales ligadas con la universidad que no son editoriales universitarias sino editoriales privadas que publican libros escritos por profesores e investigadores y libros dirigidos a los estudiantes. En este sentido, podemos decir que el libro «universitario» escapa a las editoriales de las universidades y encuentra su lugar en casas editoriales muy diversas: las que construyeron su fuerza a partir la edición escolar, las que se especializaron en colecciones de saber o las que abrieron su programa de literatura general a las novedades intelectuales. En Francia, Armand Colin puede ilustrar la primera categoría, Payot y Aubier la segunda, Gallimard, Le Seuil o las Editions de Minuit, que fueron sin dudas las más atentas a las innovaciones intelectuales después de 1945, la tercera<sup>15</sup>.

### **Retos del presente: la transformación de las prácticas de lectura**

Quisiera en la última parte de esta conferencia examinar algunos de los desafíos lanzados a la edición universitaria y más particularmente a las editoriales universitarias hoy en día. Tres me parecen esenciales. El primero se remite a las transformaciones de las prácticas de lectura y más generalmente a las mutaciones de las relaciones con el libro. Veamos el ejemplo francés. Los datos reunidos por las encuestas estadísticas sobre las prácticas culturales de los franceses muestran que entre los años 1970 y 1990, si no retrocedió el porcentaje global de los lectores, sí disminuyó la proporción de los «lectores intensivos» o «forts lecteurs» en cada grupo de edad y, muy particularmente, en la franja comprendida entre los diecinueve y los veinticinco años<sup>16</sup>. La reducción del número de grandes compradores de libros, que

---

14 Valérie Tesnière, *Le Quadrige. Un siècle d'édition universitaire*, Paris, Presses Universitaires de France, 2001 (particularmente el capítulo 9, "Coopératisme et édition: à la recherche de nouvelles formes de production et de gestion", pp. 245-280, y el capítulo 10, "Le Quadrige", pp. 281-310).

15. Valérie Tesnière, "L'édition universitaire", [1985], in *Histoire de l'édition française*, op. cit., Tome III, *Le temps des éditeurs. Du romantisme à la Belle Epoque*, 1990, pp. 245-250, y "Traditions et forces neuves dans l'édition universitaire", [1986], in *Histoire de l'édition française*, op. cit., Tome IV, *Le livre concurrencé. 1900-1950*, 1991, pp. 322-325.

16. Olivier Donnat et Denis Cogneau, *Pratiques culturelles des Français 1973-1990*, Ministère de la Culture et de la Communication, Paris, *La Découverte* y *La Documentation*

no eran únicamente universitarios, y la disminución de sus compras es un primer elemento en las afirmaciones que diagnostican una «crisis» de la edición.

La transformación de las prácticas de los estudiantes acompañan este retroceso. Sus compras de libros y sus prácticas de lectura fueron drásticamente reducidas por otras posibilidades de lectura: por un lado, el frecuentar las bibliotecas universitarias que creció más del 70% en Francia entre 1984 y 1990, y, por otro lado, el recurrir masivamente a las fotocopias de los libros tomados en préstamo en las bibliotecas o facilitados por amigos, a los apuntes dactilografiados de las materias y, hoy en día, a los bancos de datos de la red. Aun más importante, sólo los estudiantes que han elegido una carrera literaria o cuyos padres tienen un título universitario poseen una cantidad importante de libros. Pero, aun dentro de esta población de compradores de libros, pocos son los que tratan de crear bibliotecas personales, como lo muestra el éxito del mercado de segunda mano de los libros de estudio<sup>17</sup>.

Por último, las encuestas sociológicas dedicadas a la franja de edad anterior, la de los jóvenes comprendidos entre los quince y diecinueve años, registran no sólo una disminución de sus prácticas de lectura, sino también su fuerte reticencia a presentarse como lectores y el estatuto muy depreciado que atribuyen al libro<sup>18</sup>. Está claro que estos datos franceses recogidos a finales del siglo pasado deberían estar actualizados, criticados y comparados con encuestas hechas en otros países, pero parecen indicar una tendencia general que no contradice las observaciones más recientes.

### **Retos del presente: bibliotecas, periódicos y monografías**

Un segundo desafío lanzado a la edición universitaria remite a la política de adquisiciones de las bibliotecas – y particularmente de las bibliotecas universitarias. Todos se acuerdan del diagnóstico establecido por Robert Darnton en 1999 en

---

française, 1990, y François Dumontier, François de Singly et Claude Thélot, "La lecture moins attractive qu'il y a vingt ans", *Economie et statistique*, 233, 1990, pp. 63-75.

17. Les étudiants et la lecture, sous la direction d'Emmanuel Fraisse, Paris, Presses Universitaires de France, 1993, y Bernard Lahire avec la collaboration de Mathas Millet y Everest Pardell, *Les manières d'étudier. Enquête 1994*, Paris, La Documentation française, 1997.

18. François de Singly, *Les jeunes et la lecture*, Ministère de l'Education Nationale et de la Culture, Direction de l'évaluation et de la prospective, *Les Dossiers Education et Formation*, 24, janvier 1993, y Christian Baudelot Marie Carter y Christine Détrez, *Et pourtant ils lisent...*, Paris, Editions du Seuil, 1999.

cuanto a la situación en los Estados Unidos<sup>19</sup>. Según él, el dato esencial consistiría en los recortes drásticos por parte de las bibliotecas de las compras de «monografías», es decir, de los libros de humanidades y ciencias sociales dedicados a un tema específico. Semejante reducción es una consecuencia directa e ineluctable del incremento del precio de las revistas científicas cuya suscripción anual puede alcanzar en algunos casos (Darnton cita a *Brain Research*, el *Journal of Comparative Neurology* o *Nuclear Physics B*) más de diez mil dólares. Así más del 70% o 80% del presupuesto dedicado a las adquisiciones que se gastaría en la compra de revistas, cualquiera que sea su forma, impresa o electrónica.

Sin la seguridad de las compras de las bibliotecas, las editoriales académicas, empezaron a rehusar los textos considerados como demasiado especializados: Ph. D. transformados en libros, obras de erudición, publicaciones de documentos. Se concentraron en los temas de moda y los libros atractivos para el gran público. Parece que tal evolución empezó temprano, antes del viraje decisivo de 1990. En un divertido ensayo publicado en 1983, el mismo Robert Darnton recuerda su experiencia como miembro del «editorial board» de Princeton University Press entre 1978 y 1982. Si en estos años la política de la editorial acogía generosamente las monografías (a menudo con títulos que transformaban «the small», es decir el estudio particular, en «big» tal como, por ejemplo *Land and Labor: Economic Dependency and Social Order in Springfield, Massachusetts, 1636-1703*), sin embargo ya existía el énfasis sobre libros atractivos y temas de moda.

De ahí, las advertencias de Darnton a los futuros autores: «Historia. Diga que es antropología. Antropología. Diga que es historia» o «Literatura inglesa. Tiene que demostrar que usted sabe todo respecto a la más reciente teoría crítica llegada desde París o Yale pero que usted no cree en ella». O «Si quiere proponer un libro, debe escribirlo sobre los aves. Hemos aceptado libros sobre los aves de todas partes del mundo: Colombia, Africa, Russia, China, Australia... No puede fracasar usted con los aves, por lo menos con Princeton. Otras editoriales consideran otros temas irresistibles. Puede probar las casas de campo con Yale y la cocina con Harvard»<sup>20</sup>.

En Francia, y sin duda en otros países de Europa, la reducción de las compras de los lectores es quizás más decisiva que la transformación de la política de las

19. Robert Darnton, "The New Age of the Book", *The New York Review of Books*, March 18, 1999, pp. 5-7 [tr. española: "La nueva era del libro", in Robert Darnton, *El colquio de los lectores. Ensayos sobre autores, manuscritos, editores y lectores*, México, Fondo de Cultura Económica, 2003, pp. 355-370]

20. Robert Darnton, "Publishing: A Survival Strategy for Academic Authors", [1983], in Robert Darnton, *The Kiss of Lamourette. Reflections in Cultral History*, New York y Londres, W. W. Norton & Company, 1990, pp. 94-103.

bibliotecas. Pero las consecuencias sobre las editoriales que publican libros académicos son semejantes<sup>21</sup>. Las estadísticas reunidas por el Syndicat national de l'édition en cuanto a los libros de ciencias humanas y sociales muestran una doble disminución en la década de 1990: disminución del número global de libros vendidos (dieciocho millones en 1988, quince millones en 1996), disminución del número de ejemplares vendidos por título publicado (dos mil doscientos en 1980, ochocientos en 1997). Frente a semejantes evoluciones, las repuestas de las editoriales fueron múltiples. La primera, es decir, el incremento del número de títulos publicados (1942 en 1988, 3133 en 1996) de manera que sea ampliaba la oferta, condujo a un crecimiento explosivo de los libros no vendidos y devueltos a sus editores y a graves desequilibrios financieros de las empresas. De ahí, la elección de los editores durante los últimos años: la reducción de las tiradas (a menudo muy inferiores a las del siglo XVI), el rechazo de las obras juzgadas demasiado especializadas, la prudencia ante las traducciones<sup>22</sup>. Aunque las razones de las dificultades no sean las mismas en Estados Unidos y en Europa, me parece que podemos generalizar el inquietante diagnóstico de Darnton: «la monografía está en peligro de extinción».

### **La edición electrónica: promesas y desafíos**

Es la razón por la cual las posibilidades ofrecidas por la publicación electrónica parecía una posible solución. Puede permitir la construcción de un nuevo tipo de libro, estructurado en una serie de estratos textuales dispuestos en forma de pirámide: argumento, estudios particulares, documentos, referencias historiográficas, materiales pedagógicos, comentarios y discusiones. La estructura hipertextual de semejante libro cambia tanto la lógica de la argumentación, que ya no es necesariamente lineal ni secuencial, sino abierta y relacional, como la recepción del lector que puede consultar por sí mismo, si existen en una forma electrónica, los documentos (archivos, imágenes, músicas, palabras) que son el objeto o los instrumentos del estudio. El libro electrónico transforma así profundamente las técnicas de la prueba

---

21. Hervé Renard y François Rouet, "L'économie du livre: de la croissance à la crise", in *L'édition française depuis 1945*, sous la direction de Pascal Fouché, Paris, Editions du Cercle de la Librairie, 1998, pp. 640-737, y Pierre Bourdieu, "Une révolution conservatrice dans l'édition", *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 126-127, 1999, pp. 3-28.

22. En Francia, las variaciones de las clasificaciones utilizadas para las estadísticas del Syndicat national de l'édition hacen difíciles la comparaciones cronológicas. El caso de una categoría estable entre 1970 y 2004, "ciencias humanas generales", confirma sin embargo el cruce entre la reducción de las tiradas medias (4 000 ejemplares en 1988, 2000 en 2003) y el aumento del número de títulos publicados (2000 en 1988, 4000 en 2001). Cf. Bruno Auerbach, "Publish and perish. La définition légitime des sciences sociales au prisme du débat sur la crise de l'édition SHS", *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 164, 2006, pp. 74-92 (Graphique 1, p. 81).

en los discursos del saber (citas, notas, referencias) puesto que el lector puede controlar las elecciones e interpretaciones del autor<sup>23</sup>.

Pero tales promesas suponen dos condiciones. En primer lugar, deben estar claramente diferenciadas la *comunicación* electrónica, libre y gratuita, y la *edición* electrónica, que implica un trabajo editorial, costes de producción y un control científico. Esta reorganización es una condición para que puedan protegerse tanto los derechos económicos y morales de los autores como la remuneración de los editores. Así, el libro digital debe definirse por oposición a la comunicación electrónica espontánea que autoriza a cada uno a poner en circulación en la red sus ideas, opiniones o creaciones. Así, podrá reconstituirse en la textualidad electrónica una jerarquía de los discursos que permitirá diferenciarlos según su autoridad científica propia. En segundo lugar, las publicaciones electrónicas necesitan adquirir una legitimidad intelectual comparable al reconocimiento científico que se atribuye a los libros impresos. La creación de colecciones de libros electrónicos<sup>24</sup> y el desarrollo de los usos científicos de las nuevas tecnologías<sup>25</sup> muestran que empiezan a estar movilizadas las posibilidades específicas de la nueva forma de publicación de los textos. No se debe olvidar, sin embargo, que los productos electrónicos no representan sino una parte minoritaria del mercado de la edición universitaria: solamente el 3% en Francia en 2001<sup>26</sup>. La situación en Estados Unidos es sin duda un poco diferente: varias grandes bibliotecas ya gastan el 20% de su presupuesto en la compra de materiales electrónicos.

No debemos menospreciar la importancia de las mutaciones o rupturas introducidas por la textualidad electrónica. El caso de las revistas, que constituyeron

---

23. Para un ejemplo de las diferencias de los vínculos posibles entre demostración histórica y fuentes documentales en las dos formas, impresa y electrónica, del "mismo" artículo, véanse Robert Darnton, "An Early Information Society. News and Media in Eighteenth-Century Paris", *The American Historical Review*, Vol. 105, n° 1, February 2000, pp. 1-35, y AHR webpage: [www.historycooperative.org/ahr](http://www.historycooperative.org/ahr).

24. Por ejemplo, el proyecto Electronic Publishing Initiative @ Columbia de Columbia University Press y su colección "Gutenberg-e series of monographs in History". Puede compararse para un mismo título, por ejemplo Gregory S. Brown, *A Field of Honor: Writers, Court Culture, and Public Theater in French Literary Life from Racine to the Revolution*, 2002, la versión impresa y la versión electrónica (<http://www.gutenberg-e.org/brg01>) que propone más allá del texto del autor una serie de imágenes, la publicación de fuentes documentales y más de setenta y cinco vínculos con otros recursos electrónicos.

25. Véanse para los estudios filológicos, José Manuel Blecua, Gloria Clavería, Carlos Sanchez and Joan Torruella (eds.), *Filología e Informática. Nuevas tecnologías en los estudios filológicos*, Bellaterra, Editorial Milenio y Universitat Autònoma de Barcelona, 1999, y David Scott Kastan, *Shakespeare and the Book*, Cambridge, Cambridge University Press, 2001, Chapter Four, "From codex to computer; or, presence of mind", pp. 111-136.

26. Marc Minon, *Edition universitaire et perspectives du numérique*, Etude réalisée pour le Syndicat national de l'édition, 2002 (<http://www.sne-fr/numerique>).

y todavía constituyen una parte importante de las publicaciones de las editoriales universitarias, lo puede ilustrar en un momento en el que las bibliotecas modifican profunda y rápidamente la distribución de sus suscripciones entre revistas impresas y revistas electrónicas. Bastará un solo ejemplo. La biblioteca de Drexel University (una universidad de Filadelfia orientada hacia la tecnología y la ingeniería) suscribía en 1998 mil quinientas revistas impresas y veinte revistas electrónicas. En el 2000 la proporción se invirtió drásticamente con ochocientas impresas y cinco mil electrónicas y en 2001 la diferencia se incrementó con trescientas impresas contra seis mil trescientas electrónicas. La Universidad gastó en ese mismo año 36.000 dolares para las revistas impresas contra 595.000 para las electrónicas<sup>27</sup>.

La difusión masiva de las revistas científicas en forma electrónica plantea dos interrogantes fundamentales. En primer lugar, la cuestión del acceso al conocimiento. La batalla entablada entre los investigadores, que reclaman el acceso libre y gratuito a los artículos científicos, y las revistas, que imponen precios de suscripción enormes y que multiplican los dispositivos capaces de impedir la redistribución electrónica de los artículos, indica la tensión entre dos lógicas que atraviesan el mundo de la textualidad digital: la lógica intelectual, heredada de la Ilustración, que exige el acceso libre y compartido al saber, y la lógica comercial basada en los conceptos de propiedad intelectual y del mercado. En 2001 catorce mil investigadores, principalmente en el campo de las ciencias biológicas, firmaron una petición que exigía el acceso gratuito e inmediato a los textos publicados por las revistas científicas (<http://www.plos.org>) y, hoy en día, la Public Library of Science publica ocho revistas de biología y medicina que garantizan la consulta gratuita de los resultados científicos. Como repuesta, algunas editoriales han decidido permitir semejante acceso a sus revistas dos meses (*Molecular Biology of the Cell*) o un año (*Science*) después de la fecha de la publicación electrónica de los artículos.<sup>28</sup>

Segunda apuesta: la transformación de las prácticas de lectura de las revistas. Mientras que en la forma impresa cada artículo está ubicado en una contigüidad física, material, con todos los otros textos publicados en el mismo número, en la forma electrónica los artículos se encuentran y se leen a partir de las arquitecturas lógicas que jerarquizan campos, temas y rúbricas.<sup>29</sup> En la primera lectura, la construcción del sentido de cada texto particular depende, aunque sea inconscien-

---

27. Carol Hansen, "Measuring the Impact of an Electronic Journal Collection on Library Costs. A Framework and Preliminary Observations", *D-Lib Magazine*, Vol. 6, Number 10, October 2000 (accesible en la red: <http://www.dlib.org>).

28. *Libération*, 14-15 de abril de 2001, pp. 16-17.

29. Geoffrey Nunberg, "The Place of Books in the Age of Electronic Reproduction", en *Future Libraries*, Edited by R. Howard Bloch y Carla Hesse, Berkeley, University of California Press, 1993, pp. 13-37.

temente, de su relación con los otros textos que lo preceden o lo siguen y que fueron reunidos dentro de un mismo objeto impreso por una intención editorial inmediatamente perceptible. La segunda lectura procede a partir de una organización enciclopédica del saber que propone al lector textos sin otro contexto que el de su pertenencia a una misma temática. En un momento en el que se discute la posibilidad o bien la necesidad para las bibliotecas de digitalizar sus colecciones (particularmente de diarios y revistas), semejante observación recuerda que, por fundamental que sea este proyecto, nunca debe conducir a la relegación, o, peor, la destrucción de los objetos impresos que han transmitido los textos a sus lectores.

Finalmente, lo que está en tela de juicio es la identidad misma de las revistas electrónicas que se borra por dos razones. Por una parte, cada uno de sus artículos puede leerse de manera totalmente independiente, sin ninguna relación necesaria con los otros artículos publicados al mismo tiempo ni con el proyecto intelectual de la revista. Por otra parte, es la singularidad misma de cada revista la que desaparece en las «databases» de revistas propuestas por un editor o por lo que se llama en inglés un «aggregator». Este dispositivo, que se generaliza, permite el acceso de los lectores a artículos de revistas no suscritas por la biblioteca, pero conduce también a considerar la totalidad de las revistas como un banco de artículos donde se alejan las identidades propias de cada una, tanto intelectualmente como económicamente, ya que el número de consulta de los artículos no corresponde ya al número de suscriptores<sup>30</sup>.

### **El orden de los discursos**

El caso de las periódicas científicas nos conduce finalmente a reflexionar sobre el primero y más fundamental desafío lanzado por la textualidad digital al mundo de los libros tal como lo conocemos desde que apareció el *codex*. La mutación más esencial se refiere al orden de los discursos. En la cultura impresa este orden se establece a partir de la relación entre tipos de objetos (el libro, el diario, la revista), categorías de textos y formas de lectura. Semejante vinculación se arraiga en una historia de muy larga duración de la cultura escrita y resulta de la sedimentación de tres innovaciones fundamentales. En primer lugar, entre los siglos II y IV, la difusión de un nuevo tipo de libro que es todavía el nuestro, es decir, el libro compuesto de hojas y páginas reunidas dentro de una misma encuadernación, el libro que llamamos *codex* y que sustituyó a los rollos de la Antigüedad griega y romana.

---

30. Judy Luther, White Paper on Electronic Journal Usage Statistics, Washington D.C., Council on Library and Information Resources, 2001 (accesible en la red: <http://www.clir.org>).

En segundo lugar, a finales de la Edad media, en los siglos XIV y XV, la aparición del “*libro unitario*”, es decir la presencia dentro un mismo libro manuscrito de obras compuestas en lengua vulgar por un solo autor (Petrarca, Boccaccio, Christine de Pisan) mientras que esta relación caracterizaba antes solamente a las autoridades canónicas antiguas y cristianas. Finalmente, en el siglo XV, la invención de la imprenta que sigue siendo hasta ahora la técnica más utilizada para la producción de los libros. Somos herederos de esta historia tanto por la definición del libro, es decir, a la vez un objeto material y una obra intelectual o estética identificada por el nombre de su autor, como por la percepción de la cultura escrita que se funda sobre distinciones inmediatamente visibles entre los objetos (cartas, documentos, diarios, libros).

Es este orden de los discursos el que cambia profundamente con la textualidad electrónica. Es un único aparato, la computadora, el que hace aparecer frente al lector las diversas clases de textos previamente distribuidas entre objetos distintos. Todos los textos, sean del género que fueren, son leídos en un mismo soporte (la pantalla iluminada) y en las mismas formas (generalmente aquellas decididas por el lector). Se crea así una continuidad que no diferencia más los diversos discursos a partir de su materialidad propia. De allí surge una primera inquietud o confusión de los lectores que deben afrontar la desaparición de los criterios inmediatos, visibles, materiales, que les permitían distinguir, clasificar y jerarquizar los discursos.

Por lo tanto, es la percepción de las obras como obras la que se vuelve más difícil. La lectura frente a la pantalla es generalmente una lectura discontinua, que busca a partir de palabras claves o rúbricas temáticas el fragmento textual del cual quiere apoderarse (un artículo en una revista, un capítulo o un párrafo en un libro, una información en un “*web site*”) sin que sea percibida la identidad y la coherencia de la totalidad textual que contiene este elemento. En cierto sentido, en el mundo digital todos las entidades textuales son como bancos de datos que proporcionan fragmentos cuya lectura no supone de ninguna manera la comprensión o la percepción de las obras en su identidad singular. De ahí, la dificultad para entender una mutación que lanza un profundo desafío a las categorías que solemos manejar para describir la cultura escrita y a la identificación entre el libro entendido como obra y el libro percibido como objeto. s

¿Cómo caracterizar a la lectura del texto electrónico? Para comprenderla Antonio Rodríguez de las Heras formuló dos observaciones que nos obligan a abandonar las percepciones espontáneas y los hábitos heredados.<sup>31</sup> En primer lugar, debe considerarse que la pantalla no es una página, sino un espacio de tres dimensiones,

31. Antonio Rodriguez de las Heras, *Navegar por la información*, Madrid, Los libros de Fundesco, 1991.

que tiene profundidad y en el cual los textos alcanzan la superficie iluminada de la pantalla. Por consiguiente, en el espacio digital, es el texto mismo, y no su soporte, el que está plegado. La lectura del texto electrónico debe pensarse, entonces, como desplegando el texto o, mejor dicho, una textualidad blanda, móvil e infinita. Semejante lectura – y es la segunda observación - «dosifica» el texto sin necesariamente atenerse al contenido de una página, y compone en la pantalla ajustes textuales singulares y efímeros propuestos a una lectura discontinua y segmentada que no se detiene en la comprensión de las obras en su coherencia y totalidad. Si conviene para las obras de naturaleza enciclopédica, que nunca fueron leídas desde la primera hasta la última página, parece inadecuada frente a los textos cuya apropiación supone una lectura continua y atenta y la percepción del texto como creación original y coherente. La incertidumbre del porvenir se remite fundamentalmente a la capacidad del texto desencuadrado del mundo digital de superar la tendencia al derrame que lo caracteriza y, así, de apoderarse tanto de los libros que se leen como de los que se consultan.

¿Será el texto electrónico un nuevo libro de arena, cuyo número de páginas era infinito, que no podía leerse y que era tan monstruoso que, como el libro de Prospero en *The Tempest*, debía ser sepultado en los anaques de la biblioteca? O bien ¿propone ya una nueva forma de relación lo escrito capaz de favorecer y enriquecer el diálogo que cada texto entabla con cada uno de sus lector? 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) produjo 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. Por lo tanto los editores desempeñan con otros (por ejemplo los libreros) un papel fundamental en la reorganización de la cultura escrita que imponen las conquistas del mundo digital.

# **PONENCIAS**



# LA EDICIÓN UNIVERSITARIA EN CUESTIÓN, A LOS VEINTE AÑOS DE LA UNIÓN DE EDITORIALES UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS (UNE)

**José A. Gómez Hernández**

*Director de Editum*

Las editoriales universitarias están viviendo una situación muy compleja. Está habiendo circunstancias que pueden ser traumáticas para el mundo editorial académico: cambios en los modos de comunicación científica, generalización de Internet, uso predominante de la información electrónica disponible y consultable en las pantallas de nuestros ordenadores...

Estos cambios provocan en nuestros Servicios de Publicaciones, por un lado, incertidumbre, y por otro, voluntad de reorganización, mejora y adaptación a los cambios. El reto probablemente es grande, pues cada vez resulta más evidente que estamos asistiendo a un auténtico cambio de época en el mundo de la información, la comunicación y el conocimiento, en el que la producción, distribución y consumo del saber están modificándose. Así, la tesis de la agonía de la monografía académica y científica en el formato impreso, está cada vez más presente.

Ante ello, evidentemente es imprescindible realizar una reflexión, quizás un cuestionamiento, de lo que hemos hecho en estos veinte años, qué estamos haciendo y hacia adónde vamos. Aunque tendremos que aprender a convivir con el cambio, también es bueno preguntarse qué haremos, cómo y para qué dentro de unos años, y que esta prospectiva nos ayude a vislumbrar las oportunidades y los riesgos, e intentemos encaminar nuestra propia evolución en el sentido más adecuado.

Si echamos un vistazo hacia atrás, veremos que las editoriales universitarias han realizado avances significativos en los últimos veinte años, tales como:

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

- La mejora de los contenidos a través de la implantación de procesos de evaluación de las obras mediante informes anónimos. Se ha pasado de una edición discrecional a una edición basada en criterios de calidad evaluada.
- La mejora del diseño editorial, mediante la creación de colecciones con normalización estilística e identidad visual y conceptual propia. Así, se ha articulado los textos en función de un proyecto editorial, frente al desarrollo de catálogos variados desarrollado según la inercia de las propuestas de publicación.
- La mejora de los aspectos formales. Mejora de la calidad del producto: maquetación, tipografía, portadas, tamaños, tipos de papel, encuadernación... han mejorado sustancialmente.
- La mejora de la gestión editorial: impresión digital de tiradas cortas a la carta, almacenamiento, profesionalización de los procesos.
- La mejora de la distribución y promoción: El interés por las ventas ha hecho que los nuestros hayan pasado, de ser de libros locales, a tener una distribución nacional e internacional y llegar al mercado.
- El avance de la organización colectiva y cooperativa de las editoriales universitarias, a través de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas, para mejorar la visibilidad, editar boletines, asistir a las ferias internacionales, asesorar y formar a los Servicios de Publicaciones.

En síntesis, se diría que hemos avanzado dando pasos con los que nos hemos adaptado al mundo del mercado editorial que teníamos hace veinte años, habiendo pasado del principio al final de siglo XX en este periodo.

Sin embargo, el esfuerzo realizado durante estos años, en los que estábamos acercándonos organizativamente a la situación del sector editorial de fines de siglo, ha resultado, en mi opinión, insuficiente, pues ha habido acontecimientos que nos han puesto de nuevo en la tesitura de dar un nuevo salto:

- Las tecnologías de la información y las redes se han situado como vía principal de publicación, información y comunicación científica, y mediación fundamental del conocimiento.
- Ha habido un gran crecimiento de la competencia y oferta editorial impresa en un contexto de casi estancamiento de la demanda, a pesar de la masificación de la universidad podría haber generado un aumento del número de destinatarios de nuestros contenidos.

- La tendencia a la renovación continua de la oferta, con una rotación muy rápida de los libros ha afectado a nuestras publicaciones, de carácter minoritario y vocación de “fondo”.
- Se han extendido sistemas de evaluación de la calidad de las publicaciones que han resultado perjudiciales para las editoriales universitarias españolas, al inducir a los autores a publicar sus mejores trabajos en medios internacionales o en todo caso ajenos a los servicios editoriales de sus propias universidades.
- Se han extendido canales alternativos de publicación universitaria, como son los archivos digitales institucionales de las bibliotecas universitarias, los autoarchivos de los investigadores, las comunidades virtuales, las intranets...
- Hay una crisis del libro académico, que ha sido descrito como prescindible por los estudiantes (que usan los apuntes o las fuentes gratuitas en Internet), y se ha visto perjudicado por los métodos de enseñanza poco activos de los profesores y sus hábitos de recomendación y compra de libros.

Ante esta compleja situación hay que preguntarse qué tenemos y qué podemos hacer. Y sin ánimo de exhaustividad, desde mi punto de vista hay que incidir en aspectos cómo:

- La acreditación de la calidad para el reconocimiento institucional de las Agencias de Evaluación centrales (ANECA) y autonómica. Ello tiene que ver con el reconocimiento a nuestros autores, la obtención de originales de calidad, y la legitimación de nuestras editoriales en el seno de la Universidad.
- La actualización del proyecto editorial, mediante la evaluación, desarrollo de planes estratégicos y proyectos de mejora, publicación de la Carta de Servicios y la regulación de canales de comunicación con lectores y clientes.
- La atención a las revistas electrónicas, apoyando la migración de las impresas a formatos electrónicos, a ser posible según protocolos de la Open Access Initiative, y seguimiento de los criterios de calidad de las mismas.
- Esforzarse por lograr una atención satisfactoria a los nuevos lectores (en las formas de adquisición, consulta, necesidades). Ello implica diversificar los productos y formatos en función de la demanda específica:
  - Estudiantes de grado y postgrado (un colectivo diferencial, amplio y en crecimiento)
  - Bibliotecarios nacionales y sobre todo extranjeros, pertenecientes a instituciones o grupo interesados en lo hispánico.

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

- Lectores y compradores en la red Internet, de libros o partes de libros.
- Lectores de libros en general, pues se puede atender también a la edición de obras de divulgación para públicos más amplios.
- Tener una implicación total con los objetivos de la universidad, sin menoscabo de la independencia de la labor editorial. Tenemos que cooperar con profesores, autores, estudiantes, bibliotecas universitarias, servicios pedagógicos o informáticos para contribuir al logro de los objetivos comunes. Nuestras prioridades son la creación de conocimiento, la valoración de las aportaciones de nuestros investigadores, contribuir al desarrollo social, aumentar la visibilidad de la Universidad y su competitividad en la captación de alumnos y recursos, apoyar y participar en la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior mediante la creación de materiales docentes, aportar nuestra experiencia en los procesos de evaluación, en la gestión de derechos y en la mejora de obras y colecciones editoriales...
- Hacer una reflexión de tipo estratégico ante las nuevas formas de explotación, gestión de derechos, distribución y lectura.
- Cooperar con las bibliotecas universitarias en los procesos de creación de publicaciones y repositorios digitales.
- Considerar y usar la red Internet no como necesidad sino como herramienta estratégica para la promoción, difusión, venta, captación y fidelización de lectores, disposición de contenidos...

Haciendo una reflexión sobre amenazas y oportunidades, para actuar en función de ellas, yo diría que hay:

- Una amenaza global de marginación si no adoptamos una actitud proactiva y emprendedora hacia la publicación y lectura electrónicas: Hay menos lectores intensivos, cambios en las prácticas de lectura y en las políticas de adquisición de las bibliotecas universitarias.

Pero, a la vez, muchas oportunidades:

- La oportunidad del Espacio Europeo de Educación Superior para reformular la política de publicaciones y fomentar el cambio de los hábitos de los estudiantes y los docentes en sus métodos de enseñanza y aprendizaje
- La oportunidad del mercado internacional del libro en español, ante la comunidad creciente hispanohablante o interesada en el ámbito hispánico.

- La posibilidad de adaptarse más fácilmente a la oferta ante las posibilidades de la impresión digital, la edición bajo demanda, la deslocalización, la publicación en la red...
- La oportunidad de la reciente renovación de la marca UNE y de la asociación para transmitir la imagen de una nueva etapa con mayor orientación a los clientes y de una actitud preactiva.
- La oportunidad de la nueva Ley de la Lectura, el Libro y las Bibliotecas para emprender políticas de publicación de títulos para el gran público, mezcla de rigor y divulgación. El hecho de que la Ley contemple un plan de financiación para los próximos años de 430 millones de euros debería ser un factor para producir obras orientadas a públicos menos especializados.
- La necesidad de la cultura o educación en la información como un reto cooperativo en que hemos de implicarnos con bibliotecarios y docentes. Los lectores tienen que adquirir criterios para valorar, conocer la estructura de los distintos tipos de textos, las normas adecuadas de publicación, presentación y cita de los textos en función de los destinatarios; la organización de la información y la evaluación de la de los demás, adquirir valores de respeto de la propiedad intelectual, normas de comunicación y participación en la red... Todo esto obliga a un proceso educativo de los universitarios, en el que tenemos un papel, pues somos los conocedores de los temas antes citados.
- La oportunidad de Internet como un enorme medio de promoción de nuestras publicaciones: Desde la digitación gratuita de Google, la venta por Internet, los blogs, los foros, los debates.. como vía para dar a conocer y fomentar la opinión de lectores y autores.

Parece evidente que Internet y las tecnologías han cambiado las formas de transmisión del conocimiento, y las formas de su consumo. Los lectores universitarios quieren, mayoritariamente, leer en sus pantallas y usar la información desde ella. A su vez, la información que no está, es comentada o puede adquirirse desde Internet, tiene cada vez menor visibilidad. La conclusión es evidente: debemos entrar a jugar en este nuevo espacio con todas las consecuencias, si no queremos que nuestras publicaciones queden en los almacenes. Poner en Internet, usar metadatos, combinar distintos niveles de acceso según necesidades o demandas de autores y lectores, permitir el acceso abierto de acuerdo con los autores, integrar las herramientas propias de la Internet social para hacer más visibles nuestras publicaciones impresas. Un gran reto por delante, algo propio de las épocas de transición.



## LA EDICIÓN UNIVERSITARIA EN EL SIGLO XXI

**Antonio Pérez Lasheras**

*Director de Prensas Universitarias de Zaragoza*

Al hablar de edición universitaria asociamos dos conceptos diferentes: uno referido a un sector empresarial, por una parte, y cultural, por otra, el de los libros, y otro relacionado con el mundo de la educación, la Universidad. Así pues, el sintagma *edición universitaria* produce una ambigüedad que ha sido utilizada —y manipulada— en más de una ocasión. El sintagma se refiere, al menos, a dos conceptos diferentes: 1.º, los libros publicados por las universidades, y 2.º, los libros publicados para cursar cualquiera de las materias de los distintos planes universitarios. *Por* o *para* las universidades, o ambas cosas al mismo tiempo.

En cuanto a lo publicado por las universidades, que es a lo que me voy a referir, hay que consignar, en primer lugar, que las universidades españolas editan todo tipo de libros y no se limitan a los clásicos manuales ni a las tesis doctorales. Disponen de editoriales activas y modernas que publican colecciones de cuantas materias y disciplinas se imparten en estudios superiores (destacando las monografías de ciencias sociales y humanidades, que suponen seis de cada diez títulos, pero también obras de arquitectura, ciencias puras o aplicadas, medicina y ciencias de la salud..., y hasta libros infantiles). Entonces, ¿en qué se diferencian los libros publicados por las universidades de los publicados por otras editoriales? La verdad es que cada día se diferencian en menos cosas, aunque quizás sí en la filosofía que impulsa y motiva su publicación.

A pesar de que la labor editorial de las universidades españolas ha sido constante desde el nacimiento de la imprenta —allá en los albores del Renacimiento en la segunda mitad del siglo xv—, e, incluso, antes, en los talleres de copias de textos escolares y escolásticos, lo cierto es que la creación de la mayoría de los servicios de publicaciones universitarios se produce en la década de los ochenta del siglo

pasado, al amparo de la Ley de Reforma Universitaria (LRU, de agosto de 1983). Es evidente que anteriormente a esta fecha las universidades editaban libros, pero en la mayoría de las ocasiones a través de organismos intermedios (ya sean los ICEs <sup>3</sup>/<sub>4</sub>Institutos de Ciencias de la Educación<sup>3</sup>/<sub>4</sub>, colegios universitarios, facultades u otros órganos capaces de recabar fondos para ese fin específico que suponía la publicación de una obra concreta), y no existía una unidad específica que centralizara la edición y se encargara de tener una línea editorial concreta. Evidentemente, hay algunas excepciones a esta norma; la principal la conformaría la Universidad Complutense de Madrid (antes llamada Universidad Central, la única durante mucho tiempo en España en la que se podía cursar estudios de doctorado) y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), aunque en los años setenta existe ya alguna otra excepción, en las universidades más importantes, que empiezan a cobrar cierta autonomía.

Los nombres nunca son gratuitos: algunas de estas unidades se denominaron, en primer lugar, Secretariados de Publicaciones, dando a entender que la labor que desempeñaban era justamente ésa, la de proporcionar apoyo administrativo a la tarea de publicar, pero sin adoptar ellas mismas la labor editora, con todo lo que implica de responsabilidad conceptual y formal; se da un paso más cuando, al amparo de la mencionada ley, se forman los Servicios de Publicaciones, denominación que todavía perdura en casi todas las universidades, de igual manera que el nombre de Secretariado se mantiene en otras, como las universidades de Sevilla, Valladolid y León.

Del mismo modo, las competencias de estos departamentos editores han sido variables según la entidad a la que pertenecen: en unos casos, el Servicio de Publicaciones albergaba tanto las labores editoriales como la reprografía (con lo que, aparentemente, teníamos juntos al lobo y al cordero, al libro y a su principal competidor, la fotocopia, aunque con el tiempo se ha observado que existe una obligada y necesaria complementación, sobre todo en la incorporación de nuevas tecnologías como la edición bajo demanda), en otros se complementaba con el servicio de intercambio o el de medios audiovisuales, etc. La casuística es muy variable.

Las funciones de esta unidad dependen de cada institución, pero, en la mayoría de los casos lo que se hizo fue copiar tanto el nombre como las atribuciones de otros organismos que tenían competencias editoras y que, por consiguiente, disponían de un departamento de ediciones. Sin embargo, en ambos casos, del mismo nombre se sonsaca la total dependencia de esta unidad con respecto al organismo que la crea, su absoluta falta de autonomía. Lo curioso es que todavía persisten estas denominaciones en muchas de las editoriales de las universidades.

El paso cualitativo lo da la consolidación de auténticas editoriales universitarias dentro de las universidades. En muchos casos, este paso adelante supone también un cambio de denominación: será el caso de Ediciones Universidad de Salamanca, Publicacions de la Universitat de Valencia, Publicaciones y Difusión Científica de la Universidad Pública de Navarra, Editorial UPV (Universidad Politécnica de Valencia), Edicions UPC, S. L. (Universitat Politècnica de Catalunya), Editorial UOC (Universitat Oberta de Catalunya), Edicions de la Universitat de Lleida, Publicacions de la Universitat Jaume I (Castellón), Editorial Universidad de Granada, Editorial Complutense, Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha, Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona, Editorial Universidad de Almería o Prensas Universitarias de Zaragoza.

En todo caso, lo que se pretendía no era sólo cambiar de nombre para evitar la dependencia corporativa de una unidad, servicio, secretariado o departamento, sino y sobre todo dotar de una cierta autonomía a esta editorial. Y esta autonomía supone tener un proyecto editorial propio, no editar únicamente lo que iba llegando del personal investigador de la casa. Porque estos son los grandes axiomas de una editorial independiente: tener un proyecto editorial propio, peculiar y diferenciado de otras editoriales similares, y tener la independencia suficiente para poder editar lo que se quiere y no lo que vienen impuesto por distintas circunstancias, tales como intereses de los organismos directivos, del profesorado y el personal de la institución, etc. Pero hay que tener en cuenta que, en realidad, una editorial universitaria no es absolutamente independiente, ya que se debe a la institución de la que surge y deberá atender a las necesidades propias de una universidad, a saber: editar obras que posibiliten la docencia; publicar la investigación propia o ajena que ayude a la función docente o discente; difundir y ayudar a conocer mejor los hitos de la ciencia, del pensamiento y de la creación universales; contribuir al mejor conocimiento del territorio en el que actúa, y, finalmente, participar por medio del conocimiento a la mejora de la sociedad a la que se debe.

Sin embargo, una editorial universitaria tiene que ser, primero, una editorial y, por lo tanto, debe disponer de la estructura adecuada y necesaria para publicar libros. Para ello, tendrá que adecuarse a un determinado esquema de funcionamiento, por lo que deberá disponer de los medios adecuados:

1. Debe disponer de un Consejo editorial eficaz y conveniente, compuesto, al menos, por gentes especializadas en las diferentes materias en las que se propone editar. Es importante que este órgano funcione, para lo cual es necesario que sus miembros estén comprometidos con el proyecto editorial, ya que son sus miembros quienes derivan los originales para ser informados por especialistas externos a la propia institución.

2. Debe crear las colecciones necesarias para distribuir los títulos que va a editar de la forma más adecuada, tratando de que cada colección vaya destinada a un público concreto y sea fácilmente identificable. Lo ideal, incluso, es que una colección genere unas expectativas concretas y tenga seguidores fieles.
3. Debe crear un diseño general característico de cada colección y propio de cada título, de manera que se identifique la colección y se particularice cada libro.
4. Debe contar con los profesionales adecuados (correctores, maquetadores, etc.) que realicen la preimpresión, para lo cual convendría haber pensado previamente en estas cuestiones y disponer de unas mínimas normas de estilo y de maqueta y diagramación de cada colección. Este personal puede estar contratado por la editorial o trabajar por cuenta propia.

Con estos pasos, estamos en disposición de poner un libro en la calle. Y hasta aquí las instituciones con competencias editoras han mostrado su saber hacer con mucha frecuencia. El problema comienza cuando, además de editar libros, queremos ponerlos en las librerías y que la gente los compre. Comienza a partir de entonces otro proceso que las editoriales institucionales rara vez han completado, en parte por la falta de interacción entre los ingresos y los gastos. Efectivamente, en la gestión pública cada unidad de gasto dispone de un presupuesto anual, al margen de que ese presupuesto se destine a una cosa u a otra. Sin embargo, en unidades como las editoriales, donde, además de hacer gasto, se ingresa dinero principalmente de la venta de libros, es necesario interactuar ingresos y gastos, de manera que exista no sólo una relación, sino, incluso, una dependencia entre ambos conceptos. De otra manera, sin el control de los ingresos y sin que éstos afecten al presupuesto próximo, es difícil que se preste atención a las ventas.

Existen, todavía, algunos prejuicios acerca de que instituciones públicas como las universidades (me refiero ahora a las públicas, lógicamente) dediquen parte de su tiempo a vender. Parece como si perdieran la pureza y se metiesen donde no deben, pero lo cierto es que, una vez fabricados los libros, podemos hacer varias cosas. Una: regalamos unos cuantos; dos: colocamos el resto en un almacén y nos olvidamos de ellos; tres: hacemos lo posible porque estos libros estén en las librerías a disposición de quien quiera comprarlos. Evidentemente, la más racional es la tercera opción, además de la más acorde con el mandato a que estamos obligados en la función pública, por cuanto se trata de rentabilizar lo mejor posible el dinero público y, sobre todo, de hacer que lo producido con él esté a disposición del mayor número de ciudadanos.

Por lo tanto, y a partir de la asunción de estos conceptos últimos, una editorial universitaria tendrá otras necesidades:

5. Debe disponer de las infraestructuras adecuadas para que los libros puedan entrar en el mercado, ya sean propias o externas: almacén y logística, distribución que cubra el territorio en el que quiere que se vendan los libros.
6. Debe tener los medios y el personal de administración necesarios y el programa de gestión editorial para el seguimiento y control de ventas, etc.

De nada servirá que hagamos buenos libros si no somos capaces de ponerlos en el mercado, jugando con sus propias leyes (no podemos inventarnos los porcentajes de distribución o de descuento a librerías, que vienen ya fijados por el mercado; no podemos tratar de eliminar las devoluciones porque resultan incómodas...).

Pero volvamos a la edición universitaria en su diacronía para observar la evolución operada en los últimos veinte años. Los números son muy significativos a este respecto. Si buscamos en la base de datos del ISBN (la más completa sobre libros españoles) títulos publicados por universidades españolas (y con relativo margen de error, dado que la búsqueda se realiza sobre el término *Universidad*), vemos que han publicado un total de setenta mil títulos desde la creación de esta agencia, en 1972, con un ritmo ascendiente cada año, desde los diecisiete del año inicial hasta los poco más de quinientos en el año de promulgación de la LRU (1983). Así tenemos que entre 1972 y 1982 las universidades españolas habían publicado apenas 2885 libros, mientras que en la década siguiente llegaron a más de 15.500, y en los seis primeros años de la década del nuevo siglo, son ya más de 28.000 los títulos publicados por las universidades. Si tenemos en cuenta que las editoriales universitarias han ido diversificando sus nombres, podemos cuantificar, *grosso modo*, entorno a cinco mil los títulos publicados desde las universidades y centros de investigación universitarios cada año. Veamos en un cuadro la evolución de los títulos publicados por las universidades españolas en los últimos años (teniendo en cuenta que no constan los centros de investigación universitaria ni el CSIC):

| <b>Año</b> | <b>Títulos</b> | <b>Año</b> | <b>Títulos</b> | <b>Año</b> | <b>Títulos</b> |
|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|
| 1980       | = 304          | 1990       | =2254          | 2000       | = 5544         |
| 1981       | = 418          | 1991       | = 2440         | 2001       | = 3856         |
| 1982       | = 475          | 1992       | = 3086         | 2002       | = 3329         |
| 1983       | = 523          | 1993       | = 3325         | 2003       | = 4270         |
| 1984       | = 597          | 1994       | = 2774         | 2004       | = 3446         |
| 1985       | = 678          | 1995       | = 3221         | 2005       | = 4470         |
| 1986       | = 1029         | 1996       | = 3440         | 2006       | = 3534         |
| 1987       | = 1360         | 1997       | = 3552         |            |                |
| 1988       | = 1715         | 1998       | = 3591         |            |                |
| 1989       | = 1972         | 1999       | = 3623         |            |                |

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

Es, por lo tanto, en las dos últimas décadas cuando se ha producido la eclosión de la edición universitaria en España y es en estos veinte años cuando las editoriales universitarias han caminado juntas, por medio de la Asociación de Editoriales Universitarias Españolas (AEUE), ahora la Unión de Editoriales Universitarias (UNE).

La UNE asocia a unas cincuenta editoriales universitarias y de centros de investigación, con un nivel de publicación que ronda también los cinco mil títulos al año.

Desde mi perspectiva, esta unión ha supuesto muchas cosas, tanto individual como colectivamente. Así, por ejemplo, la mayor proyección de la edición universitaria y su mayor presencia en ferias nacionales e internacionales, por un lado, y en la publicidad de medios de comunicación nacionales, por el otro, han representado un cambio cualitativo en la consideración de la labor editorial de las universidades y en visibilidad en la sociedad, lo cual ha redundado, lógicamente, en mayores ventas que obligan, a su vez, a tiradas mayores.

Todo este proceso, iniciado hace ya unos cuantos años, culminará cuando todas las editoriales universitarias y de centros de investigación agrupadas en la UNE dispongan de una distribución conjunta, de manera que su presencia y su visibilidad en el mercado editorial y, sobre todo, en las librerías aumente considerablemente y se la identifique como un bloque editor fuerte y con peso específico dentro del sector del libro español y del libro en español, porque hay que reconocer que el libro universitario español goza de un gran prestigio en Latinoamérica, donde tiene uno de sus mercados más fieles.

Pero hagamos un breve análisis de la situación del mundo editorial español, con objeto de observar la evolución del sector editorial universitario.

Después de muchos años en ascenso lento pero constante, la industria editorial española sufrió en 2005 un leve retroceso en su facturación y en el número de títulos publicados; frente a esto, las editoriales de las universidades y centros de investigación han crecido más de un 14 % en los dos últimos años, debido, en gran medida, a que la edición universitaria parte de tasas todavía muy bajas que afectan sobre todo a la tirada media y a la facturación.

Las editoriales universitarias han vivido una profunda transformación en los últimos años: han profesionalizado su estructura y han incorporado el diseño a sus productos, someten los originales a juicios externos de expertos y cuentan con un consejo que decide la evolución editorial. El resultado es visible con sólo comparar un libro publicado por una editorial universitaria hace diez años y otro recién-

te: cambian los grafismos, diseño de cubierta, lomos, contracubiertas y solapas, logotipos y hasta el nombre, por no hablar de los paratextos editoriales, publicidad, catálogos o difusión social.

En gran medida, este cambio se debe a la asociación que desde 1987 ha unido los esfuerzos de las editoriales universitarias españolas para comenzar a ser algo más que medio centenar de pequeñas editoriales —beneméritas pero aficionadas—. El resultado en este caso también se ha hecho evidente: desde la Asociación de Editoriales Universitarias Españolas (AEUE) se realizó una verdadera unión de editoriales universitarias que trabajan solidariamente, por lo que la nueva denominación, Unión de Editoriales Universitarias (UNE) resulta, incluso, más acertada; la UNE participa en ferias nacionales e internacionales; edita un boletín de novedades con casi ochenta mil ejemplares de tirada; programa cursos de formación para su personal y un máster de edición. En fin, la UNE realiza multitud de actividades que, individualmente, las editoriales universitarias no podrían llevar a cabo, de manera que comenzamos a ser algo en el difícil mundo editorial español. Juntas, las editoriales universitarias publicamos un 6,5 % de los títulos anuales editados en España, pero su catálogo vivo representa más de un 10 % del fondo editorial activo. Somos, además, un paradigma para asociaciones similares en Latinoamérica, donde tanto el libro como las universidades españolas gozan de un gran prestigio.

Desde la UNE se procura que el libro universitario sea cada día un producto más profesional y atractivo en su continente y en su contenido. Sin embargo, luchamos muchas veces contra enemigos imaginarios —mucho más peligrosos que los reales porque no se reconocen como tales— que quieren negarnos no sólo la existencia, sino incluso nuestro derecho a existir. Y, no contentos con ello, pretenden también negarnos la visibilidad, en ese viejo espíritu del totalitarismo postmoderno que entiende que lo que no se ve no existe. Pensamos que hay sitio para todos, que todos podemos contribuir a la complicada tarea de promocionar el libro y hacer de él un instrumento de conocimiento y de progreso, y no sólo una fuente de ingresos o un negocio. Tuvimos hasta hace cuatro días que reivindicar nuestro derecho a existir, a ser y trabajar en un mundo libre, de hombres libres y libres asociaciones. Pero no a todos gustó nuestra presencia. Hoy tenemos que luchar por dignificar el libro universitario, por tener una presencia propia en las estadísticas —que se nos considere de forma unitaria en los anuarios y memorias oficiales, como editoriales de las universidades y centros universitarios—; tenemos que seguir peleando por un mayor reconocimiento dentro y fuera de nuestros propios centros. Lo conseguido es mucho: hemos logrado llevar nuestros libros muy lejos y, sobre todo, hemos hecho de nuestras editoriales todo un referente de calidad y rigor científico.

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

Pero falta mucho por hacer. La UNE está inmersa en un proceso de renovación. Porque universidad y libros han estado siempre unidos en una relación casi de causa-efecto, las editoriales universitarias españolas tienen la obligación de mejorar en su empeño y contribuir a la difusión y al desarrollo de la ciencia y el pensamiento.

## LA EDICIÓN DEL LIBRO ACADÉMICO EN ESPAÑA

**Jordi Ubeda**

*Presidente de la Federación de Gremios de Editores de España*

Estamos hoy aquí para hablar de la edición universitaria. Pero antes quiero hacer algunas precisiones. La primera es la denominación. La expresión edición universitaria no acaba de convencerme. Prefiero la expresión “libros académicos”. El libro académico es el libro que se hace para la universidad, la autentica academia. Es una expresión neutra. La otra, el libro universitario, parece referirse al libro que se hace exclusivamente en la universidad, y como editor privado, no puedo estar conforme.

Yo creo que el libro universitario es el libro que se hace para los universitarios, sea en forma de manual o monografía, y con independencia de quién edite el libro, la universidad directamente y sus servicios o la industria editorial. Es ese libro académico al que se refieren mis siguientes comentarios.

A veces para referirse al fenómeno del libro para la universidad, se le denomina libro científico-técnico o STM en terminología inglesa, pero esta es una denominación muy parcial. Es un criterio por materias en el que sólo tiene cabida una parte. ¿no son libros académicos los de filosofía o historia o cualquier otra ciencia social?. Lo dicho, es mejor la denominación libro académico y ese libro, así denominado puede ser de muy distinta factura y contenido.

El profesor González-Vila a este respecto, distingue tres tipos de libros: libro educativo, libro escolar y libro de texto.

1. Libro educativo. En primer lugar, todo libro podría considerarse educativo en sentido, diríase “descriptivo” y no valorativo, esto es si se hace abstracción del sentido positivo o negativo en que ejerza el tipo de influjo propio

de la acción educativa. Obviamente no todo libro será educativo, si entendemos que las influencias negativas no pueden decirse en ningún sentido educativas, sino -no en vano utilizamos ese término- deseducativas.

2. Libro educativo, libro instructivo. Situados en el libro positivamente educativo, bajo ese concepto caen muy diversos tipos de libros. En ese sentido son educativos los libros desde los manuales de urbanidad hasta los que ilustran sobre el procedimiento para conseguir tales o cuales objetivos: desde la Biblia hasta una guía de la flora medicinal de una región. En un sentido más restringido llamaríamos *libros educativos* a los que con otro nombre diríamos *formativos*: los destinados a suscitar sentimientos y actitudes positivas, a inspirar ideales como “aquellos –según especificaba una venerable Ley- sean propios para formar el corazón de los niños, inspirándoles sanas máximas religiosas y morales...” (Ley de Instrucción Pública de 9 de Septiembre de 1957 (ley Moyano), artículo 89. o aquellos que favorecen el “*sensus linguae*”, ayudan a crear hábitos intelectuales generales... y no tendríamos por libro educativo, sino más concretamente *instructivo* a un simple manual de agricultura, según conceptos que no se excluyen, como sabemos, sino que ponen en primer término distintas dimensiones de lo formativo.
  
3. Libros escolares. Dentro de los libros educativos, se incluirían, como una clase particular, los *escolares*: aquellos que están concebidos específicamente para ser utilizados en los centros escolares como instrumentos expresamente previstos en el desarrollo de un proceso educativo sistemático o, en un sentido muy amplio, los que *de facto* son usados como tales, aunque no hayan sido elaborados con ese fin. En este segundo caso, la condición de libro escolar se adquiriría o perdería por el mero hecho de “entrar” en la escuela o universidad o salir de ella. Y de libros que son escolares en su sentido propio se harán, en cambio, versiones escolares, ediciones adaptadas a los escolares (desde la Biblia a obras de algún literato local...), El que de entre los libros educativos, no todos reúnan las condiciones que los hacen idóneos o especialmente idóneos para ser adoptados como libros escolares es otra cuestión. De entre los libros educativos escolares el que realiza de modo eminente este concepto, el libro educativo escolar-rey, es el libro de texto, que en el ámbito universitario se ha denominado Manual y que, junto a la monografía son los reyes de la educación universitaria.

Unido a lo que acabo de decir, esta la otra apreciación que quiero traer a colación la íntima vinculación del libro académico con la industria editorial.

Ustedes saben porque las cifras son tenaces, que en todos los países una parte significativa de la edición, que en España es un 24% de su facturación de la

industria editorial, se dedica al texto no universitario, al material para la enseñanza obligatoria, pero como veremos mas adelante la parte del libro académico no es baladí.

Quizá sea mas descarada la trascendencia que para los orígenes de la industria editorial tuvo y tiene el libro académico.

Ustedes saben que el primer manual universitario fue *Sententiarum Libri Quatur* (los cuatro libros de sentencias de Pedro Lombardo (1100-64) de Novara de Lombardía, el denominado Maestro de las Sentencias, escritor en torno a 1145-1150.

Esta obra, compendio del saber teológico hasta entonces, fue comentado por los grandes maestros de la Escolástica y libro de texto fundamental en las universidades hasta el siglo XVI. La imprenta permitió la generalización de las copias. De hecho, libros religiosos y libros académicos son los fundamentos iniciales de la industria editorial.

Bien, una vez establecidas estas precisiones terminológicas y mostrando la íntima relación existente entre industria editorial y edición universitaria ¿Cuál es la realidad en España?

El estudio de Comercio Interior del libro correspondiente a 2005, incluye el libro académico en sentido amplio en dos apartados, el que denomina universitario, científico técnico, que factura 189, 45 millones de euros, un 6,5 de la facturación ( y 16,6% menos que el año anterior) y el de Ciencias Sociales y Humanidades 308,39 millones de euros, un 10,5% del total de la facturación y un 13,8% mas que el año anterior.

Entre ambos, suman un 18% del total de la facturación del sector, con un decrecimiento en torno al 3%, aunque con un comportamiento muy desigual, según se trate de materias sociales o científico técnicas. Mas aún, en este subsector hay una caída, desde 1996 que no podemos sino calificar como brutal, prácticamente un 40% menos.

Esta situación trágica lleva a la Federación y sus gremios a realizar en 2005, un estudio sociológico de la “Situación del libro académico y de consulta en la Universidad española”, que arroja las siguientes conclusiones.

El libro como material fundamental pierde importancia a favor de los apuntes del profesor. Este no es un fenómeno nuevo aunque las respuestas de los alumnos y de los profesores inducen a pensar que puede perdurar en el tiempo. Los alumnos recurren a los libros durante sus estudios aunque no como el elemento fundamental de su formación. Los estudiantes dan la impresión de que arrastran,

desde las enseñanzas primaria y secundaria unos esquemas de estudio en los que el recurso a un manual básico es primordial. Este manual debe incluir lo fundamental, exclusivamente para aprobar. Esta idea persiste en la Universidad española, si no de manera generalizada sí en una proporción elevada de estudiantes. A la universidad se va a aprobar, no a aprender, por tanto los apuntes del profesor, que recogen lo imprescindible para aprobar son suficientes y los libros, de texto o de consulta devienen una herramienta prescindible en muchas asignaturas. Esta actitud es reconocida tanto por los estudiantes como por los profesores. Estos últimos lo reconocen a través de distintas manifestaciones: **en muchas asignaturas no son necesarios los libros**, afirman algunos y **una gran parte de los estudiantes no están capacitados para entender los libros**. Este mismo reconocimiento se manifiesta a su vez, cuando a los profesores se les pide que definan el libro ideal. En este caso la descripción responde a un manual de enseñanza inferior a la universitaria. En este contexto, los apuntes se ajustan mejor a la idea de aprendizaje que tienen los alumnos.

La compra se resiente de esta situación. Casi un 42% de los estudiantes no ha comprado ningún libro durante el último curso. La media de los libros comprados por estudiante y año es de 1,9 ejemplares. Si como afirman los estudiantes los apuntes son necesarios para aprobar no tiene sentido comprar libros. Los libros “son caros”, sobretudo en determinadas ramas de estudio como las Ciencias Experimentales, Sociales, Técnicas y de la Salud. No son necesarios para aprobar algunas asignaturas, muchos estudiantes se “apañan” con los apuntes del profesor o los consiguen en la BU. El libro, en este contexto, se convierte en un material de apoyo para muchos estudiantes, para otros en algo prescindible.

Y entre los profesores tampoco se aprecian signos claros de que la compra de libros pueda tener buenas perspectivas. Todos afirman comprar algún libro para la asignatura, sin embargo, cuando se analizan los datos de compra, la media que se obtiene por profesor y año es de 7,3 ejemplares. Claro que dicha media no refleja la realidad de este colectivo: un 38% de los profesores compra el 75% de los libros, el 62% restante adquiere el 25% restante. La distribución de compra es bastante desigual. Por otra parte, son los profesores de Humanidades los que marcan la pauta en lo que a la compra de libros se refiere: la media entre este grupo se eleva a 11 ejemplares por profesor y año: nada que ver con las cifras de compra de los profesores de CC Experimentales, Técnicas y de la Salud que adquieren una media de libros que no supera los cuatro ejemplares por profesor y año.

Esta baja compra de libros podría compensarse mediante una mejor dotación de fondos bibliográficos de las BU. La situación de estos centros tampoco es muy halagüeña porque, por una parte, los estudiantes utilizan principalmente las

bibliotecas universitarias como sala de estudio: más del 57% de los estudiantes afirman que acuden a estos centros a estudiar en tanto que aproximadamente un 40% lo hace para consultar libros o pedirlos prestados, por otra parte, cuando se compara la dotación de las BU españolas con otras de nuestro entorno, dicha comparación es, en la mayoría de los casos desfavorable para nuestras bibliotecas universitarias. A pesar de ello, tanto estudiantes como profesores, consideran en una gran proporción que las BU están suficientemente bien dotadas de libros. Esta percepción no es sorprendente si se tiene en cuenta que, como se comentó con anterioridad, una mayoría de estudiantes utiliza estos centros para estudiar y que sólo un 51% de los profesores reconoce que recomienda con frecuencia la compra de libros a los responsables de las BU (la media de libros recomendados es de 9,3 ejemplares por profesor).

Como se compran pocos libros, la alternativa a la compra cuando se necesitan es la fotocopia. Se fotocopian fundamentalmente apuntes y capítulos o fragmentos de libros por parte de los estudiantes. Los profesores mandan fotocopiar sus apuntes y fotocopian ellos mismos artículos de revistas. Ni una gran mayoría de estudiantes, ni una parte importante de profesores considera que están vulnerando ninguna ley cuando recurren a la fotocopia de material protegido. Es cierto que entre los profesores, un 49% es consciente de que se vulnera la ley de propiedad intelectual.

La idea de pagar un suplemento por las fotocopias de material protegido no encuentra una buena aceptación entre los estudiantes. Un 75% de los mismos rechaza esta sugerencia frente a un 53% de profesores que sí estarían dispuestos a pagar dicho suplemento.

Bien, hasta aquí las conclusiones, que no podemos más que calificar como muy desalentadoras de la realidad del libro académico en España. Voy a exponer mi personal valoración.

En primer lugar, habría que señalar que esta situación de desprecio al libro académico es peculiar española, y no es una situación extensible a otros países que tienen otros problemas, pero no éste.

En segundo lugar, que pese a la caída del porcentaje, un 18% de la facturación, era y sigue siendo un porcentaje notable y que el esfuerzo común de todos, universitarios e industria privada, debe estar encaminado a revertir esa situación, bien potenciando el libro, del alumno y del profesor –y no necesariamente en soporte papel, bien mejorando las dotaciones de Bibliotecas Universitarias, cuya dotación en España están sustancialmente alejadas de las medias europeas y especialmente norteamericanas, dificultando labores de investigación. Para conseguir estos objeti-

vos en la edición privada y la de la Universidad podemos trabajar conjuntamente y modificar esa absurda situación.

En tercer lugar la Universidad debería dar ejemplo de respeto a la Ley de Propiedad Intelectual y a los derechos de autores y editores, porque en gran parte los derechos vulnerados son de profesores universitarios. El desarrollo del libro académico en gran parte será posible si hay un respeto riguroso de la Ley de Propiedad Intelectual. El cáncer de la fotocopia debe ser extirpado, pero no por motivos económicos, sino puramente pedagógicos. En ello va el prestigio de la Universidad Española.

En cuarto lugar, el libro académico, especialmente el científico-técnico o el de Medicina es el que permite una utilización masiva en cantidad y cualidad de las nuevas tecnologías, con relación y conexiones directas con la base de datos, permanentemente actualizadas en las editoriales.

¿Ustedes pueden imaginar lo impresionante que puede ser que el alumno, por ejemplo, de Medicina pueda ver una operación, digamos de apendicitis hecha con una nueva tecnología en tiempo real? Nosotros estamos dispuestos a hacer las inversiones necesarias siempre que se garantice la compra ¿si no para qué invertir? y el respeto a la Propiedad Intelectual.

Quiero terminar con un mensaje de optimismo como decía al principio, en el origen de la edición esta el libro académico. Este sigue siendo clave y otorga carta de nobleza a la actividad económica editorial y lucharemos para que el futuro siga siendo igual.

Por último, señalar que la edición privada y la universitaria pueden trabajar y competir juntos, si se hace con un riguroso respeto a las leyes de la competencia y a la economía de mercado.

## RELAÇÕES AUTOR-EDITOR: COMO TRABALHAR JUNTOS PELA QUALIDADE DO TEXTO ACADÊMICO

**José Castilho Marques Neto<sup>1</sup>**

*Director y presidente de la Fundación Editorial UNESP*

*Presidente de la Asociación de Editoriales Universitarias de Américas Latina y el Caribe  
(EULAC)*

### 1. Qual a questão principal autor/editor a ser considerada hoje?

Podéria abordar esse tema por vários ângulos, inclusive os mais técnicos, incluindo aqui as novas *medias*, absolutamente necessários ao nosso cotidiano como editores universitários. Fazem parte do nosso trabalho administrar as relações do criador do texto científico ou literário com a máquina editorial que fará daquele autor um ser autoral para a sociedade. Isto envolve legislação, direitos, deveres, principalmente num universo que está em transformação constante dos *copy rights*, com a introdução de novos modelos como o *copy left* e outras formas de controle dos direitos autorais que buscam garantir mais democraticamente a acessibilidade do público leitor aos bens escritos e culturais. É intensa e viva essa polêmica dos nossos dias, mas procurarei abordar nesta exposição algo que considero fundamental para o nosso fazer enquanto editores acadêmicos, até porque vai além das nossas editoras, alcançando as instituições universitárias para as quais nós trabalhamos também com professores.

---

1. Doutor em Filosofia pela Universidade de São Paulo (USP), é docente na Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista (UNESP), campus de Araraquara (SP). Diretor Presidente da Fundação Editora da UNESP, é Presidente da Asociación de Editoriales Universitárias de América Latina y el Caribe – EULAC, com sede em San José , Costa Rica. E-mail: Castilho@editora.unesp.br

Gostaria de trazer à reflexão deste Congresso alguns pontos que já estamos enfrentando no Brasil, mas que é um fator importante em universidades de destaque nos países desenvolvidos, conforme a literatura que tivemos acesso.

A Universidade, de maneira geral e em todas as partes do mundo ocidental, vivencia há alguns anos os desafios de um modelo de avaliação de seus docentes e pesquisadores que, aparentemente, dá conta da qualidade de seus trabalhadores intelectuais e dos produtos acadêmicos que são produzidos por eles. Por razões diversas, principalmente por pressões sociais de toda ordem, mas também vagamente inspirado numa “racionalidade científica”, vivemos o mundo perverso do “*publish or perish*”. Neste mundo, a quantidade de trabalhos publicados por um professor se torna mais importante do que a qualidade do que se publica. Cálculos aritméticos se colocam acima do debate crítico entre os pares, e a exigência de publicar, mesmo que não tenhamos chegado a resultados academicamente interessantes, se põe acima do próprio valor do livro enquanto objeto que pode transformar, influir para que o novo apareça e renove a vida.

Este insólito ambiente de trabalho intelectual cria, entre outras inúmeras **formas de pressão entre os pares, uma especialmente tensionada entre o autor/professor e o editor universitário/professor**. A situação entre os pares já avançou a tal ponto que a Editora da Universidade e seus dirigentes muitas vezes são considerados responsáveis para determinar, ou ao menos ser parte ativa e fundamental, para “classificar” os colegas como produtivos ou improdutivos. **Esta questão é hoje a principal dificuldade na relação autor/editora acadêmica. De parceiros do autor na construção do bom texto, passamos a ser o obstáculo ou o facilitador de sua ascensão profissional.**

Um dos argumentos que despontam neste debate vem do professor de letras e editor de Humanidades da Harvard University Press, Dr. Lindsay Waters. Em seu livro “*Inimigos da Esperança – publicar, perecer e o eclipse da erudição*” (*Enemies of promise: publishing, perishing and the eclipse of scholarship*)<sup>2</sup>, ao examinar principalmente o quadro das Humanidades, ele argumenta que em pouco tempo as editoras responsáveis pela disseminação do texto científico e acadêmico publicarão cada vez menos livros e o sistema de publicações que conhecemos hoje está em vias de desaparecer. O argumento, aparentemente sem esperanças, mira o grande problema que o sistema de *publish or perish* implica: a contradição gerada no sistema editorial universitário por uma imensa volume de textos desejosos por publicação, com seus respectivos autores igualmente ávidos para manterem seus empregos ou galgarem postos superiores na universidade.

---

2. Tradução para o Brasil - São Paulo: Editora UNESP, 2007.

Segundo Waters essa situação de “abundância de oferta” trás três grandes conseqüências igualmente temerárias: 1) obriga as editoras acadêmicas a publicarem textos que não tem mercado suficiente de leitores, onerando além da medida a sustentação financeira dessas casas editoriais; 2) a imensa quantidade de títulos que as editoras se vêem obrigadas a publicar impede objetivamente a seleção de qualidade, comprometendo catálogos construídos com o rigor científico que se requer uma editora universitária; 3) publicar em massa e de maneira indiscriminada provoca a falência do sistema de informações científicas e acadêmicas.

Embora as argumentações para afirmar ou para recusar a reflexão provocativa de Waters sejam muito diversas e interessantes, como a hipótese da preponderância do setor administrativo sobre o acadêmico nas universidades, para efeito desta apresentação, fiquemos apenas nos dois primeiros pontos citados por ele.

A sustentabilidade econômica das editoras universitárias sem fins de lucro é hoje um dos fatores preponderantes que podem definir a permanência ou o fechamento das casas editoriais das universidades brasileiras e latino-americanas. Creio que esta situação é a mesma em muitos países. Dados evidentes do declínio econômico das editoras acadêmicas podem ser constatadas no próprio Waters, quando cita que nos últimos 30 anos a base de vendas médias de um livro de humanidades era de 1.250 exemplares contra os 275 de hoje. Outra informação interessante vem da palestra no I Foro de Guadalajara, México, em que Peter Givler, da Associação Estadunidense de Editoras Universitárias – AAUP -, nos informou que as editoras acadêmicas norte-americanas produzem 10% do total de livros publicados em los Estados Unidos, mas as vendas somadas em US\$ 450 milhões representam “alrededor de 1.7% del total recaudado em dicho país por venta”.

*“O custo de errar não é um conceito especificado nos balanços contábeis, mas uma realidade básica no mundo do livro e instituições.”* Assim de maneira direta, o brilhante crítico mexicano Gabriel Zaid, nos apresenta o mundo real aonde a questão financeira sempre vem acompanhada do ponto seguinte citado por Waters – a obrigação de publicar mais quantidade cria obstáculos à avaliação com qualidade. Para delimitar a crítica de Waters vamos cita-lo: *“Não estou dizendo que não haja boas publicações – isso está muito longe de ser o caso -, mas o que as boas publicações tem de bom se perde em meio a tantas produções que são apenas competentes e há muitas mais que não são nem isso.”*

A experiência que acumulei em 20 anos de edição universitária no Brasil e na observação de outros países, é que existe nos dias de hoje uma enorme pressão para que publiquemos em quantidade, que tenhamos índices de venda e rentabilidade comparativos com as editoras construídas com a finalidade de ter

lucros, que tenhamos o igual poder de sedução dos *best-sellers*, com a presença de nossos títulos acadêmicos distribuídos em todas as livrarias e supermercados do país. Independente de quais sejam as causas, aquelas apontadas por Waters ou não, os números e as quantidades estão sendo exigidos em detrimento da qualidade – produzir na universidade está se transformando em produzir muito. E isto afeta diretamente nossa relação com os nossos autores. Nos tornamos os carrascos ou os salvadores de muitos profissionais acadêmicos, como se este fosse um trabalho da editora da universidade.

A qualificação que algumas agências de fomento a pesquisa no Brasil estavam considerando para definir a classificação maior ou menor da qualidade de um livro publicado, era medir o potencial da Editora que publicava aquele livro: atribuía uma pontuação maior ao autor que tivesse seu livro distribuído por todo o território nacional. Quanto mais distribuído em pontos de venda, mais pontos a editora que publicara o livro teria na cotação das agências, prestigiando, obviamente, o autor/pesquisador.

Insatisfeitos com este tipo de avaliação, eu e muitos outros colegas argumentamos que estes critérios, claramente marcados pelo viés empresarial de “melhor distribuição em pontos de venda”, eram importantes para uma editora com fins de lucro e não poderia ser utilizado como medida para dar qualidade a um texto acadêmico e a seu autor. Após vários debates e artigos publicados sobre o tema, defendo que se quisermos avançar e repactuar a relação da editora universitária com os autores, devemos reafirmar a absoluta necessidade de **defender unicamente a qualidade do conteúdo** dos livros editados pelas editoras universitárias. Entendo que repactuar a relação dos editores com os autores e defender a qualidade passa também por compreender em que contexto nós trabalhamos enquanto editores, seja do ponto de vista **político-institucional**, seja do ponto de vista das **novas possibilidades tecnológicas** que se abrem para o mundo das editoras.

## 2. Algumas breves considerações sobre o tema e um caminho possível

A “aceleração contemporânea”, conceito elaborado pelo Professor e geógrafo brasileiro Milton Santos ao descrever o ritmo acelerado e contínuo das grandes mudanças do mundo contemporâneo, impõe-nos constantes desafios, proporcionais às grandes e significativas transformações pelas quais passa a humanidade.

A consolidação de um sistema-mundo, a incorporação de sociedades e territórios jamais vista na história do homem só se tornaram possíveis, todavia, pelos avanços tecnológicos que unificaram sistemas técnicos até aqui dispersos ou

criaram novos sistemas inovadores. Em grande escala e com outra dimensão e abrangência, a revolução provocada pelo aparecimento do livro da era Gutenberg, marcada pela agilização do processo de circulação do formato códice, e que transformou a circulação do conhecimento e a apropriação de culturas durante os últimos quinhentos anos, hoje parece tímida perante os desafios da “textualidade eletrônica”, na terminologia de Roger Chartier ao referir-se à revolução da informática aplicada aos textos e livros.

A combinação dos avanços na área da informática com conhecimentos, infraestruturas e equipamentos produzidos no campo das telecomunicações (com destaque para a utilização de satélites) ofereceu ao mundo atual uma multiplicidade de novos meios de difusão de informações, idéias, conhecimentos e valores, notadamente nas formas de linguagem midiáticas que, quase em tempo real, mostram imagens e informações escritas e faladas com tremendo alcance espacial e social.

Mas, certamente, a grande característica de nosso tempo é a rapidez com que se difunde o novo (ou apenas as novidades). Aliada a uma multiplicação sem precedentes dos tipos de linguagens disponíveis para a sociedade contemporânea, a rapidez do novo amplia de maneira assustadora a convivência hiperlativa com um fenômeno que já se anunciava temerário na era de Gutenberg - a “domesticação da abundância” (novamente Chartier), diagnosticada pelo imenso número de obras, autores e livros que passaram a ser publicados em escala industrial.

A produção editorial brasileira já incorporou tecnologia suficiente para fazer frente a esta “nova abundância” e, embora particularmente focada nos interesses empresariais e de mercado, não há como fugir da realidade apontada mundialmente pelos historiadores e analistas do livro e da leitura: o mundo de hoje detém de maneira irreversível novas formas de difusão do conhecimento, da informação e do entretenimento mesmo quando tratamos do suporte tradicional até aqui chamado livro.

No âmbito acadêmico, em seu sentido restrito, e no âmbito intelectual, no sentido mais amplo desse termo, a multiplicação de revistas científicas eletrônicas foi, sem dúvida, o fato que mais diretamente expressou esse conjunto de mudanças.

A polêmica instaurada pelos áulicos do catastrofismo nos anos 90 do século passado, e que ainda possui adeptos, previa o desaparecimento do livro impresso em papel e a deterioração das habilidades da leitura em curto espaço de tempo. O futuro do livro tornou-se incerto e, junto a este prognóstico sombrio aventou-se, mais recentemente, a futura extinção da profissão de editor, à medida que o avanço

tecnológico transformasse cada autor em editor. A perspectiva de uma Babel de letras se colocava no horizonte.

Creio que hoje podemos afirmar que já começamos a ultrapassar a fase do entusiasmo do marketing das grandes corporações de informática. No vértice dos debates sobre o futuro do livro e das novas tecnologias, desponta, emblemática e permanente, a idéia definidora de **conteúdo**, entendido como a necessidade metódica de buscar a qualidade dos textos que serão oferecidos aos leitores contemporâneos e futuros, independentemente se são livros científicos ou de simples lazer e entretenimento.

Ao considerar o impacto tecnológico dos tempos atuais e, ao mesmo tempo, redimensionar o debate, aponta-se, principalmente no livro acadêmico, fruto da reflexão científica, para aquilo que sempre foi e sempre será o determinante do conhecimento a ser transmitido: a **qualidade do conteúdo**. Essa qualidade é determinada, no mínimo, por algumas dessas características: originalidade da pesquisa, contribuição teórica única e inovadora, inovação tecnológica e instauração de uma metodologia original.

Num mundo do conhecimento e da informação, permeado pela convivência nem sempre amigável entre o texto impresso e o virtual, o problema mais grave que a editora enfrenta é de **como avaliar e gerenciar conteúdos**. Esta atitude será central na determinação das relações que autores e editores devem ter na universidade.

Como lidar, na prática cotidiana, com a avaliação dos livros produzidos pelos pesquisadores universitários? Como responder, igualmente, à crescente demanda por publicações dos nossos docentes pressionados pela necessidade de editar seus trabalhos?

Na visão de minha Universidade, a UNESP, concebemos uma Editora Universitária que vive essencialmente pela avaliação de conteúdos produzidos ou não pela própria UNESP. A relação que ela estabelece com os autores, professores e pesquisadores da comunidade acadêmica é de permanente avaliação da qualidade intelectual dos trabalhos apresentados à edição. A Editora não tem a missão de publicar a qualquer custo o que se produz na pesquisa da UNESP mas, seguramente, tem a função de publicar o que a Universidade produz de melhor, na ótica de avaliação de seus consultores externos ao nosso corpo docente e também de um Conselho Editorial múltiplo e de alta formação científica. Porém, como qualquer outra editora acadêmica que leva seu ofício com seriedade, não estabelecemos esses critérios com o objetivo de cumprir requisitos das agências financiadoras, mas de criar um catálogo que seja rigorosamente universitário,

pluralista, que contribua para a ciência e para a compreensão dos fenômenos (sociais, políticos, econômicos, naturais etc) do mundo contemporâneo.

Com a ênfase na qualidade para publicar, e assim “domesticar a abundância”, cumprimos cotidianamente a função de **editar**, não apenas **imprimir** trabalhos de pesquisa que chegam abundantemente à Editora. Uma editora com critérios de qualidade, com abertura para tornar esses critérios públicos e abertos a qualquer exame externos àquela universidade, são, em última instância, certificadoras de qualidade de trabalhos academicamente inovadores. É evidente que deve haver um perfeito entendimento entre a editora, os dirigentes da universidade e o corpo de professores e investigadores para que esse pacto seja respeitado. Rompido uma única vez, o critério não resiste às pressões apontadas por Waters ou por outras pressões ainda mais indignas de uma universidade.

Há, no entanto, um obstáculo nessas reflexões e na prática delas. Convivemos na edição tradicional com a imposição dos custos de preparação de originais, a necessidade da existência de um número mínimo de compradores e de uma determinada capacidade operacional envolvendo todas as fases de uma edição clássica em suporte de papel. Sem finalidade de lucro, a editora acadêmica no Brasil necessita, no entanto, manter-se na maior parte dos seus custos. Essa necessidade impõe determinadas atitudes. Entre duas propostas de publicação do mesmo nível de qualidade acadêmica, optamos sempre em publicar aquela que entendemos terá um número maior de leitores potenciais, portanto, com maior valor comercial. Mesmo sendo uma editora acadêmica, não conseguimos suportar o custo de um texto em livro tradicional apenas pelo critério de mérito, e então nos submetemos às regras de mercado para decidir sobre um número “x” de publicações anuais que nos garantem um aporte financeiro suficiente para continuarmos publicando. Esta prática, que não é apenas nossa, não seria um problema se para aquele texto recusado, não por suas qualidades acadêmicas, mas por sua pequena possibilidade de vendas, fosse destinado um lugar de reconhecimento e de divulgação adequados.

Considerando essas reflexões, as próximas perguntas que se impõem, ao avaliarmos o futuro do livro na universidade são as seguintes: **o critério de qualidade pressupõe também uma demanda comercial? A universidade deve obrigatoriamente editar em método tradicional todos os trabalhos considerados de qualidade, independente do custo e do número de leitores que se interessam em comprar aquela pesquisa?** Penso que não, e que se nos mantivermos rigidamente com as regras atuais, poderemos entrar definitivamente em um mundo equivocado na edição e na avaliação dos livros, que esquece, inclusive, das conquistas tecnológicas no mundo editorial que abordamos no início deste texto.

Partindo do princípio de que é a qualidade que determina a publicação ou não de um trabalho científico, e que temos soluções avançadas no mundo contemporâneo para contemplar as várias demandas dos autores, entendo que **as Editoras que se dispuserem a ter seus critérios de avaliação tornados públicos e examinados por instituições externas àquela instituição, poderiam vir a ser *certificadoras de qualidade do conteúdo editado***, independentemente do suporte no qual o texto é publicado. Essa confiança intelectual e moral nos critérios empregados para publicação por uma editora, poderiam ser reconhecidos pelas agências de fomento, até porque serão critérios identificados com o mundo acadêmico e científico.

Buscamos hoje no Brasil a **ampliação do conceito do que é livro ou publicação acadêmica** e estamos fazendo isso junto aos nossos autores e às agências de fomento à pesquisa. Consideramos, principalmente, **os novos suportes eletrônicos** para se fazer divulgação científica, todos mais suportáveis economicamente.

Esta abertura justifica-se, além das já apresentadas por, pelo menos, mais três fatores:

- Num mundo globalizado, a adoção de formas de difusão e comunicação variadas e abrangentes insere diferentes atores sociais na arena mais ampla dos acontecimentos e do debate. Se os novos sistemas técnico-científico-informacionais foram pensados e estruturados pelos atores hegemônicos de potências econômicas multinacionais, não é demais lembrar que estes mesmos sistemas podem e estão sendo apropriados por diferentes outros atores (movimentos sociais, organizações não-governamentais, governos de países que ocupam posição dependente neste sistema-mundo etc).
- As novas tecnologias são mais ágeis e, depois dos investimentos iniciais mais pesados para a aquisição de infraestruturas e equipamentos, oferecem custos mais baixos para a difusão de informações e conhecimentos, tornando possível, ao mesmo tempo, uma distribuição mais ampla espacialmente e mais rápida daquilo que se pretende difundir.
- Num país capitalista, industrializado, mas de economia dependente como o Brasil, em que os investimentos em ciência e tecnologia têm sido mais tímidos do que os realizados por outros países que ocupam a mesma posição, é preciso adotar medidas para compensar as diferenças e recuperar as perdas ocorridas nas últimas décadas. A adoção de novas tecnologias, se pensadas de forma conseqüente, podem favorecer a ampliação das oportunidades de

acesso ao conhecimento àqueles segmentos de menor poder aquisitivo e com grau bastante precário de inclusão social.

Uma tomada de posição diante desses fatos novos e desafios deveria implicar uma valorização de todas as formas de difusão de idéias e conhecimento, ainda que a qualidade dos conteúdos difundidos deva ser o central em nossas iniciativas.

Transparência nos critérios, manejo adequado dos conteúdos, generosidade e compreensão em relação às novas plataformas da escrita, forte aparato de avaliação ditada pelos conteúdos certificados com regras publicamente expostas, estes deveriam ser os critérios essenciais para o futuro do livro e do **resgate do ofício do editor que é sua fundamental relação com os autores**. Pelo menos se quisermos continuar a ser universitários, produtores e divulgadores de livros úteis à ciência e à vida.



## EL LIBRO EN ENTORNOS CAMBIANTES

**Javier Torres Ripa**

*Director de publicaciones de la Universidad de Deusto, Bilbao*

La Universidad de Deusto está construyendo al otro lado de la ría, junto al Museo Guggenheim, su nueva Biblioteca, que en realidad recibe otro nombre, o mejor desea funcionar de otra manera, quiere evolucionar hacia criterios de un Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI). Nos cuesta adaptarnos a ese nuevo acrónimo, pero, además de reflejar bastante bien el escenario de la labor investigadora nos informa también hacia donde se orienta la actividad en el terreno de la producción editorial. En ese interesante edificio, diseñado por Rafael Moneo, podrán consultarse los libros de la actual Biblioteca, más de 800.000 títulos, en los diversos formatos editados hasta la fecha.

Aunque los investigadores podrán tener acceso directo a una gran parte del fondo bibliográfico, lo más probable es que sus futuros usuarios prefieran utilizar, en los más de 1.000 puestos de trabajo disponibles, los soportes digitalizados el lugar de los textos tradicionales en papel. Les resultará más cómodo y provechoso porque podrán llevar, o enviar a su lugar de trabajo, una selección de archivos útiles para explicar mejor una asignatura o para trabajar en su investigación.

Así van las cosas ahora pero, como todos sabemos, pueden ser aún más fáciles, pues no hace falta ni moverse del despacho. Con las herramientas actuales todo es más cómodo, abundante y accesible. Aunque en el terreno de la propiedad intelectual las exigencias siguen igual, es decir que quien desee utilizar esa fuente documental deberá citar la procedencia del texto que transcribe, y solo podrá reproducir el 10% del libro, sea en fotocopia o por descarga.

Y en cuanto a la difusión de la creación intelectual, aunque hay más medios para la trasmisión de contenidos, quien desee editar, y hacerlo bien, debe cumplir los mismos requisitos que antes. Las publicaciones de calidad, en cualquiera de sus

soportes, deben haber pasado antes por una evaluación de expertos y ajustarse a modelos actuales de trabajo intelectual.

### **Algunas peculiaridades de la edición universitaria actual**

Las publicaciones universitarias son una de las tipologías más características del mundo editorial. Es cierto que hay otras maneras de presentar el conocimiento que es demandado por profesores y alumnos, que aunque no son sellos editoriales universitarios, encuentran en la universidad, en muchos casos, su mejor punto de proyección y ventas. Estoy pensando en editoriales dedicadas a las Bellas Artes, a la Literatura o a la Tecnología que siempre han visto en el profesorado y en el alumnado uno de sus *target* más idóneos. Es en el ámbito de la universidad donde una gran parte de la producción editorial encuentra su principal público objetivo. Somos los más significativos generadores de conocimiento al mismo tiempo que nos convertimos en sus más fieles consumidores.

Es lógico que las universidades confíen en sus departamentos editoriales la gestión de sus intereses en ese sector. Estos servicios saben mejor que las empresas externas cómo difundir sus líneas de investigación o qué materiales de docencia requieren sus alumnos y, en definitiva, saben capitalizar adecuadamente ese patrimonio intelectual para su centro universitario. Con la correcta gestión de esta información privilegiada se puede obtener una rentabilidad inicial que permite continuar con otros proyectos, incluso menos rentables, pero igualmente necesarios para crear un conjunto de series y colecciones con las que se pueda difundir la actividad de cada centro universitario.

La crisis de alumnado en algunas Licenciaturas, especialmente las de Humanidades, unida al desarrollo de Internet y otras tecnologías, ha supuesto para la edición universitaria, sean o no sellos editoriales con cobertura académica, un replanteo de la situación. El libro de texto, o manual, en la concepción que teníamos pertenece al pasado. Los retos que plantea la convergencia europea para llevar adelante los Acuerdos de Bolonia en 2010 nos obligan a revisar toda nuestra actividad editorial en esta materia. Ya no podemos editar solamente pensando en nuestros alumnos. Nuestros profesores, y por tanto nuestros autores, están ya cambiando su forma de elaborar contenidos, sus alumnos ya no son sólo los de su Comunidad. El programa Erasmus ha permitido visualizar esas necesidades, de forma anecdótica en sus comienzos y hoy de manera imparable. La incorporación del crédito ECTS lleva consigo todos los demás ingredientes del cambio. El interés hacia los programas que inciden en la problemática de la homologación de temarios

y perfiles, como el Programa Tuning, es una buena muestra de que de la crisis se pasa a la acción. Una generación se queda atrás con pocas ganas de reciclarse, ante la dificultad de aprendizaje y dominio de habilidades tecnológicas y lingüísticas, y otra generación emerge y pisa fuerte en el escenario académico para dar respuesta a las nuevas demandas docentes.

En este encuadre actual en el que discurre nuestra actividad, se manejan nuevos soportes de edición, que tras diversas experiencias, propias o de otros servicios universitarios, nos permiten dar respuestas adecuadas a las necesidades que se van planteando. Pero, curiosamente, frente a lo que podría esperarse se sigue generando mucho papel impreso. El libro en su concepción tradicional sigue demostrando sus virtudes o cualidades de fácil transporte del conocimiento y acomodo a los hábitos de la intelectualidad. Así que seguimos publicando en los formatos tradicionales, creciendo año tras año y haciéndolo, afortunadamente, cada vez mejor.

Respecto al libro con fines docentes, es más fácil adaptarnos a la situación, porque vivimos en ese medio y sabemos ofrecer servicios a medida para nuestros habituales clientes. Hacemos ediciones bajo demanda, ediciones electrónicas, hemos aprendido a reducir las tiradas y controlar el almacén, etc. Pero en cuanto salimos de nuestro entorno la competencia es feroz, dejamos de ser los reyes y pasamos a ser medidos en comparación con los mejores. Nuestra producción queda donde el mercado nos asigna un lugar.

Según los datos de los estudios que se realizan anualmente, las Universidades Españolas publicamos una media de 100 títulos al año y en total publicamos cerca de unos 5.000 títulos nuevos al año, lo que supone un 6 por 100 de la producción nacional. Es poco, aparentemente, pero es suficiente como para pretender que se nos visualice, se nos considere como una opción interesante y se confíe en nuestros sellos editoriales para difundir los trabajos de los profesores universitarios, sean de texto o de investigación.

Estos estudios también nos suelen recordar lo poco que significamos en el volumen de ventas y que nos sitúan en porcentajes insignificantes respecto al mercado editorial español. Con todo, aquí estamos mostrando vitalidad y orgullo de pertenencia, pues la situación no es peor que antes, ni es como para tirar la toalla y dejar este espacio para que sea fagocitado por intereses ajenos a la universidad.

Otra clave del tiempo presente, que oprime nuestras expectativas, es la creencia de que es mejor publicar fuera del ámbito de actuación profesoral. Es cierto que las tendencias de las agencias de evaluación, ANECA y otras, apuntan en esa línea

de actuación, y que nos perjudica seriamente, pero también es cierto que ya conocíamos esta preferencia entre quienes podían elegir. ¿Cuántos profesores eméritos o catedráticos han publicado sus primeros libros con su universidad y se han ido a otra editorial que les ofrecía unas perspectivas de mayor proyección? ¿No es conocida la tendencia de los propios editores de publicar en otro sello editorial que el suyo propio? Sabremos sobrevivir a estos retos con nuestras mejores armas que no son otras que el buen hacer, la cercanía y la voluntad de servicio que caracteriza a los departamentos editoriales de la Universidad Española.

### **Edición universitaria ¿Pública o Privada?**

En una primera aproximación al contraste entre edición pública o privada, en el contexto universitario, hay que empezar afirmando que aunque sea privado el centro que imparte docencia su servicio es público. El libro es una extensión más de los servicios que ofrece la universidad y en cuanto a su resultado final, en sus aspectos formales, no suele presentar diferencias notables, sea cual sea la entidad editora. Todos los directores de publicaciones tenemos acceso a las mismos instrumentos o medios que la estructura empresarial ofrece. Ni el diseño gráfico, ni las calidades de textura de los papeles, ni la encuadernación, etc, van a determinar en el mercado diferencias notables. Marcarán únicamente el estilo que cada sello editorial desea transmitir al comprador. Cuando el libro llega a las librerías especializadas, si llega, compite en igualdad con las demás publicaciones allí expuestas, dependiendo únicamente de los gustos o estrategias del librero.

Las diferencias se pueden dar en una fase anterior. En este punto me gustaría sorprender a mi audiencia y presentarme como me gustaría ser, o mejor, cómo quisiera que fuera el Departamento que dirijo, pero lamentablemente les voy a defraudar por que vamos todos en el mismo carro. Los servicios de publicaciones españoles tenemos todos problemas muy similares, seamos públicos, privados o de la Iglesia, como es nuestro caso.

También me gustaría decirles que los que llevamos mucho tiempo en esto, gracias a una continuidad en la actividad, tenemos más posibilidades de acertar en la gestión o que gozamos de una mayor consideración en la universidad en la desarrollamos la labor editorial. Pues tampoco. Los superiores jerárquicos respetan y admiran, sobre todo, a la Imprenta, a la que atribuyen toda clase de habilidades y méritos, especialmente cuando hay urgencia, hasta el punto de confundir las “artes gráficas” con “artes mágicas”. Todo es mérito de esa parte final del proceso, en la que todo confluye para un resultado satisfactorio.

En fin, podríamos seguir en esa línea, como por ejemplo cuando nos critican sobre lo mal que distribuimos nuestro fondo y apreciamos que quien habla se está refiriendo, aunque no lo diga, a un libro suyo que se publicó hace más de diez años y, al asegurar que no está en determinada librería, comprendemos claramente la confusión que nuestro autor tiene entre librerías y bibliotecas.

Es fatigoso explicar continuamente a quienes damos el mejor servicio que podemos, todas las peculiaridades propias del quehacer editorial. Y aún más complicado, dada nuestra cercanía con los autores, explicarles uno a uno, la cambiante realidad en la que nuestros libros deben moverse y cómo las reglas del mercado se aplican con especial énfasis en los libros universitarios.

Pero estamos aquí para hablar de diferencias y hemos de localizarlas, porque las hay pero no en la fase de producción ni distribución. La clave está, o debería estar, en la selección de títulos y en una reflexión previa sobre la procedencia de los recursos económicos.

Cuando la financiación del presupuesto de publicaciones depende de sus propios resultados y de las cuotas de matrícula y docencia que pagan los alumnos, se analizan con especial cuidado los originales que pasarán a formar parte del catálogo. La rentabilidad económica no es tampoco el único dato para tomar una decisión, pero sí se debe visualizar a quién interesa el libro antes de publicarlo, y si éste encaja en las sinergias de nuestra organización. Digamos que no existe afán de lucro, pero sí afán de rentabilidad, en un sentido amplio de la expresión.

Las líneas editoriales deben estar claras. Se deben desarrollar en el catálogo unos cuantos puntos temáticos fuertes para concentrar los esfuerzos en áreas que interesen a la propia organización académica. Este propósito nos obliga a ser proactivos y a huir de la criticada pasividad del editor universitario que está a la espera de lo que traigan sus profesores, sea del área de conocimiento que fuere. Evitar la dispersión temática facilita una mejor distribución comercial, aumenta el prestigio de las colecciones en las que se concentran los esfuerzos y favorece la labor de promoción conjunta.

La admisión de un criterio más cercano al mercado, hace que, curiosamente, sea más fácil decir que no a los autores que proponen contenidos excesivamente eruditos, reiterativos, complejos o simplemente alejados de una función divulgadora del conocimiento. No se trata de frenar la difusión de la alta investigación o de la especialización de temas para expertos, que encontrará adecuada difusión en otros soportes electrónicos o en las revistas. Se propone optimizar el libro como herramienta capaz de trasladar conocimientos donde sean de utilidad, ayudando, de paso, al autor en su propia promoción académica, pero evitando convertir la labor edito-

rial únicamente en un ejercicio para la elaboración de méritos curriculares del profesorado. La única manera de que se valore adecuadamente la publicación en nuestras editoriales universitarias es ejerciendo un control de calidad científica sobre los originales, llevándolo a cabo con seriedad dentro de unos objetivos editoriales claros.

Se podrían reflejar aquí muchas más cosas que nos separan entre la concepción pública o privada en la toma de decisiones, pero creo que nos llevaría a asuntos ya sabidos y sin mayor relieve. Sin embargo hay un peligro en lo *privado* que quiero dejar constancia.

El libro ha sido, y cabe pensar que lo seguirá siendo, un vehículo de gran utilidad para la difusión libre de las ideas y en su diversidad está la riqueza que genera en el pensamiento de las personas. Lo no deseable para la buena salud del libro, en nuestro ámbito universitario, es que se cierre en círculos de intereses excesivamente particulares, con poca vocación de pluralidad y mucha voluntad de instrumentalización empresarial o ideológica.

Son conocidas las actuales concentraciones de los grandes grupos de comunicación que ya han alcanzado a los libros, después de engullir en su seno a periódicos, radios, televisiones, plataformas digitales... Estas nuevas formas de poder no siempre son generadoras de buena cultura sino productoras de una cierta asfixia de creatividad y falta de libertad. Estos *lobbys*, por el momento no están presentes de forma muy visible en los ámbitos académicos, pero la universidad es plato muy goloso y quienes aspiran a seguir concentrando poder en este tipo de empresas no les molestará dar un paso más. Estas superestructuras corren el peligro de actuar como grupos de presión de dudosa utilidad para el progreso de la sociedad.

### **El caso de Deusto**

La Universidad de Deusto desarrolla actividad editorial casi desde sus orígenes, pocos años después de su fundación por la Compañía de Jesús en 1886. A finales del siglo XIX se funda la revista Estudios de Deusto, centrada principalmente en estudios jurídicos, aunque también recogía aspectos morales propios del pensamiento jesuítico de la época. Es precisamente esta preocupación la que provocó el nacimiento, en el panorama de las publicaciones religiosas de aquel Bilbao de 1915, de la Editorial Mensajero (con el nombre inicial de *El Mensajero del Corazón de Jesús*), compartiendo espacio físico en un edificio anexo a la universidad, pero con independencia organizativa y jurídica. La actividad diferenciada llevó a cada entidad por su camino durante varias décadas, pero el Colegio de Estudios Superiores (como se llamaba al centro antes de conocerse como Universidad de Deusto) tenía

un aliado editorial próximo para, no sólo continuar con su Revista, sino poder imprimir manuales, catálogos y otros textos que consideraron necesarios. La Guerra Civil y la expulsión de los Jesuitas vinieron a frenar su actividad que fue retomada años después con la devolución de los edificios. Durante esos años de expolio, la universidad fue saqueada y estuvo a punto de ser volada. Salas, bibliotecas y demás estancias se trasformaron en cárceles. Deusto se convirtió durante un tiempo en Campo de Concentración, resultando todavía hoy difícil documentar estos hechos pues la Institución perdió la mayoría de sus archivos.

Pasado ese periodo oscuro viene una segunda etapa de resurgimiento y desarrollo. Con la devolución de las propiedades, se reanuda la actividad, la labor docente se amplía, se abre a nuevos ámbitos y especialidades hasta llegar a su reconocimiento a efectos civiles en los años 60 como Universidad de la Iglesia de Deusto.

La universidad adquirió un gran protagonismo y prestigio en toda España, sobre todo en el País Vasco, que carecía aún de una universidad pública. En los años 70 renace la actividad editorial de Deusto, después de haber permitido que el nombre de Deusto liderara una iniciativa privada en la que publicaban los profesores de la institución académica. Pero los caminos se separan y cada cual recorre la actividad por su cuenta hasta la década de los 80, en la que el Rector Dionisio Aranzadi vuelve a mirar hacia la editorial de la Compañía de Jesús, Mensajero, y firma un convenio de colaboración en el que cede la gestión comercial a la editorial, reservando para la universidad el proceso de producción y selección de títulos.

Hoy, tras más de veinte años de relación, se negocia un nuevo convenio para actualizar porcentajes y gastos de almacenaje. La experiencia ha sido positiva porque ha permitido tener una estructura mínima en la universidad y acceder a mercados que de otra manera hubieran sido muy costosos.

Así pues, aunque la red comercial no ha sido elegida por la universidad en base a criterios de especialización, ha demostrado su eficacia, especialmente en Latinoamérica. En los primeros años de relación nuestros libros universitarios se mezclaron con los religiosos y las Biblias típicas de una editorial católica, pero con los años los distribuidores han conseguido diferenciar los productos y ambas líneas editoriales se presentan con total autonomía.

El diseño de una identidad corporativa propia para nuestras publicaciones, pero unida a toda una renovación de la imagen de Deusto, ayudó mucho a visualizar un sello editorial con personalidad universitaria de calidad.

En todo lo demás, Deusto participa de los problemas generales que tienen otras universidades. Desarrollamos nuestra actividad en la Dirección de

Comunicación y Marketing pero tenemos una dependencia orgánica del Vicerrectorado de Investigación. Contamos con una Comisión de Publicaciones que hace la labor de selección a modo de consejo editorial, disponemos de un Reglamento de funcionamiento y producimos una media de 20 monografías, 25 volúmenes de revistas o publicaciones seriadas y unas 15 ediciones institucionales. Todos los años producimos un catálogo en el que incorporamos las novedades, actualizamos contenidos y precios. También disponemos de una página Web que procuramos mantener al día.

Un porcentaje variable de nuestro fondo, entre el 15 al 30 % es producido íntegramente en euskera y un 5 % en inglés u otras lenguas. Durante este curso hemos incorporado procesos de calidad en nuestro trabajo y esperamos pasar la auditoria de AENOR a finales del año.

### **Unidos al destino de nuestra universidad**

¿Cuál es el papel del editor universitario en el contexto actual? Las amenazas son similares a las de los demás editores, pues el libro de texto, como hemos dicho, ha dejado de ser el protagonista principal de nuestra actividad. Aún así las editoriales universitarias tenemos algunas características propias respecto a otro tipo de empresas editoriales. Veamos para terminar, a modo de resumen, las siguientes reflexiones, algunas ya apuntadas en las líneas anteriores, sobre nuestro quehacer en el terreno de las publicaciones.

1. Tenemos vocación de servicio al medio universitario en el que desarrollamos nuestro trabajo. Lo cual nos obliga a adaptarnos rápidamente a las nuevas necesidades.
2. Nuestras decisiones no suelen estar presididas únicamente por criterios de rendimiento económico, la visión es más amplia. Perseguimos la difusión de la investigación que se realiza en nuestro ámbito y la puesta a punto de los materiales de aprendizaje que precisa el alumno, en los soportes adecuados. La rentabilidad se mide valorando aspectos más a largo plazo. La gestión del conocimiento y su valor intangible juega una estimación importante.
3. Somos un vehículo de presencia de ciertos valores en la sociedad necesarios para su progreso. Nos dedicamos a leer libros y procesar el conocimiento en las áreas que nos son propias. Debemos estar al día y debemos difundir estas informaciones por los medios a nuestro alcance, uno de los cuales es el libro y sus nuevas formas.
4. Tenemos cierta credibilidad en nuestras áreas de competencia y, aunque el futuro se nos pinta negro al ir tomando cuerpo en España la idea norteamer-

ricana de estar mal visto publicar en la universidad que se imparte docencia, sabremos atraer a los autores que nos importan especializándonos en las áreas de conocimiento en las que nuestra universidad pretenda un liderazgo. La proximidad de nuestros clientes potenciales y la posibilidad de evaluar acertadamente nuestras tiradas permite, en general, rentabilizar las publicaciones universitarias.

5. No renunciamos al libro de texto. Una asignatura tiene un programa y un profesor para impartirla, los alumnos deben demostrar un conocimiento y habilidades que se desprenden tras un mutuo proceso de relación. Pues bien, en ese tiempo, entre apuntes, el seguimiento de las clases y las horas de estudio, vuelve a surgir la utilidad del manual, así como las cualidades del formato “libro” como buena herramienta para desarrollar los contenidos objeto de posterior evaluación.
6. Una de nuestras actividades es la edición no venal. La publicación de libros es tan típicamente universitaria, que movemos cantidades notables de papel impreso para ser difundido de forma gratuita, no comercial. Gracias a Internet esta tendencia debería ser menor, pero no es así. La comodidad del documento impreso sigue garantizando llegar a muchos lugares significativos, con unos costos razonables y con una estética de cumplimientos corporativos fiable.

## Epílogo

Como colofón quiero hacer una defensa, desde el ámbito que me corresponde como editor de las publicaciones de la Universidad de Deusto, compartida, en general, por la mayoría de los editores universitarios que conozco: Nos gustan los libros. Creemos en sus utilidades. No renunciamos a otras formas de difusión del conocimiento, pero el libro bien hecho, oportuno y de calidad, sabemos que sobrevive a su autor y sirve de guía a muchas personas por cada ejemplar bien ubicado.

Reivindicamos esta actividad también para el futuro. Si la universidad no renuncia a ser lo que ha sido durante siglos como *Sedes sapientia* y desea seguir siéndolo en los años venideros, los servicios editoriales continuaremos dando un importante servicio a la Comunidad. Nuestro propósito debe perseguir la calidad de los originales que publicamos, teniendo alto el listón en la evaluación de los originales que recibimos. Con estos planteamientos se puede competir en el mercado con las mejores posibilidades de éxito y prestigio.



## NEW MODELS FOR UNIVERSITY PRESSES

**Lynne Withey**

*Directora de University of California Press*

You have asked me to speak about new business models for university presses, from the US perspective. I'd like to start with a quick sketch of the typical organization of American university presses today, in part because I think it may be somewhat different from the European patterns. There are around 100 university presses in the United States and another dozen or so in Canada. Most of us are members of the AAUP—as are the US branches of Oxford and Cambridge University Presses, which I will leave aside here as they are much larger than the US and Canadian presses and operate more like commercial publishers. The American university presses vary greatly in size, from those publishing just a few books a year to those publishing around 200, and our editorial programs vary, of course. But we have certain fundamental qualities in common, for the most part:

- Most important, for a discussion of business models, we are administratively part of our parent universities, but for the most part financial independent of them. We operate like businesses within the university. Most of us get some subsidy, especially the smaller ones; some get none. Many of us raise funds from foundations and individuals [a practice more common among cultural institutions in the US than in Europe, I believe]. As an example, my press gets about 85 percent of its revenues from sales of books and journals; 9 percent from the University; 6 percent from outside fundraising.
- As quasi-independent publishers, we draw our authors from many sources, not just our parent institutions. For most of us, only about 10 to 25 percent of our authors come from our own universities. And while most of our

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

authors are scholars with college or university appointments, not all of them are; increasingly, university presses think of themselves as cultural institutions publishing quality work for the educated general public as well as scholars and students. This has become important as the commercial publishing industry in the US has become increasingly focused on publishing bestsellers.

- We define our publishing programs by subject area, and seek the best authors in those fields. The larger presses will publish in a broad range of subject areas; smaller ones are more likely to focus in a handful of fields. As a group, we are heavily concentrated in the humanities and social sciences. The great majority of our books are nonfiction.
- We are primarily book publishers, which may seem obvious, but it bears on the question of new publishing models. Somewhat less than half of us also publish scholarly journals, usually in collaboration with learned societies like, for example, the American Historical Association.
- The audiences for our publications are a mix of scholars, students, and general readers; the relative balance among those different audiences varies from one press to another.

It has not always been this way. The current organizational model of American university presses developed in the late 1970s and 1980s. In the beginning—the first US university presses, including University of California, were established in the late 19<sup>th</sup> century—university presses published specialized monographs by their own faculty, entirely subsidized by their universities. Over time, those presses branched out to publish scholars from other institutions. During the 1960s and early 1970s, higher education expanded dramatically in the US as the baby boom generation reached college age; university presses were part of that expansion, as established presses grew and new presses were created. During those years, presses continued to focus primarily on publishing monographs and selling them mostly to libraries; money flowing into higher education meant that presses could support themselves on this model, so well, in fact, that universities began to withdraw subsidies from their presses and look upon them, if not as profit centers, at least as self-supporting entities. This financial model could not be sustained, however, as the rapid expansion of higher education slowed. Ironically, at just about the time that university administrations decided that their presses could be self-supporting, the main engine driving university presses' sales—library budgets—began to level off and decline. University presses responded by diversifying their editorial programs to include books of broader general interest and, in some cases, textbooks. We began to think of ourselves increasingly as businesses, rather than publishing agents of universities.

This organizational model—university presses as publishing companies operating within universities, publishing print books in the humanities and social sciences for a range of audiences—worked reasonably well for 20 years or so. But it doesn't work now, and hasn't for a number of years, for several reasons. Publishing is not a growth industry in the United States. All of our major market channels are threatened: libraries, retail bookstores, college texts. Yet we still operate under the expectation that we will publish important scholarship whether it has a market or not. This is the fundamental challenge of operating as a business within the university: we operate in two worlds—the market-driven world of the publishing industry AND the value system of the university, which likes to believe that it is above the crass forces of the market economy.

In charting our future course, in creating new business models, we face several challenges, which I think are not confined to the US. Let me mention three:

- While university presses have devoted themselves to publishing books in the humanities and social sciences, with relatively little attention to the natural sciences, commercial publishers have pretty much taken over the profitable segments of scholarly publishing, namely scientific journals. Giants like Elsevier and Wiley have made big profits in this segment of the industry.
- Scholarship is becoming increasingly digital, both in terms of the delivery of content and in the way scholars work and expect to receive information. While there is still great resistance to buying and reading books online—thus ensuring at least a limited future for the printed book—people increasingly want to be able to access and search information online, including the information contained in books. Google's activities in digitizing library collections and creating the Google Scholar program are the most obvious examples of this phenomenon, but by no means the only ones.
- Digitization of scholarship further threatens our traditional business models; and, perhaps more important, publishing in digital form requires investment capital that few university presses have. The commercial publishers that dominate scientific publishing have a big advantage in this environment, making it very difficult for university presses to gain entry to this market.

What does all this mean for future business models of university presses? There is no one business model that will fit all presses, of course. But I believe there are two key, related, components that must be part of any new model: first, we have to diversify our programs, moving beyond our nearly exclusive focus on printed books in the humanities and social sciences. And second, we must embrace digital publishing. This means digital distribution of traditional formats—books and

journals—as well as the creation of new, digital-only publications. This is easy to say and hard to do, as relatively small and undercapitalized publishers. We need strategies to overcome the disadvantages of size and lack of investment capital, strategies that will make us more competitive with the commercial scholarly publishers. I would like to highlight four strategies, which are to a considerable degree interrelated:

- Collaborate with other organizations, in particular with other presses for business services, such as sales and distribution.
- Align ourselves more closely with our parent universities; this includes, potentially, collaborating with other groups with the university, for example libraries and research institutes.
- Develop multiple funding sources: with the exception of a few very large, well-endowed presses, it is no longer reasonable to think that university presses can survive as self-supporting business and still maintain our mission to publish serious scholarship.
- Outsource technology; this is not so much a strategy as a means to an end. There are many companies that specialize in digital distribution of content. There is no need to duplicate their efforts. Indeed, none but the very largest publishers can hope to create the technological services offered by companies dedicated to that purpose.

The underlying themes in all of these strategies are how can we make the transition to digital publishing effectively and how can we be more competitive in a business that is increasingly dominated by large companies.

None of these ideas are new, of course. Most US university presses are already collaborating with other presses on business services; many work with scholarly societies and cultural organizations like museums and research libraries in developing content; some are making tentative steps toward working more closely with libraries and other units within their own institutions. I would argue that we should extend those activities, especially into digital publishing. In publishing journals, we are already far along in demonstrating what is possible. Let me cite two examples of success stories from the journals world.

Scholarly journals worldwide are now published primarily in digital form. Many journals no longer issue print editions; print versions that still exist are likely to fade away in the next decade or so. Those university presses that publish journals have not been able to create their own, in-house digital platforms as companies like Wiley or Elsevier have, but we have achieved much the same result by working with

one of a handful of vendors specializing in the digital distribution of journals. Significantly, three major university presses—California, Chicago, and MIT—are all now publishing our journals on the same platform. (Even Blackwell, a major commercial publisher of journals, recently acquired by Wiley, uses the same platform, as does JSTOR, a nonprofit organization that sells packages of journals in humanities and social sciences.) This situation in effect puts us on a par with the big commercial publishers in our ability to offer sophisticated electronic publishing services, including features like the ability to sell individual articles and license rights electronically.

To cite another example, in 1993, Johns Hopkins University Press, which has a large journals publishing program, created a digital publishing platform for their own journals, bundled them, and began selling them as a package to libraries. They then began to contract with other university presses to include their journals in the program. Known as Project Muse, this is now one of the largest aggregations of scholarly journals in the humanities and social sciences, with 350 journals from 70 nonprofit publishers. Many university presses with small journals programs—too small to justify contracting with a commercial vendor as California, Chicago, and MIT do—publish their digital editions through Project Muse.

Thus, in publishing journals, university presses have successfully made the transition from print to digital publishing either by joining forces with other university presses or by contracting with companies specializing in digital technologies to create state of the art digital publishing platforms. What we have NOT been able to do up to now is to extend our marketing and sales reach beyond North America, to any considerable degree. A logical next step for university press collaboration would be to establish partnerships to market and sell journals, especially in the international arena. There are models for such collaboration in the distribution of books. The University of Chicago Press is the notable example here, providing distribution services for about 20 other university presses and small nonprofits and, incidentally, providing a revenue stream that helps support Chicago's book publishing program. Other university presses have established smaller distribution businesses, and some of us have created joint-venture companies to distribute our own books; California and Princeton have formed one such company; Harvard/Yale/MIT are another. These arrangements work well because there are significant economies of scale in sales and distribution; and we can engage in them without impinging upon the editorial independence of each particular press.

Just as we might take a successful model in book distribution and apply it to journals, so we might also take strategies that have worked well in publishing

journals and apply them more broadly. The transition to digital publishing in journals has not yet found its parallel in the book world. This is not a failure on the part of university presses; readers, for the most part, still prefer to have their books in print format, for reasons that are fairly obvious. What works for a 30-page journal article doesn't work for a 300-page book. That said, there are clear signs about the future. Libraries are purchasing packages of books in electronic form, and there are indications that libraries will choose electronic over print versions when given the opportunity. For specialized scholarly books, which are more likely to be used for reference rather than read cover to cover, the ability to search in electronic editions makes such packages attractive. Scholars are beginning to seek the ability to include supplementary materials, in digital form, with their publications—additional images, film clips, musical examples, datasets. Others are creating altogether new forms of scholarly publication that simply cannot be contained in the traditional book or journal formats. University presses must figure out ways to embrace this kind of publishing if we are not to become obsolete. Up to now, most of us, if we publish books in digital form at all, license to e-book vendors, who sell individual e-books through online companies like amazon.com; and aggregators like Netlibrary and Ebrary, who package large numbers of books and sell them to libraries. But, sales of stand-alone e-books are minimal so far, and fees from licensing to aggregators are small. The danger is that, for our more specialized scholarly books, revenues from these various e-book options will usurp our print sales; and the licensing revenue doesn't begin to equal the sales revenue. What to do?

One alternative that is being much discussed among American university presses at the moment is creating a means to publish e-books ourselves, possibly by piggybacking on journals technology, or possibly by collaborating with other university presses – in effect, a Project Muse for books. Oxford University Press has already started doing this with its Oxford Scholarship Online, which packages books in specific subject areas for sale to libraries. Oxford, along with Cambridge, is big enough to do this on its own; the US-based university presses are not. If smaller university presses are to enter this market, therefore, we must collaborate among ourselves. There are various ideas for such a collaboration under discussion at the moment, although nothing concrete has emerged so far. Any such collaboration will need to include a technology partner—perhaps one of the same ones we use for journals, or perhaps one of the several e-book platforms now competing for our attention.

Developing digital publishing, especially those works that move beyond the traditional book/journal formats, obviously requires investment —investment in technology, yes, but also investment in people to develop and market the content.

The potential rewards are great, but the upfront financial commitment is a major barrier for under-funded, nonprofit university presses—especially at a time when our traditional sources of revenue are not growing. Hence my point earlier that we need to look beyond our traditional sources of revenue. In the US, many university presses are beginning to emulate other nonprofit cultural organizations like museums and opera companies in raising funds from philanthropic sources to help support their programs. My own press now realizes about six percent of its annual revenue from private fundraising – a modest percentage, to be sure, but one that allows us more flexibility in what we publish. We think of our outside fundraising in two ways: funds to support the kind of publishing that will never pay its way in the marketplace, like specialized books in the humanities; and investment capital for projects that we think will recoup their costs eventually, but will take years to develop. I used to see this outside fundraising as a necessary evil; the ideal scenario, I thought, would be to achieve a mix of publications that would allow us to operate successfully as a business. More recently I’ve become persuaded that this is just not possible IF we are to continue publishing serious scholarship. And we definitely need outside sources of funding if we are to invest in new forms of scholarship—and compete with commercial publishers in doing so. It’s a bit of a vicious circle: new forms of publication, such as electronic reference works, offer the potential for significant new revenue, but require money to develop—money that most university presses don’t have. Project Muse, which I mentioned earlier, is now very profitable; but it was developed with grants from the Mellon Foundation, which also supported early efforts in e-publishing at a number of other university presses (including California). I realize that in Europe there is less of a tradition of private philanthropy and greater government support of arts and cultural organizations, so perhaps in the European setting we would look to government funding, rather than philanthropy, to supplement sales revenue in supporting university presses.

I also think we need to look to universities themselves to provide more support for scholarly publishing, which gets me to my last point, about the need for presses to integrate themselves more fully into their universities. My impression is that the Spanish university presses are more closely linked to their home institutions, and receive a higher percentage of their revenues from their universities; but it also seems that there is an effort to gain a greater degree of independence for university presses. Functioning as an independent organization is a good thing, in my opinion, but in the US, we may be going too far in that direction.

There are several advantages to aligning ourselves more closely with our universities:

- They have prestige and visibility

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

- They are sources of innovative publishing opportunities. Our best sources of creative ideas about new ways of publishing scholarship are likely to be our own faculty.
- They have significant technological resources, at least some of which can be deployed in the service of publishing. University of California Press, for example, makes about 2000 books available electronically through the UC digital library, at no cost to the Press.
- They have significant financial resources. The challenge here, of course, is to persuade university administrations that publishing activities should share in those resources to a greater extent. In this endeavor, we are fighting against the trend of the last 30 or 40 years, during which university presses have established themselves as largely financially independent businesses.

How to do this? I've been talking about how presses can benefit from a closer connection to their universities; let me turn the question around and ask how universities can benefit from a closer alliance with their presses (and, by implication, from investing more resources in their presses.)

- Universities want scholarship made available at a reasonable price, as is evident from the outcry in recent years over the high cost of commercially-published scientific journals. University presses provide a nonprofit alternative to the commercial publishers.
- Universities want to support innovation in scholarship. With the right kind of technical and financial support, university presses can develop the publishing outlets for scholars who want to take advantage of new technologies to disseminate their work. Our business orientation is an advantage here, in that we have the skills to create business models for new publishing products. Not all experimental forms will find a commercial market, but some can recover at least a portion of their cost from sales. As publishers, we are the people who understand how to shape content and how to market and sell scholarship. We are the ones who can make this happen.
- Increasingly, I think universities want to see the results of their faculties' scholarship pushed out to audiences beyond the academy. In the US, this may be more important in public universities, which typically have public service as part of their stated missions. In the University of California, a long-range planning process currently underway states quite explicitly that the University wants to help scholars communicate their research results in ways that will help practitioners (teachers and health care professionals, for example); influence public policy; and influence public opinion. Publishing—and

publicizing—research results is obviously a very important part of this endeavor.

The challenge for presses is to make the case to their universities that these functions are worth supporting. What we are beginning to do in the University of California is to think of scholarly publishing as a broad university enterprise with the press as its core, but collaborating with the digital library and other units within the university that engage in various kinds of publishing activities, such as research institutes. We even have some ideas, very rudimentary at the moment, for working with the University-operated TV station. We are identifying research strengths and priorities and surveying faculty about their needs and preferences in publishing their work. Our goal is to create programs in line with these needs and research priorities, whether that means starting journals, monograph series, or designing new publishing formats. Part of our motive is to create those new programs before the commercial presses do. We are starting to think about publishing as part of the research infrastructure, much like the computer network and the library.

Am I suggesting that we give up our independent, market driven programs? Absolutely not. Our time-honored book and journal programs are a major source of revenue, even if they can no longer support our operations 100 percent. In addition, they are a very significant way of getting scholars' work out to broader audiences.

So, to conclude, what might the future university press look like?

- It will maintain its core programs, but move into new formats, especially digital distribution of books and journals and the creation new, largely digital formats.
- It will stand at the hub of a web of connections, with other university units (especially libraries), presses at other universities, other cultural organizations, and commercial vendors offering specialized services.
- It will be supported by a mix of sales revenue, university funds, and private and/or government support.



## LOS LIBROS UNIVERSITARIOS: ¿SUGIERE ALGO NUEVO EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR?

**Maite Martínez**

*Directora de la Unidad de Innovación Docente en Educación Superior (IDES) de la Universidad Autónoma de Barcelona*

Seguramente hacerse esta pregunta desde mi posición como responsable de la Unidad de innovación docente de educación superior (IDES) es algo paradójico pues significa que doy por sentado que existe una realidad actual universitaria diferente de la otra realidad que existía antes del **Espacio de Educación Superior** (EEES). Pero El plantearme la participación en esta mesa redonda me ha hecho reflexionar acerca de ambas realidades.

Apuntaré algunas ideas que en el marco que nos ocupa, la edición universitaria, nos sirva a todos para reflexionar y compartir esas realidades.

Es inevitable que al hablar del EEES retomemos aquellos términos que actualmente están centrando la atención para los responsables de ordenación académica, los docentes y los estudiantes.

Como afirma Rorty (1996), el momento actual está imbuido de un gran dinamismo y para salir airoso necesitamos un vocabulario completamente nuevo. El diseño y la aplicación de un currículo no tienen que ver con las competencias y los resultados predeterminados, sino más bien con el diseño de los personajes de una novela que mantienen una conversación que se va armando creativamente a medida que ellos avanzan en la acción. Eso me hace pensar que las realidades a las que alude el EEES se sitúan en un continuo y conviven en la realidad universitaria representando la escena adjudicada de la obra teatral.

Así, el escenario se abre con un título: **Formación por competencias.**

Este término, que parece surgir como novedoso en un mundo de conocimientos, es antiguo para los que en su día estudiamos las aportaciones de McClelland allá por los 70. Este investigador acuña el término de competencias a esas características intrínsecas a la persona que aparecen a lo largo de la vida unidas al conocimiento y que dan sentido al resultado de las acciones que la persona finalmente realiza.

La formación por competencias nos remite a una de las cuestiones que actualmente están generando “resistencias” entre los docentes. Estos se cuestionan: ¿implica reducir conocimientos el tener que fijar la atención en las competencias? Es una cuestión interesante que nos hace reflexionar sobre la cantidad y calidad de los conocimientos que en un corto espacio de tiempo, un curso escolar, o un cuatrimestre, queremos que el estudiante asimile o memorice. No somos conscientes muchas veces, que éstos, a lo largo de la vida, se ampliarán y hará a la persona competente en un sentido más amplio.

Educación en competencias es educación en conocimientos, pero implica **rediseñar los contenidos** orientándolos hacia una formación de las personas en donde queden las bases establecidas y la profundización de la materia suficientemente claros, para garantizar su desarrollo personal y profesional en una sociedad del conocimiento.

La metáfora, de los personajes de la novela que decía Rorty, quizá se explica pensando que el diseño de la planificación de una titulación por competencia implica una **relación profesor alumno** hacia una formación global de la persona, en la que se valoren otros aspectos más allá de la adquisición de los simples conocimientos; teniendo presente que, si después estos conocimientos no sirven para definir y solucionar problemas de la realidad o del área específica del conocimiento, significa que la formación no está siendo efectiva.

No es por tanto quitar materia sino redefinir aquello que se quiere que el estudiante aprenda para esta sociedad y la del futuro. Lo que resulta sugerente es que el docente se cuestione los contenidos y no las metodologías de enseñanza-aprendizaje.

Intentando bajar este pensamiento a la realidad del aula, al desarrollo de la escena en esa representación teatral, a la relación profesor estudiante, nos tropezamos con otros términos que afloran en el discurso de EEES: **Enseñanza-aprendizaje** al cual añadiríamos **activa y autoaprendizaje**.

Esta relación entre profesor y estudiante, paso importante en el aprendizaje, se establece sobre unos conocimientos concretos. El comprender éstos, es lo que desarrolla las competencias porque cuando aprendemos una teoría no solo avanza

nuestro conocimiento sino también la capacidad de reflexionar, de razonar, de aplicar, poniéndose así en marcha el aprendizaje.

Podríamos dar ejemplos variados de diferentes disciplinas y contextos muy distintos pero lo que quiero destacar con ello es que el proceso de aprendizaje depende de esos actores, de su capacidad y compromiso y del **diseño adecuado** que se haya hecho sobre todo el proceso de aprendizaje: el aula, lo que se va a decir y el material que se va a utilizar. Aquí aparecen los medios de información, cada vez mas introducidos en la docencia : las TIC o tecnologías de la información que dan soporte activo al aprendizaje y que no podemos obviar.

Es cierto que el aprendizaje está dirigido por el profesor pero ¿Cuánto es tarea del docente y cuánto del estudiante? Hay otras fuentes de aprendizaje que hacen al estudiante activo y que le convierten en el protagonista de este nuevo escenario. Estamos dando valor no sólo a lo que el docente da, sino también a lo que enseña a aprender (aprender a aprender).

Lo que pretende el proceso de Bolonia es repensar completamente los estudios universitarios, pasando del modelo tradicional de transmisión de conocimientos del profesor al alumno, a un modelo basado en el desarrollo de competencias en el estudiante. Es más importante saber hacer que simplemente saber.

La controversia se origina porque el EEES tendría que trabajar para elaborar una terminología acordada entre todos y basada en el concepto dinámico de desarrollo de competencias genéricas, tales como, el análisis y la síntesis, la independencia de criterio, la curiosidad, el trabajo en equipo y la habilidad para comunicarse; así como el desarrollo de métodos de evaluación que consideren el conocimiento, las habilidades y destrezas generales que deberá adquirir el estudiante.

Creo que este nuevo enfoque **centrado en el estudiante**, exige del profesor mayor dedicación y le obliga a programar permanentemente cualquier actividad que considere oportuna para conseguir el desarrollo de las competencias. Lo que implica que la clase magistral, el único libre de texto, disminuye significativamente su importancia y quedando reducida a aquellas situaciones donde siga siendo pertinente su uso.

El profesor ha de proporcionar los criterios necesarios para saber buscar, encontrar y seleccionar la información que se necesita para convertirse en conocimiento. Lo importante no es memorizar información, sino saber encontrarla (las fuentes de información superan las barreras geográficas de nuestro entorno habitual) y analizarla para llevar a cabo procesos de reflexión y crítica y síntesis de la información.

El tercer tópico que el EEES ha reforzado es un concepto claro desde el punto de vista social, la **diversidad**, y con ello deja una puerta abierta a que no sólo cada país, o cada profesor sea el actor de la planificación de la materia sino que la temporalidad de la formación, los momentos, a lo largo de la vida sean recogidos en ese nuevo espacio. Aprendemos a lo largo de nuestro recorrido por la sociedad de los conocimientos y accedemos a ese aprendizaje a través de diversidad de formas y maneras; el profesor, el libro, las tecnologías son acompañantes activos de nuestro recorrido. Entramos en escena de maneras muy diferentes y en momentos diversos ¿Se nos queda obsoleto el libro o, por el contrario, lo concebimos vivo para interactuar con él?

El EEES, no olvida que la educación superior debe estar en diálogo con las necesidades sociales y que éste es un proceso abierto y dinámico, pero que sitúa sus objetivos en una escala internacional y europea donde lo fundamental es la sintonización en términos de estructuras y programas de la enseñanza propiamente dicha. Es en este proceso de reforma en donde van a jugar un papel fundamental los objetivos que fije la colectividad académica y los perfiles académicos y profesionales que exige la sociedad, los cuales se puedan obtener a través de competencias y resultados de aprendizaje.

Estos conceptos que brevemente he querido destacar me permiten acercarme a los textos para reflexionar entorno a tres aspectos: *“lo formal: el decorado”, las competencias: la acción y los diferentes tiempos: la puesta en escena”*.

### **¿Deben introducirse cambios en los textos que apuestan por estar en el EEES?**

Creo firmemente que sí. Los conocimientos que el profesor, autor o autores, plasma en un texto universitario, dirigidos a los estudiantes en clave “Bolonia” como vulgarmente se esta utilizando, deberían ser presentados de tal forma que fomentaran el acercamiento a ellos, dejando claro cuales son los objetivos formativos que se pretenden alcanzar. Aquí aparece la primera diferencia. Un autor generalmente tiene unos objetivos no solo al redactar el texto sino también al plasmarlos, pero no piensa en “lo que el lector, estudiante puede conseguir si lee, aprende, comprende,..el texto”. Es decir, el centro de atención en el EEES no es el profesor ni la materia, sino que está en el estudiante. Ésto nos hace pensar que el texto que el estudiante tiene en sus manos debería tener presente las expectativas del estudiante e informarle de lo que tendrá que hacer y conseguir:

*El estudiante, al final de su lectura, será capaz de: analizar... comprender... sintetizar...o habrá trabajado...*

Simplemente centrando la atención en el estudiante obliga al profesor, como escritor del texto, a pensar como hay que presentarlo para que el estudiante interactúe con él.

El libro pasa a ser un espacio que:

- Alterne lo global o visión de conjunto con una visión por partes
- Plantee preguntas de anticipación, o relación, o comprobación o auto-evaluación
- Relacione lo que vamos aprendiendo
- Realice aplicaciones o proponga otras nuevas
- Proponga esquemas mentales, o mapas conceptuales
- Realce aquellas cuestiones que quiere destacar
- Etc.

Obviamente este material docente debe ser fácil de comprender y de aprender. Es cierto que muchos textos universitarios no son simplemente un vaciado de contenidos sino que al finalizar un capítulo o contenido temático hacen preguntas o reflexiones o incluso casos de resolución que obligan a trabajar al lector pero ¿por qué no indicarlo al inicio tal como se pide en la guía docente de un Módulo o materia? ¿No es el libro un complemento para ambos?

Vale la pena pensar en:

1. el libro no como receptáculo definitivo, sino como el repositorio en constante actualización. Esto tiene implicaciones poderosas porque habría que pensar más en su edición en función de cómo sería posible irlos actualizando, y
2. cómo contrastar el papel de libro de texto (que es siempre actualizable) con la promoción de consultas a textos de carácter clásico (que un libro de texto no debería suplir nunca, ya que funcionan como cimientos de una disciplina) y a fuentes de información actualizada, como journals y bases de datos.

### ¿Qué podemos decir de las competencias?

Esa forma de pensar el libro conecta con el concepto de competencia que ha pasado a ocupar un amplio espacio de reflexión en el currículo universitario. La formación por competencias implica una planificación de los aprendizajes desde la perspectiva profesionalizadora. Sin profundizar demasiado en el concepto, podemos afirmar que se trata de un **saber complejo** (integración de elementos que nos

permiten realizar tareas complejas), **integrado** (sus componentes están relacionados de una manera sistémica) y **adecuado** para una determinada situación o tarea.

Cuando asumimos una formación por competencias nos centramos en diseñar acciones curriculares que promuevan en el estudiante el conocimiento conceptual, el desarrollo de actitudes y la adquisición de habilidades. Acercamos al estudiante a una realidad y contexto social y profesional y lo hacemos con metodologías que faciliten el aprendizaje de prácticas en las que éste tenga que movilizar sus recursos.

Creo que una de las competencias transversales que estaremos de acuerdo en trabajar es el autoaprendizaje más independiente y activo. La incorporación de ese concepto que he señalado anteriormente y de otros materiales unidos al libro universitario tiene una serie de ventajas:

Permite enlazar recursos en diferentes formatos, vinculados lógicamente al texto que se presenta. Podemos por tanto introducir el tema de las competencias en el texto, recurriendo a situaciones, casos o contextos comunes pero universales, no focalizados en características particulares o casi “familiares” que no permiten el trabajo de las competencias porque el lector tiene que imaginar tantas cosas que seguramente será la imaginación y no otra cosa la que se desarrolle. El EEES habla de diversidad y transversalidad y el libro tiene que cruzar fronteras que permitan moverse en un mundo global.

3. Habría que intentar aprender algo de las formas en que los propios estudiantes gestionan y comparten información y apuntes a través de la red (ejemplos hay muchos, y tienen implicaciones importantes: el material puede ser o no de buena calidad, pero es un recurso que se aprovecha).

Recordemos que hemos hablado de la sociedad del conocimiento y de los actores diversos que construyen la realidad.

### ¿Qué podemos decir del tiempo?

La controversia se fundamenta porque se trata de una concepción radicalmente diferente de la docencia universitaria. Ahora la unidad de medida es el crédito europeo, que recoge todas las actividades que realiza el estudiante para adquirir determinadas competencias o habilidades. Las materias ya no se definen en función de los conocimientos a transmitir y de las horas que tiene que dedicar el profesor a impartirlos, sino en función de las competencias que hay que desarrollar en los estudiantes en cada caso; lo que conllevaría a la configuración de un estudiante más activo, participativo y responsable de su propia profesionalización.

Desde la perspectiva actual, un elemento importante en el aprendizaje de los estudiantes lo constituye “el tiempo de trabajo”. Hasta ahora no ha sido un elemento que nos haya preocupado excesivamente cuando hemos pensado en la materia a impartir ni cuando nos hemos puesto a escribir el texto universitario. Como mucho, hemos hipotetizado que tantas paginas de lectura son tantos minutos o que tal artículo requiere para el estudiante tanto tiempo en lectura y realización de lo propuesto.

El EEES nos recuerda que no sólo se aprende en el aula sentado escuchando sino también haciendo y por lo tanto una asignatura materia o Módulo de contenido temático, debe tener en cuenta toda la carga de trabajo que le supone al estudiante aprender esos objetivos formativos que hemos diseñado y adquirir esas competencias que hemos tenido que poner en práctica. ¿Por que el libro no ayuda a la gestión del tiempo?

Parece obvio que en ese acompañar el proceso de aprendizaje, un texto debería tener contenidos, acciones y autoevaluación y finalmente control de cuanto tiempo he necesitado para asimilar, resolver, actuar... de acuerdo a lo solicitado. El autocontrol del tiempo seguramente es una competencia del siglo XXI en un mundo que trabaja a ritmo rápido, excesivamente rápido, yo diría, y no siempre gestionado correctamente.

Resumiendo sería adecuado desear que los libros de texto fueran un nódulo flexible, facilitador, abierto.

4. Pensar en los libros de texto como un andamiaje, una guía para el proceso del estudiante. Es decir, un libro de texto no tiene por qué contener TODO lo necesario para un curso, (de hecho, debería evitar caricaturizaciones de los contenidos, la presentación de teorías, modelos, etc, como si se tratase de cosas inamovibles, indiscutibles) sino introducciones, orientaciones, pistas, presentación de debates, etc. Es decir, han de ser unos verdaderos facilitadores en el proceso, y no un medio de evitar que el estudiante busque, lea, se posiciones frente a debates, etc.

En definitiva debemos concebir el texto universitario alineado al lenguaje que utilizamos en el aula, al discurso que estamos construyendo, y con posibilidades de actuar en él y con él.

## **Bibliografía**

CANNON R, NEWBLE D: *A handbook for teachers in universities and colleges*. 4ª ed. London: Kogan Page, 1999.

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

CEBALLOS, M. Y ARIAUDO M.: *La trama de la gestión educativa y de su gestión directiva*. Córdoba, Argentina: Yammal Contenidos, 2005.

RORTY, R.: *Contingencia, ironía y solidaridad*. Barcelona: Paidós, 1996.

BAUTISTA VALLEJO, J.M.: *La Universidad y su espacio europeo en la encrucijada de la calidad*. Huelva: Hergué, 2004.

# LOS NUEVOS MATERIALES PARA LA DOCENCIA UNIVERSITARIA EN EL MARCO DEL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

**Salvador Carrasco Calvo**

*Jefe de la Sección de Universidad del ICE de la Universidad de Barcelona*

En primer lugar deseo *agradecer* a la Dra. Magda Polo su invitación para participar en esta Mesa Redonda sobre la edición universitaria en el marco del EEES. Hablo desde la experiencia del Instituto de Ciencias de la Educación, de la Universidad de Barcelona.

Mi *propósito* es presentar las líneas de trabajo que estamos siguiendo en la publicación de materiales para la docencia universitaria, en el marco del EEES, y explicitar algunas de las cuestiones que, de cara al futuro, tenemos planteadas.

## **1. Un entorno cambiante**

Si alguna nota caracteriza el contexto en que trabajamos es la del cambio estructural. Vivimos en una situación marcada por el conocido como “Proceso de Bolonia”, que exige también a las universidades cambios estratégicos y metodológicos.

La Universidad, como institución, con o sin “Proceso de Bolonia”, tiene ante sí una serie de desafíos que constituyen auténticos retos. La creación del EEES no deja de ser una estrategia de las universidades europeas para dar una respuesta cabal a los mismos. Para nosotros constituye una oportunidad que nos permite avanzar líneas de trabajo que faciliten el cambio en la cultura docente universitaria. Un cambio en las metodologías docentes; en la planificación; en la manera de entender la enseñanza y el aprendizaje; en el planteamiento de formas alternativas de eva-

luación; en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos formativos; en la manera de concebir y realizar la orientación y la tutoría del alumnado; en la preparación de nuevos materiales de trabajo, que faciliten la implantación de un modelo que tenga bien presente la mirada del alumnado, como aprende el estudiante universitario y como debe, quizás, desaprender y volver a aprender el profesorado. Es lógico que, en este foro, insista en que necesitamos materiales que sirvan de apoyo y den soporte a los procesos de innovación docente a pie de aula, desde la proximidad a las necesidades sentidas y formuladas por el profesorado y por las instituciones universitarias, en el contexto en que nos movemos.

Nuestro primer reto ha sido la tensión que implica la voluntad de partir de la realidad de los centros, de las titulaciones, de los departamentos y de las aulas, de la práctica docente, para hacer de ella una experiencia reflexionada, que responda a los estímulos de la ola renovadora que se vive en la universidad actual, no sin contradicciones y limitaciones.

En los últimos quince años hemos podido conocer muchas experiencias de innovación docente, nacidas en la base misma del sistema y potenciadas por las instituciones universitarias, con programas de ayuda a la innovación. Ultimamente, de la mano de iniciativas institucionales, hemos tenido planes piloto en diversas titulaciones que nos han planteado las nuevas necesidades del sistema universitario. Hemos tenido que adaptarnos a nuevas exigencias con nuevos programas de formación e innovación, con nuevos materiales y con nuevas ideas. Nos gusta decir que los cambios pretendidos, sobre todo metodológicos, deben realizarse en buena parte por la vía de la persuasión y el convencimiento de los agentes que intervienen. Contamos con el tiempo como un aliado estratégico de primer orden. Pretendemos cambios que sólo pueden ser pensados como objetivos a largo y medio plazo. Somos conscientes de que se nos plantean muchas cuestiones de carácter global y general, que sólo parcialmente (y con no poca suerte) tendrán respuestas satisfactorias a largo plazo.

Sin embargo, conviene insistir en que los cambios deseados han de contar con la complicidad del profesorado y del alumnado: de bien poco servirá cambiar las estructuras, los currículos, los sistemas de créditos e incluso, disponer de los espacios físicos idóneos y los recursos materiales, si los universitarios no hacen suyos los nuevos proyectos, los hacen visibles y creíbles en la vida académica. La tarea a hacer es inmensa y para corredores de fondo: afecta a las mentalidades colectivas y a la práctica docente universitaria. La cooperación interuniversitaria, la retroalimentación entre las redes universitarias, es una necesidad. Me alegra poder afirmarlo en este foro y abrir un interrogante: ¿cómo podemos avanzar en una mayor y mejor coordinación de objetivos y actuaciones?

Nuestras publicaciones están afectadas por todas estas cuestiones que he presentado bajo el epígrafe de “un entorno cambiante”. Efectivamente, la combinación de todas estas realidades nos ha obligado a adaptar estructuras organizativas, a reorientar programas de formación, a revisar la orientación y las líneas prioritarias de nuestras publicaciones. No está siendo sencillo, pero puedo asegurarles que es apasionante, motivador, creativo y arriesgado; que obliga a tener una visión global y a no perder de vista la realidad de las aulas y la vida académica cotidiana; a trabajar en equipo y buscar los mejores colaboradores posibles, mejores que uno mismo; y, sin duda alguna, también, a preguntarse, de vez en cuando, cuál es el momento de dejar paso a otros, para volver a la cantera, si me permiten la expresión, a proseguir con las tareas de siempre.

## **2. Las publicaciones**

### **2.1. Análisis de la situación y detección de necesidades**

La Universidad de Barcelona encomendó en su Estatuto al ICE la formación del profesorado de la propia universidad, siendo esta la tarea que desarrolla la Sección de Formación del Profesorado Universitario, que dirijo. Existe también la figura de los coordinadores de formación en cada uno de los veinte centros, con los que constituimos un Consejo de Coordinación, como instancia común en la que compartimos el análisis de las necesidades de formación, la preparación de iniciativas y proyectos concretos y los recursos disponibles, suficientes aunque escasos. Contamos también con la colaboración de un grupo de expertos en Educación Superior, integrados en un Seminario Permanente, que ayuda a la reflexión sobre nuevas tendencias y cuestiones emergentes a tener en cuenta. Aunque nuestras publicaciones dependen de los respectivos Consejos de Redacción, integrados por profesores procedentes de diversas áreas de conocimiento y de ámbitos académicos distintos, somos deudores, sin duda alguna, del proceso de debate y discusión de estas otras instancias. Intentamos responder, en buena parte, a la detección de necesidades que en ellas se realiza, de hecho, aunque son estructuras organizativas pensadas para dar respuesta a otros objetivos y necesidades.

### **2.2. Los “Cuadernos de Docencia Universitaria”**

La primera línea de publicaciones que abrimos, en el marco del EEES, fué una colección de “Cuadernos de Docencia Universitaria”. Hasta la fecha, entre 2004-2007, hemos publicado, en lengua catalana, ocho Cuadernos. Con los títulos siguientes:

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

*Plan Docente: planificar las asignaturas en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior.*

Autor: Artur Parcerisa.

*La evaluación de los aprendizajes: construcción de instrumentos.*

Autor: Antoni Sans.

*Evaluación alternativa de los aprendizajes.*

Autores: Joan Mateo y Francesc Martínez.

*Metodología participativa en el aula universitaria. La participación del alumnado.*

Autores: Francesc Imbernon y José Luis Medina.

*El debate sobre las competencias en la enseñanza universitaria.*

Autores: Josep Carreras y Philippe Perrenoud

*Enseñar y aprender con TIC en la universidad.*

Autoras: Anna Escofet; Anna Alabart y Gemma Vilà.

*La investigación sobre la docencia en la universidad: El uso de entornos electrónicos en la educación superior.*

Autores: Begoña Gros y Paul Kirschner.

*Evaluación continuada y enseñanza de las competencias de autorregulación.*

Autores: César Coll, M<sup>a</sup>José Rochera, RosaM<sup>a</sup> Mayordomo y Milagros Naranjo.

Como se indicó antes, los Cuadernos se editaron en catalán, en formato papel electrónico, con licencia Commons. A partir del mes de septiembre también estarán disponibles en la web del Instituto en castellano. Hoy, ya consolidada la colección, podemos dar nuevos pasos adelante.

La colección comenzó con la publicación de documentos de trabajo que eran resultado o consecuencia de seminarios, talleres u otras modalidades de formación, realizadas en el marco del ICE, para la próxima implantación y preparación del EEES. Algunos de estos materiales serían utilizados y validados por un comité evaluador en un Seminario de ámbito estatal.

En este curso académico se ha renovado el diseño y la línea de estas publicaciones, de cara a la nueva etapa que emprendemos de publicación bilingüe de los textos. Los Cuadernos pretenden publicar y difundir propuestas de referencia rigurosa y carácter general, que ayuden a clarificar conceptos claves; estrategias docentes y buenas prácticas de planificación, metodología y evaluación de enseñanza-aprendizaje; y técnicas y tácticas, de marcado carácter didáctico, presentadas en materiales y propuestas concretas de trabajo y reflexión sobre la práctica de equipos disciplinares o interdisciplinares.

Como se afirma en la contraportada de los Cuadernos, pretendemos hacer de esta colección un referente y un instrumento útil para la construcción de una práctica docente reflexionada y crítica, que responda a los retos que la Universidad

tiene hoy planteados e impulse nuevos avances en la mejora del ejercicio profesional docente, en el ámbito de la Educación Superior y del nuevo Espacio Europeo.

### 2.3. Colección Educación Universitaria

En colaboración con la Editorial Octaedro, publicamos una colección de libros dirigida, especialmente, al profesorado universitario, a los responsables de la gestión universitaria y a cuantos se interesan por la docencia en la universidad. Se trata de poner a su disposición la opinión de los expertos y la experiencia de los profesionales de la docencia, de manera que sirvan para una reflexión creativa, para mejorar la calidad de la docencia universitaria, y, en el marco del EEES, ayude a redefinir las funciones del profesor y facilite la adopción de nuevas estrategias y metodologías docentes. Desde el año 2004 hemos publicado siete títulos:

*Ser profesor . Palabras sobre la docencia universitaria.*

Autoras: Begoña Gros y Teresa Romañà.

*Manual de tutoría universitària. Recursos para la acción.*

Autores: Sebastián Rodríguez (coord.).

*Materiales para la docencia universitaria. Orientaciones para elaborarlos y mejorarlos.*

Autores: Artur Parcerisa (coord.).

*El portafolios del profesorado universitario. Un instrumento para la evaluación y para el desarrollo profesional.*

Autora: Elena Cano.

*El espacio europeo de educación superior, un reto para la universidad. Competencias, tareas y evaluación, los ejes del curriculum universitario.*

Autor: Jesús M<sup>a</sup>. Goñi.

*La carpeta de aprendizaje del alumnado universitario. La autonomía del estudiante en el proceso de aprendizaje.*

Autores: M. Teresa Colén, Núria Giné y Francesc Imbernon.

*Propuestas para el cambio docente en la universidad.*

Autores: M. Martínez y Salvador Carrasco (coords.).

Un Consejo de Redacción mixto (Octaedro/ICE) y pluridisciplinar en lo Académico, selecciona y supervisa las obras que se publican. Durante este año abriremos una nueva línea de libros, dentro de la colección, dedicada a obras de didáctica de las distintas disciplinas, para ayuda y refuerzo de procesos de aprendizaje autónomo. La primera obra se dedicará a la resolución de problemas de Física.

Por su parte, Publicaciones y Ediciones UB publicó, el año 2006, un libro Web, de J.A.García Suárez, titulado *Què és l'Espai Europeu D'Educació Superior. El repte de Bolonya: preguntes i respostes.*

### 3. Nuevas cuestiones y nuevas oportunidades

- El proceso de convergencia entre las universidades tiene un ritmo previsto e imparable. Al avance del EEES hay que añadir ahora la iniciativa del Espacio Iberoamericano de Educación Superior, que ha comenzado a dar los primeros pasos, con el anuncio de que se intensificará la movilidad y el intercambio entre alumnado y profesorado y la celebración de unos encuentros de cumbre entre autoridades académicas y políticas. La elaboración de materiales que respondan a las necesidades compartidas de ese nuevo Espacio de Educación Superior es una nueva cuestión a tener presente al pensar nuestras publicaciones.
- Las posibilidades que da el castellano como lengua y los amplios contactos e intercambios que mantienen nuestras universidades con las de habla hispana, son un factor creador de nuevas oportunidades y mercados. Estos contactos nos invitan a explicitar y formular intereses comunes y a combinarlos con las necesidades derivadas del contexto europeo en el han nacido nuestras publicaciones.

Para acabar, creo que vale la pena hacer referencia a documentos, informes y declaraciones de organismos diversos sobre la educación superior en el siglo XXI, en la medida en que ofrecen marcos generales de acción prioritaria para el cambio y el desarrollo de la Educación Superior; señalan objetivos prioritarios para las universidades a nivel global o indican el ritmo de “Proceso de Bolonia”, lo evalúan y lo proyectan al futuro. Una atenta lectura de dichos textos ayuda, sin duda, a estar atentos a cuestiones estratégicas que debemos considerar en nuestra línea editorial.

## TRANSGRESIONES DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

**Sayri Karp Mitastein**

*Directora de la Editorial Universitaria de la Universidad de Guadalajara, México*

Sin duda es para mí un honor estar este día con ustedes, porque además del respeto, la admiración y la amistad que me une a Magda Polo, el impulso que este congreso internacional hace de la edición universitaria, es un esfuerzo loable que permite nuevamente el diálogo entre las editoriales universitarias de España, Estados Unidos y Latinoamérica, y en el cual me encanta participar.

Este congreso refuerza y da continuidad a los foros internacionales de edición universitaria, realizados en 2004 y 2006 en el marco de las actividades para profesionales de la Feria Internacional de Libro de Guadalajara, organizados de manera conjunta por la Unión de Editoriales Universitarias Españolas, la Red Nacional Alttexto y la Editorial Universitaria y la FIL de la Universidad de Guadalajara.

Además, este congreso hace realidad el compromiso conjunto de llevar a cabo la profesionalización continua de los responsables de las áreas editoriales de las instituciones de educación superior de ambos lados del océano Atlántico.

Asimismo, tengo también el honor, y la gran ilusión, de estar en Barcelona, ciudad que hace unos años contaba con más librerías que toda la República mexicana.

La edición universitaria en México está muy lejos de pertenecer al panorama de la modernidad. Aunque algunas editoriales universitarias han logrado un desarrollo significativo, tanto en sus fondos editoriales como en la comercialización de los mismos, la gran mayoría funciona todavía como taller de servicios editoriales, publica sin lineamientos definidos, trabaja en condiciones vulnerables y padece los típicos problemas, casi endémicos, que ya todos conocemos: carencia de criterios académicos claros, 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, sólo por citar unos cuantos.

La situación empeora cuando tomamos en cuenta la crisis económica y el deterioro permanente que ha sufrido la educación en todos sus niveles, la carencia alarmante y generalizada de hábitos de lectura y lo precarios que son los programas de promoción a la lectura, la desventaja con la edición académica de las editoriales privadas, y la competencia con los medios electrónicos de comunicación, por si nos faltara alguna otra calamidad.

Al escuchar en este congreso, así como en algunas reuniones anteriores, a nuestros colegas de Estados Unidos, me doy cuenta que se encuentran a años luz de distancia respecto de nosotros. Todo ello sin tomar en cuenta a los que desde hace muchos años forman parte de las ligas mayores, como Oxford, Cambridge, Princeton, California, para poner un ejemplo. Muero de envidia cuando leo la propuesta de trabajo de la reunión anual de la Asociación de Editoriales Universitarias Estadounidenses (AAUP), o cuando escucho cómo trabaja y cuáles son los objetivos y metas del departamento de marketing de la Chicago University Press; departamento que, por cierto, tiene más personal que toda la Editorial de la Universidad de Guadalajara.

Y por las diferentes y aleccionadoras reuniones que hemos sostenido con las editoriales universitarias de Latinoamérica, y México, me queda claro que en ocasiones vuelve a ser necesario regresar al principio, ya que todo edificio comienza a construirse por los cimientos, y responder otra vez a las preguntas básicas: por qué publica una universidad, quién y qué publica, para qué, para quiénes y cómo lo hace.

Está claro que las universidades cumplen una función social, y si lo que decía Heine era verdad, que “donde se quiere a los libros también se quiere a los hombres” está claro que las editoriales universitarias también tienen una función social. La labor que realizamos es un medio indispensable para que las instituciones cumplan con sus fines y objetivos académicos y culturales; es un medio para apoyar la docencia, difundir los resultados de investigación y para divulgar la cultura generada en la propia universidad.

No nos engañemos, el nuestro es un oficio de minorías, al menos en México, y aunque contamos con una larga y rica tradición en materia cultural y editorial, nuestro contexto actual convierte el reto que enfrentamos en una empresa grande y difícil: es urgente fortalecer y modernizar la producción y las áreas de publicaciones empezando por la formación de profesionales especializados a cargo

de los diferentes departamentos: dirección, producción, administración, promoción y ventas.

El problema más extendido entre las editoriales universitarias, según lo hemos detectado, es la falta de procesos de distribución y venta, y la falta de puntos de venta adecuados para los libros académicos.

Por ello, la Red Nacional Altexto, creada oficialmente en la FIL Guadalajara el año pasado, está impulsando un proyecto de creación de una distribuidora y comercializadora de los fondos universitarios, proponiendo que cada una de las instituciones de educación superior de nuestro país, empezando por las públicas, que son aproximadamente 70, de las cuales 32 son integrantes de la red, y esperamos que a la brevedad se sumen otras 10, tenga al menos una librería en su campus.

Trabajamos junto con la Asociación de Libreros Mexicanos (ALMAC) una propuesta de librería prototipo, la cual albergará principalmente el fondo editorial de la institución en cuestión, los fondos de las otras universidades integrantes de la red, y con apoyo de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, fondos de las editoriales privadas con descuentos razonables y en consignación a largo plazo (más o menos 3 años), para darle oportunidad a cada librería de crecer y lograr el punto de equilibrio lo antes posible.

Para el éxito de este proyecto, cada institución deberá proporcionar un espacio adecuado (más o menos 80 metros cuadrados), ubicado en un lugar transitado y personal para su operación, y tener la capacidad de recibir un surtido amplio de libros para satisfacer las necesidades y demanda de los estudiantes, profesores y de la sociedad en general.

Cabe mencionar que la Asociación de Libreros Mexicanos también se compromete a realizar cursos de capacitación al personal responsable de estas librerías y a brindar asesoría en los casos difíciles.

Para que se den una idea del panorama de este momento vale decir algunos datos: de acuerdo con las cifras de la Cámara, existen en México 500 librerías para un poco más de 100 millones de habitantes; de las cuales 366 venden sólo libros. (Desgraciadamente, ha desaparecido cerca del 40 por ciento de las librerías en los últimos años.) Esto quiere decir que tenemos una librería por cada 250 mil personas, y la cosa se pone peor cuando uno se entera de que el 40 por ciento de las 500 librerías está ubicado en la ciudad de México; 34 por ciento se distribuye entre las principales capitales de los estados de Jalisco, Nuevo León, Estado de México, Baja California y Veracruz; y el restante 6 por ciento se localiza en diversos municipios aislados. Lo cierto es que la mitad de los estados de la República mexicana cuenta con apenas 1 o 2 librerías.

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

También es necesario agregar que las universidades mexicanas cuentan en total con 63 librerías propias, de las cuales 24 están en la capital.

La realidad, evidente a simple vista, es muy triste. Por eso es vital fomentar y estimular la edición, distribución y comercialización del libro académico; fomentar y apoyar el surgimiento y desarrollo de librerías, y hacer accesible el libro en igualdad de condiciones en todo el territorio nacional para aumentar su disponibilidad y acercarlo al lector; y de esta manera fortalecer la cadena del libro y promover la producción editorial universitaria.

Pero intentemos olvidar estos tristes datos y hagamos un poco de historia. (Voy a aprovechar, por supuesto, la experiencia que hemos tenido en la Editorial Universitaria de la Universidad de Guadalajara.)

Entre 1992 y 1996 la Universidad de Guadalajara impulsó por primera vez en México la maestría en edición, y de que este esfuerzo sin precedentes, liderado por Jesús Anaya, tuvo gran trascendencia y fue histórico en muchos sentidos: por la minuciosa estructuración de su currícula, porque abarcó todo el proceso editorial, porque sus maestros fueron de los mejores profesionales del país y de otras partes del mundo, porque correspondió a los requerimientos urgentes de la industria de contar con profesionales en el ramo editorial, porque formó egresados con un profundo conocimiento del oficio y porque antes de aquello no había nada parecido.

Fue genial, pero a pesar de todo, la manera de hacer los libros dentro de la propia institución no se desarrolló a la par de este proyecto y poco a poco el área de publicaciones se fue rezagando cada vez más de las necesidades de la universidad y su comunidad académica, y más que resolver un problema se convirtió en un cuello de botella.

Por esta situación se tomó la decisión de descentralizar el presupuesto de publicaciones hacia los diferentes centros universitarios, para que éstos se hicieran cargo de publicar las monografías y revistas especializadas, y se decide crear una empresa editorial, cuya misión sería conformar un catálogo con la finalidad de apoyar la enseñanza y fortalecer la labor docente en los niveles medio superior y superior, así como impulsar la divulgación del conocimiento, promover la cultura y acercar la vida universitaria a toda la sociedad desde una perspectiva comercial y accesible.

Esto que parece obvio y evidente ha sido para nosotros todo un desafío que nos ha llevado a reflexionar y a definir una y otra vez el rumbo de la editorial, a replantearnos el quehacer cotidiano, el oficio y las responsabilidades del editor universitario.

Y es que desde la creación de la editorial se nos planteó la obligación de ser autosuficientes. Este simple hecho cambiaba la perspectiva tradicional de subsidio y nos obligaba a establecer un esquema distinto de trabajo.

Sabíamos entonces que debíamos convertirnos en una empresa universitaria capaz de hacer especialmente manuales y monografías (y conste que no hay peor monserga que la de editar libros de texto), libros que fueran funcionales, pero también estéticos, que cumplieran con los requerimientos metodológicos definidos por las necesidades de docencia y fueran al mismo tiempo atractivos, con portadas reconocibles a primera vista, hermanos unos de otros, con personalidad, colores brillantes, libros que retaran a los estudiantes a pensar, ya no de otro modo, sino simplemente a pensar, imaginar, reflexionar, y hasta reír. Libros con capacidad de seducir a los jóvenes, a los no lectores, a los no alumnos, a los que nunca pisan una librería ni entran a una biblioteca, libros que pudieran ser artículos masivos, a bajo costo y con precios accesibles y capaces de obtener ganancias suficientes no sólo para sobrevivir, sino para publicar un montón de cosas más y aún así tener utilidad.

Es así que nuestro trabajo se convirtió en una trasgresión, si entendemos trasgresión como romper los moldes, desafiar las normas e inventar soluciones distintas para resolver los viejos problemas, y no sólo como un concepto con connotaciones negativas; se convirtió en un intento por hacer publicaciones de forma alternativa a la inercia tradicional del quehacer editorial universitario: libros académicos feos, solemnes, aburridos, con tipografía minúscula para ahorrar papel, con la indicación de “vaya usted a comprar una lupa a la papelería más cercana si me quiere leer”, o bien con la advertencia “léame sólo en noches de insomnio”; libros sin relación entre las diferentes obras que conforman un mismo catálogo, y que parecen inventar el hilo negro en cada nuevo título.

Al respecto, Roberto Calasso mencionó hace unos años en el Foro Internacional de Editores que “la meta más audaz y ambiciosa para un editor es que todos sus libros sean vistos como eslabones de una misma cadena; y agregó que la forma es decisiva en la elección, en la secuencia de los títulos a publicar, pero la forma tiene que ver también con los textos que acompañan a los libros, además de la manera en que el libro se presenta como objeto”.

“No se trata de hacer algo sustancialmente distinto: se trata de practicar el arte de la edición con criterios muy definidos. El primero y el último de los cuales es la forma, la capacidad de dar forma a una pluralidad de libros como si fueran los capítulos de un único libro, y todo ello, teniendo cuidado, un cuidado apasionado y obsesivo de la apariencia de cada volumen, de la manera en que es presentado, y finalmente también, y no es por cierto el punto de menor importancia, de cómo ese libro puede ser vendido al mayor número de lectores.”

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

Diría Alberto Ruy Sánchez: “existe ese ente extraño en el mundo editorial que se llama gente, y de pronto le gustan cosas que están hechas con el corazón, que están bien hechas y que tocan algo de la sensibilidad de las personas”.

Con base en estas ideas, nos propusimos la creación de un paisaje singular: la conformación de un catálogo con personalidad propia tanto en lo visual como en sus contenidos. Y nos planteamos ser muy rigurosos en su cuidado y desarrollo.

Además nos planteamos tener una lógica y una administración, en la que las ganancias de unos compensaran a otros, pero a la larga, cada título, cada edición, debería ser autosuficiente y generar utilidad.

Nuestro fondo editorial cumple diversas funciones y las diferentes colecciones están dirigidas a distintos públicos. La capacidad de provocar la lectura o incitar el deseo de comprar ciertos libros es un elemento esencial de la calidad de una editorial. Por eso la idea es tener la capacidad de ser más versátiles para elaborar con éxito los diferentes proyectos. Se trata de tener dedicación y darle voz a los autores. De hacer una aproximación diferente, desde diversos puntos de vista. De trabajar el diseño con el objetivo de lograr una comunicación efectiva con el lector.

A través de nuestros libros reiteramos nuestra intención de construir un vínculo entre el pensar y el hacer universitario con el resto de la sociedad. El reto permanente ha sido ofrecer libros que efectivamente contribuyan a engrandecer nuestra identidad y valores culturales.

Estamos convencidos de que la universidad es en sí un espacio de innovación y búsqueda, de trasgresión en el mejor sentido de la palabra, y de que sus productos editoriales deben serlo también. El libro es un producto convencional, es cierto, pero ¿cuál es el problema en convertirlo también en un producto innovador?

Después de haber puesto sobre la mesa tanto material para la reflexión, espero, debo decirles que apenas estamos empezando a debatir y a preocuparnos. Los pronósticos nos dicen que el acceso *online* de contenidos volverá obsoleto al libro impreso y a muchos editores. ¿Qué pasará dentro de cinco o diez años? ¿Qué será de nuestro oficio y cuántas las cosas nuevas que deberemos aprender?

Está claro que el modelo de la educación y su difusión están cambiando y los editores debemos adaptarnos o desaparecer. Asusta pensar que el mercado de los libros impresos de referencia está casi muerto, y está siendo reemplazado por soluciones rápidas y fáciles, como la edición en disco compacto, la Wikipedia y el Google.

Muy diferente será la edición en las próximas décadas, por ello, debemos prepararnos, especialmente nosotros, los editores universitarios, para el acceso libre

a los contenidos y la polarización cada vez mayor en las librerías entre un surtido básico existente y la venta por Internet.

Es un hecho que se pueden extraer enormes ventajas de los nuevos medios de producción editorial y que los avances tecnológicos nos han liberado de la parte más tediosa y quizá menos productiva de nuestro trabajo. Sin embargo, aunque una computadora puede contener en sí misma prácticamente todo el proceso de edición, la paradoja de la modernidad ha traído, con todas sus innegables ventajas, la pérdida de muchos secretos del oficio.

Por ahora podríamos hacernos algunos buenos propósitos y trazarnos algunas metas: más edición orientada por los lectores, especialmente en los mercados educativos y académicos; más publicación *online* en estos tiempos donde la digitalización es una prioridad; concebir nuevos modelos de pago; tener productos para librería claramente definidos y no olvidar que, donde los libros compiten con otros bienes, necesitamos enfoques diferentes y más creativos, tanto en las estrategias de producción como en las de marketing, orientadas al consumidor.

Si queremos sobrevivir, debemos adaptarnos a los cambios, e incluso promoverlos; redefinir nuestro trabajo y no olvidar jamás que el verdadero progreso es el que pone la educación y el conocimiento al alcance de todos, y que como editores universitarios nos toca transmitirlos y procurarlos.



## COMO SER PROMETEO EN LA EDICIÓN UNIVERSITARIA Y NO MORIR EN EL INTENTO

**Dra. Magda Polo Pujadas**

*Directora del Servicio de Publicaciones de la UAB*

*Presidenta de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE)*

Plantear la trasgresión en la edición universitaria es, a mi parecer, una tarea compleja y arriesgada y, por lo tanto, tan sólo esbozaré algunas ideas. Es una tarea ardua y atrevida porque, para empezar, el sentido de la palabra trasgresión, entendida como violación de alguna regla o ley, implica, ya de por sí, algo discutible y arduo, porque romper las fronteras, aunque sólo sea por unos instantes o momentos, de la edición universitaria, tal y como se ha concebido en el pasado y en el presente, conlleva tal vez cambiar lo objetivo por lo subjetivo y hablar más del sujeto que del objeto.

Así pues, la trasgresión puede tener su pleno sentido si se vislumbra ante un futuro, ante un nuevo horizonte y se convierte en una promesa o en algo que puede ayudar a romper los esquemas de lo que habitualmente se está haciendo.

En la historia de la humanidad ha habido grandes transgresores, Prometeo, sin más, fue el primero que se atrevió a robar el fuego de los dioses para regalarlo a los hombres, o Fausto que osó vender su alma al diablo para conocerlo todo, para adquirir el máximo conocimiento. Entre nosotros, en algunos de nuestros espíritus deberían habitar estos transgresores.

En algún momento incluso de nuestra historia personal, con casi total certeza, hemos transgredido alguna norma de la sociedad o hemos imaginado cosas que violaban algún tipo de regla, romper con lo standard o establecido “por naturaleza” es, a mi parecer, ese tipo de transgresiones que la edición universitaria puede permitirse sin llegar a perder su esencia, o mejor dicho, que puede permitirse trans-

formando uno poco su ser. La metamorfosis en sí, que implica inevitablemente cambios, puede llevarnos a transgresiones múltiples. De hecho, en este sentido, la trasgresión conlleva movimiento, progresión, dinamicidad y eso, ya de por sí, implica una violación. Del ser al no ser y viceversa.

Como escribe Walter Benjamin: “Sólo porque el libro es un mundo deberíamos entrar en él”, deberíamos poseerlo, desposeerlo, darle la vuelta, cambiarlo, maquillarlo...

Bien, si me permiten, me gustaría apuntar cinco aspectos que me parecen susceptibles de algún tipo de lectura transgresora en la edición universitaria y que se plantearían como propuestas de futuro.

“El libro de por sí es un ser viviente dotado de alma, de vibración, de peso, número, sonido.”

María Zambrano

### **1. Ampliar los objetivos de la edición universitaria**

Los principales y comunes objetivos de la edición universitaria podemos plantearlos sucintamente así: apoyar la docencia y divulgar la investigación. Pero siendo realistas hay un matiz que deberíamos introducir en estos objetivos y que es el siguiente: apoyar la docencia que se imparte en “nuestra universidad” y divulgar la investigación que se realiza en “esta misma universidad”. Así, pues, y de manera intencionada, he resaltado “nuestra” y “esta misma”, porque todavía en las universidades padecemos un celo extremo y una endogamia que nos asfixia. ¿Los servicios de publicaciones que editamos a “nuestros profesores e investigadores”, no estamos también practicando en muchos casos una endogamia universitaria pero en un entorno editorial, es decir, no estamos practicando una endogamia editorial de universidades de Europa, América...?

¿Tiene esto sentido en un momento en que la transversalidad académica favorece el intercambio y la amplitud de puntos de mira diferentes expertos, investigadores, profesores?

Sin renunciar a lo que se está haciendo, me gustaría constatar la importancia de favorecer coediciones entre distintas universidades con diferentes autores, de diferentes universidades, que cumplan el objetivo de editar a los mejores especialistas o expertos en determinados ámbitos de conocimiento del mundo.

Con ello creo que podríamos, cada vez más, acercarnos a esa palabra que tanto se repite en nuestras universidades y que pocas veces toma cuerpo: la excelencia. La excelencia en un determinado conocimiento a partir de la suma de los “mejores” expertos como autores de nuestros libros universitarios. Intentar abogar por la excelencia editorial universitaria sería un primer paso a tener en cuenta.

“Debo confesar que no creo que un libro sea verdaderamente un objeto inmortal, que hay que asimilar y venerar como es debido, sino más bien una ocasión para la belleza.”

Jorge Luis Borges

## **2. Dar color a la imagen gráfica de los libros universitarios**

Mucho nos pesa la frase: “La edición universitaria es gris y demasiado académica”. Actualmente, creo que debemos afrontar el hecho de que estamos inmersos en una cultura de la imagen, de lo visual y que la apariencia, el aparecer, conlleva una presencia que esté en sintonía con esa nueva cultura.

El diseño gráfico editorial tiene que tener un papel destacado en las ediciones universitarias para pasar del gris a otras tonalidades que faciliten el aspecto “atractivo” y “competitivo” de nuestros libros.

Y no sólo ese dar color se refiere a lo externo, sino también a la necesidad de recurrir a nuevas tipografías, a nuevos formatos, a nuevas concepciones del juego que puede comportar utilizar diferentes recursos gráficos para favorecer la legibilidad e incluso la lecturabilidad de los libros universitarios. Abogar pues para mejorar la lectura y comprensión de los textos universitarios se correspondería con este segundo punto.

“Detrás del libro está el traslibro, detrás del traslibro, está el espacio inmenso y, enterrado en ese inmenso espacio, está el libro que vamos a escribir en su enigmático encadenamiento.”

Edmond Jabès

## **3. Provocar un giro copernicano en la gestión editorial**

La edición universitaria pública se ha visto ante la necesidad de incorporar nuevos métodos de gestión que le permitan adaptarse a los nuevos retos empresa-

riales. Es cierto que cada vez más en el marco universitario se exige un control de las cuentas de resultados, una justificación de la utilización de los recursos económicos y una optimización del tiempo y de los profesionales que se impliquen en todos los procesos de edición.

Así, pues, y cada vez de una manera más consciente, la edición universitaria, atenta a lo que acontece en la edición privada, está incorporando la nueva filosofía de empresa que se conoce con el nombre de Total Quality Management (Gestión de la calidad total) y está garantizando una acentuada implicación de las personas que constituyen la plantilla del servicio de publicaciones y un resultado global de calidad a partir de la incorporación de todos los controles parciales necesarios. Eso sí, siempre contando con la profesionalización del personal que ocupa los lugares técnicos de las plantillas de los servicios de publicaciones.

Otro aspecto importante que puede ayudar a que los resultados de la gestión, a la hora de confirmar una política editorial y un catálogo coherente, sean positivos es el hecho de concebir, en la medida de lo posible, una edición activa, en lugar de la practicada edición pasiva.

Buscar al mejor autor, el mejor título, proponer el desarrollo de temas de interés, encargar un original, no debe ser un cometido sólo de la edición privada sino también de la edición universitaria.

“Los libros tienen sus propios hados. Los libros tienen sus propios destinos.”

Augusto Monterroso

#### 4. Incorporar las nuevas tecnologías

En poco tiempo, nuestra sociedad ha podido experimentar grandes cambios a partir de las nuevas tecnologías. Muchos de los cambios han favorecido a sectores editoriales pequeños y medios y también a la edición universitaria. Si ir más lejos, la impresión digital ha permitido pensar ediciones muy cortas, de 20-30 ejemplares, y no tener que renunciar a títulos de nuestros catálogos. Gracias a ello, las editoriales independientes han podido sobrevivir a la fagotización efectuada por los grandes grupos.

Y en este sentido quería plantear una posibilidad que puede ayudar a fidelizar a nuestros lectores: el 1:1 (*print on demand*, one to one). El hecho de que se detecte una necesidad, un lector-comprador, en cualquier sitio del planeta, con el *one*

*to one*, puede tener en 72 horas un libro, sólo uno. Los conceptos como descatalogado, agotado, tal vez dejarían de tener sentido.

Otro aspecto que debemos contemplar respecto a las nuevas tecnologías es el de las posibilidades que conllevan la edición digital, on line, y el e-book.

Si bien el e-book todavía no tiene una gran utilización, porque tiene que competir directamente con la parte más sensible y sensual del libro, sí que la edición on line, digital, puede ayudarnos a complementar aspectos de actualización de parte de los contenidos de nuestros libros e incluso favorecer en una interfaz particular más interacción entre el editor y el lector. La simbiosis de diferentes soportes para proponer diferentes lecturas sería también un reto a tener en cuenta.

“El libro como objeto con independencia de la letra impresa ¿puede comunicar algo? Y, de ser así, ¿qué?”

Bruno Munari

## 5. Conquistar nuevos mercados lectores

Es cierto, y de todos es conocido, que nuestro público objetivo, es el universitario y que es un mercado cautivo. Pero lo que debemos tener en cuenta es que actualmente podemos considerar nuevos mercados, mercados potenciales, targets que hasta ahora no habíamos contemplado. En primer lugar, y bajo la concepción del Long Life Learning, los universitarios pasan a ser universitarios no solo en la franja de edad a la que estábamos acostumbrados, de los 18 a los 25 aproximadamente, sino que esa franja se amplía mucho más, incluso puede llegar hasta los 70 años. Así pues, con programas de posgrado y formación continua... estamos ampliando considerablemente nuestro target.

Por otro lado, también debemos tener presente que las editoriales privadas muchas veces no editan libros que nosotros sí, al ser institucionales, podemos editar, y no sólo me estoy refiriendo a los productos editoriales conocidos con el nombre de “hueso” sino a todos aquellos productos que apuestan claramente por la dimensión cultural del libro y no tanto por la dimensión económica del mismo. Así, pues, fuera de las fronteras de nuestras universidades también tenemos un público lector que debemos tener presente y al que debemos seducir.

Bien, hasta aquí les he querido plantear de manera muy sucinta cinco posibles ámbitos de la edición universitaria a transgredir. Y, ahora, si me permiten, les voy a mostrar un ejemplo de una de las transgresiones que llevé a la práctica en el

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

ámbito de la edición universitaria en coedición con la editorial Thule y a UAB: un libro-objeto asociado a una exposición sobre las disfunciones del libro desde el punto de vista del arte contemporáneo, un proyecto llamado *Libook. Poéticas del libro*.

“Algunos libros hay que probarlos: otros, devorarlos; y otros pocos, masticarlos y digerirlos. Es decir, que algunos libros hay leerlos parcialmente, otros hay que ojearlos con curiosidad, y sólo unos cuantos merecen ser leídos en su totalidad, con diligencia y atención.”

Francis Bacon

Anexo 1: IMÁGENES

**Imagen 1: tapa**

**Imagen 2: portadilla**

Lo externo pasa a ocupar el espacio interno, y viceversa. El libro, al disfuncionarse totalmente, no se puede abrir como un libro. La tapa pasa a ser lo interno y la portadilla interna pasa a sumir la función de tapa.

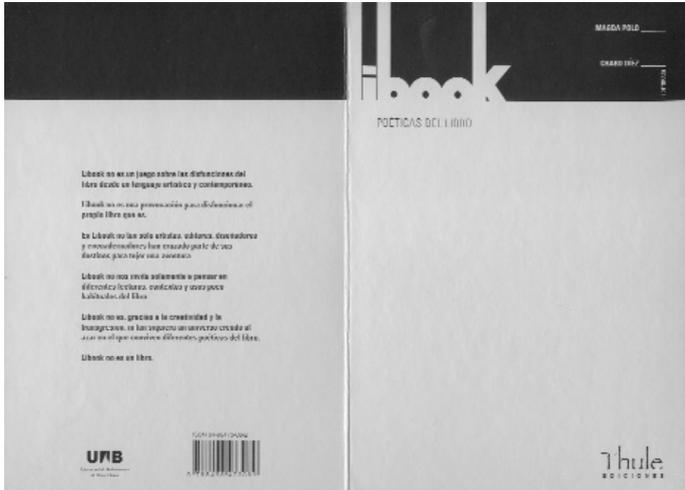


Imagen 1: tapa

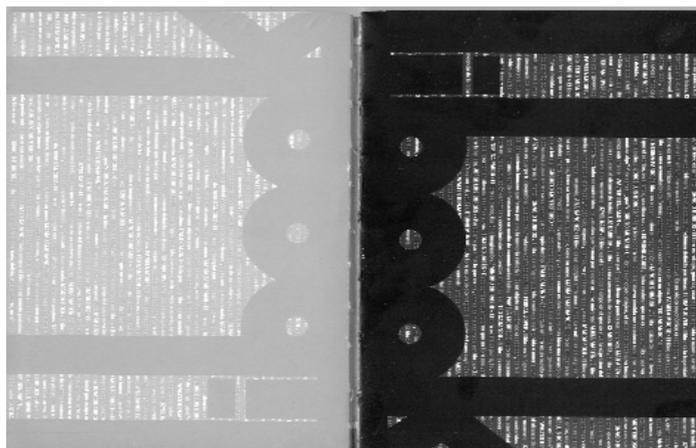


Imagen 2: portadilla

**Imagen 3: Portada**

La portada ocupa una doble página y juega con una tipografía ex profeso, la de “libook”, y con la direccionalidad de los nombres, con la direccionalidad de la lectura.



**Imágenes 4, 5, 6 y 7**

La mitad del libro estaba concebido para exponer las obras de los artistas que participaban en la exposición y un texto creado por la autora Magda Polo para explicar lo que pretendía la obra. En las imágenes se muestran portadillas y textos del catálogo de los diferentes artistas. Se puede observar que cada artista poseía un espacio que constituía una unidad. En cada uno combinaban, en la portadilla, diferentes elementos gráficos que se asociaban a través de las líneas con libros.

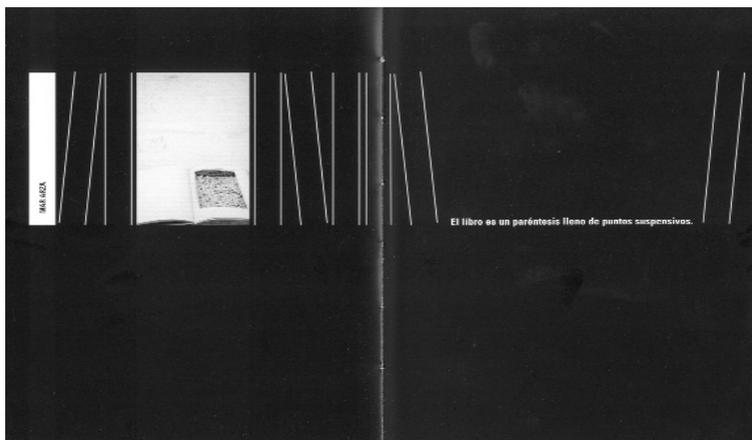


Imagen 4



Imagen 5

# INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

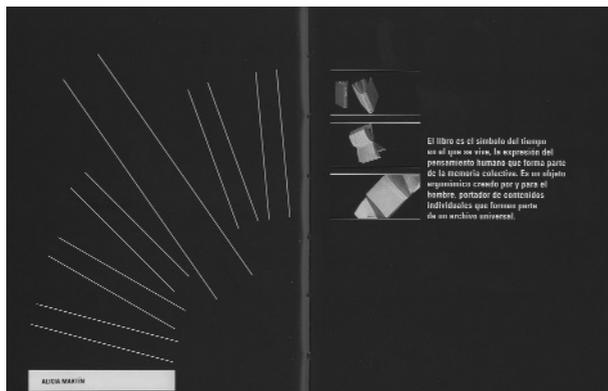


Imagen 6



Imagen 7

Imágenes 8, 9, 10 y 11

La mitad del libro estaba concebida para introducir textos de escritores relevantes que disfuncionaban al libro en algunos de sus textos.

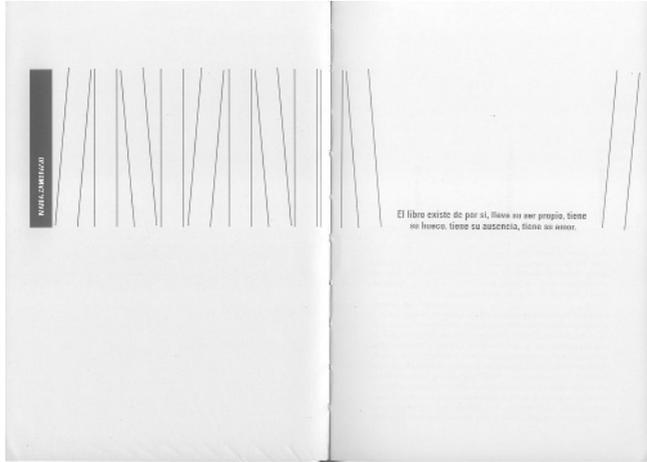


Imagen 8



Imagen 9



Imagen 10



Imagen 11

# **COMUNICACIONES**



## EXPRESIÓN EN LA REVISTA *INVENTIO*

Lydia Elizalde Valdés y Angélica Tornero

*Universidad Autónoma del Estado de Morelos*

Algunas universidades nacen con un programa editorial, esto no sucedió en la Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Los criterios utilizados para las publicaciones eran variables de acuerdo al enfoque de cada rectorado. De 1984 a 1986, se destacó la publicación de la revista *Expresión Universitaria* además de algunos títulos sobre la universidad, su historia, la autonomía universitaria, todas éstas sin seguir una normatividad editorial. Finalmente, en 2005, se inició un programa de ediciones universitarias y dentro de este ha impuesto la publicación de la revista *Inventio* que lleva el subtítulo *La génesis de la cultura universitaria en Morelos*. La revista incluye artículos de investigadores de las instancias que conforman esta universidad: Ciencias Agropecuarias, Ciencias Exactas e Ingenierías, Ciencias de la Salud, Ciencias Naturales, Ciencias Sociales y Administrativas, Educación y Humanidades y presenta artículos, dirigidos a un público amplio en sus secciones:

Voces y trazos de Morelos

Pensamiento y lenguaje universitario

Narraciones de la ciencia

Pasiones de la utopía

Artificios, donde además se presenta un poema de destacada autoría nacional o del extranjero.

Significar con textos, que incluye reseñas de ediciones y coediciones de la universidad

### **Diseño en la revista *Inventio***

Los métodos de análisis utilizados en la percepción de las artes visuales y gráficas se basan en la acción de los sentidos y en la impresión que tienen los objetos percibidos, de manera sensible e inteligente en el pensamiento visual.

Al editor de la revista cultural le interesa la proximidad de la relación intelectual entre la revista y sus lectores; ésta va dirigida a un grupo específico, claramente tipificado. Además, la revista sustenta a sus lectores a través del contenido editorial y la solución gráfica que expresa en sus páginas. El diseño actúa como catalizador de comprensión en la interacción entre el mensaje y el lector, a través del sistema de códigos visuales que lo definen. Así, diseñar se puede entender como la comunicación y expresión de significados a través de la forma total de la revista.

El diseño y la edición de estas publicaciones periódicas exigen una síntesis de la capacidad artística del diseñador en la selección de la tipografía, imágenes y composición de cada página. Las revistas, por su función informativa reducida y sustancial, demandan un lenguaje visual pleno de contenido.

En las artes visuales existen sistemas de estímulos que funcionan como signos que remiten a contenidos; desde el punto de vista del receptor, estos estímulos intervienen para determinar la selección de signos connotativos para descodificar los aspectos simbólicos del mensaje y desde la visión del grupo emisor, es este quien articula los signos, les asigna una respuesta codificada y dispone de ellos para promover determinadas selecciones interpretativas. (Eco, 1999: 174)

Las cualidades físicas y de hechura de las revistas: su tamaño y proporciones, el color y textura del papel, el sonido que provoca cuando se pasan las páginas, el olor del papel, la tinta, la mancha tipográfica, se constituyen en elementos fundamentales que revelan al lector las características del entorno donde se ha editado y que condicionan, además del diseño y de sus contenidos, la forma en que ésta se percibe, se lee, se interpreta y que finalmente se mitifica. (Barthes, 1962: 43)

### **Portada de la revista**

El primer y decisivo acercamiento a la revista es a través de su portada. En ese plano gráfico se indica el nombre de la revista, que por lo general se presenta como logotipo y se coloca en la parte superior por ser más visible. Después del logotipo, sigue un complemento en el que se describe el giro de la revista, el número del ejemplar y la fecha. (Turnbull y Baird, 1995: 370)

El nombre de la revista se eligió a partir de una de las operaciones principales de la técnica retórica: “la *Inventio* (del latín *invenire*) que significa “hallazgo” y remite a un descubrimiento de los argumentos: todo existe ya, lo único necesario es encontrarlo, es una noción más “extractiva” que “creativa” (...) Esto se ve corroborado por la designación de la tópica de dónde se pueden extraer los argumentos y a

dónde hay que irlos a buscar: la *inventio* es un camino, *via argumentorum*". (Barthes, 2003, 122).

Para el diseño del logotipo se utilizó la tipografía Bakersignet MT, en minúsculas para restarle solemnidad al nombre de la revista, y también para aprovechar el punto de las ies que es distintivo por su forma de rombo-cuadrado; destaca en esta tipografía el rasgo fuerte, decidido en sus verticales que remata con soltura en reducidos patines. La tipografía fue diseñada por Arthur Baker para *Visual Graphics* en 1965. Esta tipografía tiene influencia de elementos caligráficos y del tipo Roman. Esta combinación hace que Baker Signet funcione expresivamente en trabajos que requieran una apariencia manuscrita (Monotype, 2007). La presentación del logotipo es en blanco, calado sobre el color del número editado; en el índice de la revista se presenta el logotipo en *outline*. La elección de esta tipografía define el carácter expresivo del logotipo.

Como atractivo principal en la portada se utiliza una imagen que puede ser una ilustración, fotografía, la reproducción de una obra plástica, una textura visual, un dibujo. La competencia con otras revistas es definitiva, por eso el concepto gráfico de las portadas debe estar bien resuelto para atraer al lector. Poder lograr una identificación precisa de la portada y distinguir cada ejemplar es uno de los objetivos del director y del diseñador gráfico. Una publicación bien diseñada forma un conjunto de signos que ayudan al lector a recibir la información de manera fácil y directa.

Las funciones del diseño gráfico de las portadas de la revista son, en el plano del contenido, informar, y en el de la expresión, llamar la atención sobre su propia hechura, por su apariencia física y sintáctica, por medio del lenguaje visual. (Hjelmslev en Pérez Martínez, 1995: 189)

Los márgenes para desarrollar un trabajo elocuente en los códigos visuales de las portadas de la revista *Inventio* han sido amplios, en donde se destaca la repetición de una estructura claramente tipificada en la jerarquización de los elementos visuales que componen la portada: 1 - imagen (obra de un artista), 2 - logotipo de la revista, 3 - cintilla con el número de la revista y fecha, 4 - plasta de color para el logotipo que continúa en la contraportada de la revista. , donde se incluye el logosímbolo de la universidad.

El estudio de la representación gráfica de las portadas de esta revista cultural permite tipificar los cambios en los hábitos de preferencia por determinadas soluciones visuales y de percepción tanto de los emisores como de sus receptores.

### Sintaxis visual

La estrategia visual para organizar los estímulos visuales para obtener un efecto intenso se logra por medio del contraste o contrapunto. En esta edición, no se trata únicamente de la yuxtaposición de elementos visuales; consiste también en la cancelación de lo superficial y lo innecesario, para destacar lo esencial. Esta manera de componer los elementos gráficos es un recurso distintivo en el diseño de la revista *Inventio*, desde su primer número editado en marzo de 2005.

Para poder comunicar un significado hay que reforzar las intenciones expresivas. La composición o sintaxis visual de todos estos elementos en las portada de la revista se basan en las técnicas de comunicación visual: el contraste equilibrio/tensión, por medio de la interacción de percepciones opuestas. (Lupton, 1994:23)

El contraste es una herramienta esencial para controlar los efectos visuales y su significado. Es el aguzador de todo significado; es el definidor básico de las ideas que permite establecer el valor diferencial del signo. Cada polaridad conceptual puede asociarse y expresarse mediante elementos y técnicas visuales, asociables a su significado: contraste de colores, de escala, de tonos, de contornos, de proporciones. (Müller-Brockman, 1992:11) Todos estos componentes definen un estilo de otro y aportan la identidad y la expresión visual a la revista.

La síntesis visual de los elementos gráficos, las técnicas de expresión utilizadas en las imágenes, la composición y el enfoque básico al diseñarla y editarla determinan el estilo gráfico de la revista; esta es una expresión visual conformada por un entorno cultural. Este estilo gráfico en la edición de una revista varía de acuerdo a los diferentes criterios del enfoque del consejo editorial y de la dirección de la revista. El estilo es una convención, y se define como una síntesis formal establecida por un grupo en determinado contexto histórico y cultural donde se desarrolla la transmisión de la información a través de un objeto. (Dondis, 1973: 150)

### Contenido de la expresión

Las soluciones gráficas en la tipografía y la diagramación en la formación de esta publicación parte de los principios del diseño moderno, que se incorporan en publicaciones periódicas en México desde los años setenta, y que enfatizan sus posibilidades representativas con la reducción de los elementos visuales, la utilización de los elementos gráficos en bloques, de espacios vacíos, pantallas y plastas de color.

La solución gráfica propuesta en *Inventio* responde a la optimización de los recursos para su publicación. Se invitó a reconocidos artistas plásticos y visuales,

profesores creadores de la universidad para ilustrar cada número. La narración visual de estas obras es independiente del contenido de los artículos.

Los lenguajes visuales utilizados en los cinco números de esta publicación semestral han sido: en la número 1 la fotografía manipulada digitalmente de Gerardo Suter; en la 2, grabados de Magali Lara; en la 3, la escultura de Pawel Anaskiewicz; en la 4, las ficciones plásticas de la obra conceptual de María Ezcurra y en la 5 la impronta del dibujo de animales de Vicente Fernández Calleja. En las páginas interiores se presentan obras del artista en turno en blanco y negro, una por página, siguiendo una narración visual con la función adicional de separar los artículos, y se insertan fragmentos de las imágenes seleccionadas en las páginas de texto; además se incluyen cuatro páginas a color con la obra plástica del artista invitado a manera de portafolio.

La expresión también se define en la solución gráfica de las páginas interiores: márgenes amplios, con el nombre de cada sección y el título del artículo que se presenta en tipografía Trebuchet Ms de 14 puntos. El cuerpo del texto se presenta con dos columnas en la misma tipografía, en 9 puntos, con interlineado medio. Trebuchet es un tipo creado por Vincent Connare para Microsoft en 1996 para ser utilizada principalmente en textos de pantalla. En su diseño utilizó elementos de las tipografías sin serifs de los años 20 y 30 con la influencia de otras tipografías como la Frutiger, la Gill Sans o la Erbar. La tipografía es legible y uniforme incluso en tamaños pequeños, manteniendo claridad y personalidad, como sucede en esta revista. Connare se salió del modelo clásico de caracteres como la “M” o la “g”, esta última con reminiscencias de la Futura; otros detalles destacables son los serifs existentes en la “i” y en la “j” o la curva de la parte inferior de la “l” minúscula, rasgos que ayudan a hacer totalmente reconocible cada caracter. (Letrag, 2007).

### **Pragmática de la revista**

La hechura de la revista, la nitidez y precisión en su impresión es reflejo del desarrollo de las técnicas de reproducción de la industria gráfica en México; *Inventio* es una revista cultural financiada por la institución educativa que representa, por lo que se asegura su publicación semestral, el tiraje es de 1000 ejemplares y su tamaño es 21 x 29 cm, con 112 páginas, impresa en papel couché mate.

La unidad visual, las acertadas soluciones utilizadas las composiciones icónicas de las portadas y la adecuada solución tipográfica permite que la revista *Inventio* sea conocida, coleccionable y sobre todo que se lea. Es el receptor quien selecciona la lectura que va a consumir y una revista bien diseñada asegura un lector activo.

Para acercarse a las soluciones gráficas que caracterizan esta publicación es necesario revisar una serie de categorías opuestas que se dan en la práctica del dise-

ño gráfico contemporáneo de revistas: racional / expresivo, ambiguo / claro, elitista / popular, legible / experimental, analógico / digital, utilitario / artístico, comercial / cultural.

### **Divulgación de la investigación**

La revista es un medio indispensable para satisfacer algunas de las necesidades de divulgación de la investigación que se genera en Morelos. La UAEM tiene actualmente 450 investigadores nacionales y extranjeros, muchos de ellos de reconocido prestigio internacional.

La revista *Inventio* es parte del programa total de publicaciones de esta universidad que se está fortaleciendo por medio coediciones y con el trabajo en conjunto de asociaciones editoriales, que representan universidades e instituciones académicas, presentes en el 20 Aniversario de la Unión de Editores Universitarios Españoles.

### **Bibliografía**

- ARNHEIM, R. *Arte y percepción visual. Psicología de la Visión creadora*. Buenos Aires. 1992
- BARTHES, R. *La aventura semiológica*, Paidós, Barcelona 2003. (original 1962)
- DONDIS, D. A. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. G. Gili, Barcelona, 1973.
- ECO, U. *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Lumen, Barcelona, 1999.
- LUPTON, E. y J. ABBOTT MILLER. *El abc de la Bauhaus y la teoría del diseño*. G. Gili, México 1994.
- FABBRI, P. *El giro semiótico*. Gedisa, Barcelona, 1999.
- MÜLLER-BROCKMAN, J. *Sistemas de retículas*. México, México, 1992.
- PÉREZ MARTÍNEZ, H. *En pos del signo*. El Colegio de Michoacán, México, 1995.
- TURNBULL, A. y R. N. BAIRD. *Comunicación gráfica*. Trillas, México, 1995.

### Referencias de Internet

- FONTS.COM. Monotype imaging. <http://www.fonts.com/findfonts/detail.htm?pid=202212> (Consulta marzo 21, 2007)
- LETRAG. <http://es.letrag.com/tipografia.php?IDE=64> (Consulta marzo 21, 2007)

# **DIFUSIÓN Y VISIBILIDAD DE LAS PUBLICACIONES ACADÉMICAS DEL ÁMBITO HISPANO: HACIA UN ESPACIO INTEGRADOR DE RECURSOS Y DE SERVICIOS. POSIBILIDADES QUE OFRECE DIALNET**

**Joaquín León Marín, Marta Magriñá Contreras, Jorge Yubero Úbeda**

*Biblioteca de la Universidad de La Rioja*

El objetivo de esta comunicación es presentar el proyecto DIALNET destacando, en especial, los aspectos relacionados con la contribución de este proyecto a la mejora del acceso, difusión y visibilidad de la producción científica hispana y mostrar las posibilidades y el papel que está jugando en la difusión de los textos completos.

## **1. La comunicación científica**

Dado que las revistas son sobre todo un canal de comunicación es importante resaltar, antes de nada, algunas características de la comunicación científica<sup>1</sup>:

En primer lugar, en la comunicación científica ambos extremos de la cadena de la comunicación están ocupados por investigadores que a la vez son productores y consumidores de información, es decir, autores y lectores.

El investigador, como autor, busca visibilidad, llegar a la mayor cantidad de lectores posible y recibir citas, ya que éstas son un elemento de reconocimiento de la comunidad académica a la labor investigadora. El autor necesita visibilidad para ser citado, ya que los trabajos visibles son los que reciben más citas<sup>2</sup>.

---

1. Barrueco JM, Subirats Coll I. Open archives initiative. Protocol for metadata harvesting (OAI-PMH): descripción, funciones y aplicaciones de un protocolo. *El profesional de la información* 2003;12(2):99-106.

2. Lawrence, Steve. Online or Invisible?. *Nature* 2001;411(6837):521. Se investiga el impacto de la disponibilidad on line en relación con el número de citas que reciben los auto-

El investigador, como lector, busca acceso inmediato a los contenidos de su área de conocimiento al objeto de abarcar de forma fácil el universo de las publicaciones que potencialmente son de su interés.

En segundo lugar, la producción científica y su vehículo de comunicación por antonomasia, las revistas científicas, están financiadas por fondos públicos lo cual obliga a buscar soluciones que garanticen la visibilidad de los resultados de la investigación a la comunidad científica en particular y a la sociedad en su conjunto que es, en definitiva, quien financia dichos resultados. En la actualidad, se da la circunstancia de que, por una parte, se financia la investigación y, por otra, se financia la comunicación de los resultados de dicha investigación. Pero además se da la paradoja de que muchas veces también hay que financiar el acceso a los contenidos en forma de pago a las empresas que proporcionan esos contenidos.

En tercer lugar, en los últimos años hemos venido asistiendo a un importante incremento del número de publicaciones científicas existentes. Como consecuencia de esta dispersión los investigadores encuentran que, como productores de contenidos, ven aumentadas las dificultades de difusión de su producción, de ser visibles, de ser citados y, como lectores, tienen una gran dificultad para acceder a los contenidos de su ámbito de interés.

En este contexto, el objetivo de la edición universitaria y la rentabilidad de los servicios de publicaciones académicos está en gran parte relacionado con su capacidad para hacer que los contenidos lleguen a sus destinatarios, es decir, con la difusión e impacto de las publicaciones y ello obliga a adoptar las estrategias más adecuadas para conseguir estos objetivos.

## **2. Panorama de la edición digital**

Las transformaciones y las posibilidades del entorno digital y en red han influido, de forma decisiva, en el proceso de comunicación científica. Desde el nacimiento de las revistas científicas en el siglo XVII no se habían experimentado cambios tan importantes en las fórmulas de publicación, distribución y acceso a la bibliografía científica como en los últimos años. Internet ha facilitado la evolución al entorno digital, que se está consolidando, aunque con modelos de distribución muy diversos desde el punto de vista del acceso a los contenidos y ha permitido el

---

res y se llega a la conclusión de que existe una clara correlación entre el número de veces que un artículo se cita y la probabilidad de que el artículo esté on line (tasa de 2,74 de citas en los artículos off line analizados frente a un 7,03 de los on line)

surgimiento de nuevos agentes en el proceso de comunicación científica como los agregadores de contenidos<sup>3</sup>.

En el plano internacional, cada vez es mayor el número de títulos de revistas científicas que se publican en formato digital<sup>4</sup>. Sin embargo, el avance es mucho más tímido a nivel nacional, en especial, en el ámbito de las humanidades y las ciencias sociales y aunque cada vez es más frecuente la publicación de nuevas revistas electrónicas, todavía son muy pocas las tradicionales revistas publicadas en papel que disponen un facsímil de sus contenidos en entorno web.

Además de revistas electrónicas dispersas de carácter gratuito y de revistas de editores comerciales existen algunas iniciativas de portales que están asumiendo un papel de distribución de contenidos alojando o sirviendo de pasarela hacia los servidores en los que se mantienen las publicaciones. En el ámbito Iberoamericano, merece la pena destacar el proyecto SCIELO<sup>5</sup>, una hemeroteca electrónica con un predominio de las revistas biomédicas y Redalyc<sup>6</sup>, Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe, España y Portugal.

Asimismo hay que destacar varios proyectos creados en España y cuyo principal objetivo es la integración de accesos a los textos completos. Se trata de e-revistas<sup>7</sup>, un proyecto alojado en el portal Tecnociencia y patrocinado por la Fundación de Ciencia y Tecnología, que ha nacido con la idea de aglutinar a las revistas electrónicas españolas que cumplan unos criterios rigurosos de calidad<sup>8</sup>, Revicien<sup>9</sup>, RACO que es un repositorio de revistas catalanas y DIALNET, el proyecto que se presenta.

---

3. Urbano Salido C. Les set vides del paper: Formats de presentació i models de distribució en línia dels treballs publicats en revistes científiques digitals. *BiD: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació* 2003(11).

4. Según los datos de Ulrich's Periodicals Directory, el repertorio de revistas científicas más conocido y prestigioso, en febrero de 2006, el 38% del total de revistas académicas activas eran accesibles en formato digital.

5. <http://www.scielo.org/>

6. <http://www.redalyc.com/>. Se define como una hemeroteca científica en línea para el área de las ciencias sociales y recoge textos completos de un amplio abanico de revistas, que cumplen los requisitos de calidad de LATINDEX.

7. <http://www.tecnociencia.es/e-revistas/>

8. Melero R, Pérez Agüera JR. Plataforma digital de revistas científicas electrónicas españolas. Relación con el movimiento Open Access. *Scripta Nova: Revista electrónica de geografía y ciencias sociales* 2004(8).

9. <http://www.revicien.net/>. Revicien fue creado por una empresa privada, Ciencia Digital y puesto en marcha con una acción especial del Ministerio de Ciencia y Tecnología. Tiene como objetivo conseguir una mayor visibilidad de las revistas españolas de ciencia y tecnología con suficiente nivel de calidad y ofrece opciones para incluir los textos completos.

### **3. Amenazas percibidas por los editores en el ámbito de la edición electrónica**

Pese a los aspectos beneficiosos para la visibilidad de la comunicación científica derivados de la edición electrónica no podemos obviar que, con frecuencia, los responsables de la publicación de las revistas contemplan este entorno más como una amenaza que como una oportunidad.

Las amenazas que suelen percibir las revistas son de tres tipos:

- El modelo de edición electrónica en acceso abierto no es sostenible desde el punto de vista económico. Sin embargo hay que tener en cuenta que para los editores académicos, por lo general, es más importante la transmisión de los resultados de la investigación que los ingresos por ventas<sup>10</sup>.
- Edición electrónica es sinónimo de publicación de escasa calidad y puede suponer una pérdida de prestigio y de reconocimiento académico de las revistas. Sin embargo, la estructura y las características formales de las revistas científicas no dependen del soporte y son similares en papel y en formato digital.
- La edición electrónica en sí misma no ofrece ningún beneficio respecto a la edición en papel. Al respecto, hay que decir que la edición electrónica añade un gran valor a la edición papel vinculado a las posibilidades de mejora de impacto, difusión y visibilidad de las publicaciones.

### **4. Estrategias para la edición electrónica**

La mera presencia no es suficiente en el gran escaparate mundial que es Internet, ya que lo que no tiene impacto o no se difunde no es visible. Las revistas científicas deben plantearse estrategias que resulten adecuadas en el entorno electrónico. En primer lugar el sitio web debe satisfacer unos requisitos que permitan una edición de calidad. Por otra parte es necesario conseguir difusión e impacto logrando que los contenidos lleguen a los destinatarios. Por último es importante disponer de indicadores que permitan medir el alcance de la difusión para conocer hasta qué punto cumplimos los objetivos de visibilidad.

---

10. Por otra parte, en el caso de las revistas con elevado número de suscriptores, existen alternativas intermedias como la de establecer embargos de los últimos años disponiendo en acceso abierto sólo los números retrospectivos o dejar un margen temporal entre la distribución de la edición impresa y su puesta en Internet.

Como indica Ernest Abadal<sup>11</sup>, desde diferentes organismos se están llevando a cabo trabajos que profundizan en el estudio de la calidad de las revistas científicas electrónicas, basados en el establecimiento de un conjunto de indicadores referidos a los siguientes aspectos:

- aspectos formales: criterios comunes a todas las revistas científicas con independencia de su soporte, motivo por el que no nos referiremos a éstos.
- adecuación al medio digital
- difusión o impacto

Por otro lado, Abadal<sup>12</sup> destaca la credibilidad de los sitios web como un elemento fundamental de calidad. En este sentido la Universidad de Stanford ha elaborado una serie de diez variables<sup>13</sup> que permiten medir el grado de credibilidad de un sitio web.

La adecuación al medio digital se refiere a la accesibilidad, usabilidad, ergonomía y preservación de los contenidos. Se relaciona con la facilidad que el portal ofrece para acceder a los contenidos y engloba aspectos como el formato del texto, disponibilidad de información adicional como tablas de contenidos, índices diversos, disponibilidad de sistemas de recuperación de la información que permitan búsquedas, uso de metadatos, posibilidades de navegación, hiperenlaces, etc.

Los indicadores de difusión o impacto se refieren a las acciones de impulso o proactivas orientadas a hacer llegar los contenidos a los destinatarios y a las acciones de atracción orientadas a que el usuario llegue a los contenidos sin que se dirija expresamente a ellos.

Estas acciones se relacionan con diversos aspectos como los siguientes:

- La capacidad para posicionar nuestro producto en agregadores de contenidos que sean la puerta de entrada al conjunto de conocimientos que queremos difundir de modo que garanticen un importante número de visitas.
- El buen uso de los metadatos que facilite un buen posicionamiento en los buscadores académicos o generalistas tipo Google y la adopción de estándares.

---

11. Abadal Falgueras E, Rius Alcaraz L. Revistas científicas digitales: características e indicadores. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, RUSC 2006;3(1).

12. Op. Cit.

13. Stanford guidelines for web credibility. <http://credibility.stanford.edu/guidelines/index.html>.

res de interoperabilidad OAI-PMH, de modo que los contenidos también sean recuperables a través de los proveedores de servicios OAI.

- La oferta de servicios de valor añadido que hagan el producto atractivo para el usuario final tales como servicios de personalización, integración de la información en gestores bibliográficos, servicios de alertas, canales RSS, etc.

## 5. DIALNET: definición y características

DIALNET (<http://www.dialnet.es>) es una plataforma integradora de recursos científicos y eruditos hispanos. Uno de sus objetivos prioritarios en la actualidad se orienta a facilitar el acceso a los textos completos. En poco tiempo DIALNET se ha convertido en un referente como portal de difusión de la producción científica hispana y ha adquirido una extraordinaria proyección internacional.

Una de las fortalezas de DIALNET es que en estos momentos se está construyendo en un entorno de cooperación bibliotecaria en el que participan diecinueve bibliotecas universitarias españolas<sup>14</sup>, dos de Chile y una de Brasil.

Puede considerarse una importante hemeroteca virtual hispana que recoge más de 4.300 títulos de publicaciones seriadas de carácter interdisciplinar aunque predominan las revistas de ciencias sociales y humanidades. A esta inicial hemeroteca virtual se han ido añadiendo también otro tipo de contenidos como documentos de trabajo, contenidos de monografías colectivas, tesis doctorales, reseñas bibliográficas y referencias de libros.

## 6. DIALNET como lugar de difusión de los contenidos a texto completo

Desde sus inicios, DIALNET se propuso servir de punto de acceso a textos completos de contenidos que había en Internet de una manera aislada, integrándolos en un único servicio de información de forma organizada y estructurada. Y eso incluía tanto a revistas con edición en papel que hacían una versión electrónica de la misma como a revistas electrónicas que nunca antes se habían publicado en soporte papel<sup>15</sup>.

---

14. Las Universidades españolas que participan en el proyecto, además de la Universidad de La Rioja, son: A Coruña, Autónoma de Madrid, Burgos, Cantabria, Castilla la Mancha, Extremadura, La Laguna, Las Palmas, León, Oviedo, País Vasco, Pontificia de Comillas, Pública de Navarra, Santiago de Compostela, Sevilla, Valencia, Valladolid y Zaragoza.

15. Esta modalidad supone hacer un enlace a la página en la que se encuentra cada artículo. Tiene como gran inconveniente la necesidad de un mantenimiento posterior permanente, dada la inestabilidad de muchas sedes web.

Desde noviembre de 2004, DIALNET se plantea como objetivo la agregación de contenidos a texto completo poniendo en marcha varias estrategias complementarias:

- Implementar el protocolo de interoperabilidad OAI-PMH para ofrecer a los textos completos la máxima visibilidad.
- Ofrecer a los editores institucionales de revistas eruditas y científicas un servicio gratuito de alojamiento de textos completos.
- Continuar la política de agregación de enlaces a los textos completos de revistas que disponían de los mismos en Internet
- Incorporar al proyecto revistas electrónicas no disponibles en papel.

En estos momentos, entre una modalidad y otra (alojamiento o enlace), hay más de 120.000 artículos a texto completo disponibles en DIALNET.

## **7. Qué ofrece DIALNET a los editores**

Los objetivos que, con carácter general, se ha planteado DIALNET en relación con la disponibilidad de textos completos son los siguientes:

- Impulsar la edición electrónica de un conjunto importante de revistas hispanas a texto completo, especialmente de aquellas entidades que no disponen de los medios para hacerlo.
- Dinamizar la visibilidad, impacto y difusión de la producción científica española o en español facilitando la consulta de las mismas en un entorno abierto, gratuito y sin restricciones.

Veamos, a continuación, de qué forma se facilita a través de DIALNET una política de edición digital acorde con las estrategias que anteriormente hemos definido como adecuadas:

### **Adecuación al medio digital**

DIALNET presenta un página web independiente para cada una de las revistas, con inclusión de datos bibliográficos completos, enlaces hiperactivos (a la página de la revista, a las normas de publicación, al catálogo de REBIUN para consultar localizaciones, a otras revistas de la misma materia...), índices de autores de cada revista tablas de contenido de cada ejemplar, etc.

Los sumarios o tablas de contenido incorporan la paginación, reproducen las secciones en las que se estructura la información del ejemplar, recogen información sobre números especiales, homenajes, etc. y ofrecen enlace a los resúmenes o textos completos cuando es posible.

### **Capacidad de difusión de los contenidos e impacto**

DIALNET desarrolla acciones de impulso, para hacer llegar la revista y sus contenidos de manera proactiva a destinatarios concretos. Integra servicios de alertas bibliográficas que dan más valor a los contenidos que se publican y multiplican la difusión de los mismos. En ese sentido, el servicio ha superado ampliamente las expectativas con las que surgió y hoy en día<sup>16</sup> cuenta con más de 110.000 usuarios registrados, que crecen a razón de unos 2.000 usuarios por semana y que se han suscrito a casi 625.000 alertas de revistas. Desde que se inició el servicio, ya se han emitido casi 3.000.000 de correos electrónicos con alertas informativas y en estos momentos se emiten más de 10.000 alertas cada día. El servicio de alertas está abierto de manera gratuita a todos los usuarios del mundo, de los cuales, más de la mitad son de fuera de España, por lo que se está haciendo una importante tarea de difusión de la producción científica hispana fuera del territorio español, principalmente en Iberoamérica.

DIALNET también desarrolla acciones de atracción que tienen como objetivo que el usuario llegue a los contenidos de la publicación sin que se dirija a ella expresamente. Como polos de atracción funcionan, por ejemplo, la integración de recursos. En la medida en que DIALNET es una plataforma integradora de recursos documentales, no sólo ofrece servicio de alojamiento y acceso para los contenidos de las revistas sino de otras tipologías documentales, destacando los contenidos de monografías colectivas (homenajes, actas de congresos...) y las tesis doctorales. Y esto hace que hoy en día sea, probablemente, la mayor base de datos de artículos científicos hispanos accesible de modo gratuito en Internet con más de 1.200.000 registros. DIALNET trata, además, de facilitar, en la medida de lo posible, el acceso a los textos completos de esos recursos (en estos momentos se puede acceder al texto completo de 120.000 artículos). En segundo lugar las posibilidades de recuperación de información y la compleja red de relaciones establecida entre los datos que permite una organización muy interesante de estos contenidos. Uno de los ejemplos en el que quedan bien reflejadas estas relaciones es en las páginas que se dedican a cada uno de los autores. A estos polos de atracción hay que añadir el uso de meta-

---

16. Los datos cuantitativos que se aportan corresponden 30 de mayo de 2007

datos para optimizar las páginas web de modo que DIALNET aparezca bien posicionado en las páginas de resultados de los buscadores y la adaptación al protocolo OAI-PMH que lo hace visible cuando se busca información en los proveedores de servicios OAI como Oaister<sup>17</sup>.

El tercer elemento de atracción es la incorporación de múltiples servicios de valor añadido para los usuarios registrados y para los de las instituciones que cooperan, como los servicios de personalización a través de “Mi Dialnet”, la adaptación a la imagen corporativa de las instituciones, la posibilidad de realizar búsquedas avanzadas, de exportar las referencias a gestores bibliográficos, etc.

Todas estas características han convertido DIALNET en un importante foco de atracción de visitas.

Los indicadores estadísticos de uso nos permiten hacernos una idea real de la capacidad de difusión y el impacto de DIALNET. En 2006 se alcanzó la cifra de 40 millones de páginas visitadas y 6 millones de sesiones distintas. Pero el crecimiento del número de visitas es exponencial. Así, en 2007, creemos que se duplicarán las visitas respecto al año anterior y se alcanzarán los 80 millones de páginas visitadas. Solo en el pasado mes de mayo se han superado los 8 millones de páginas visitadas. Diariamente se registra una media de 100.000 visitas a 250.000 páginas. Estas visitas suponen una transferencia diaria de más de 9Gb.

## **Credibilidad**

En la medida en que DIALNET cumple en gran medida con los criterios señalados por el estudio de la Universidad de Standford puede considerarse una web creíble. La posibilidad de verificar la veracidad de la información, la existencia detrás de DIALNET de una organización real, la posibilidad de contacto con los responsables, el diseño meticuloso, el cumplimiento de estándares de usabilidad, el multilingüismo, la actualización frecuente de contenidos y de funcionalidades, la restricción de contenidos promocionales, el cuidado con los errores y enlaces rotos, etc. lo avalan.

Por último DIALNET se desarrolla en un entorno de gratuidad tanto para editores como para usuarios.

---

17. <http://www.oaister.org/>

## 8. Propuestas de futuro

Entre las propuestas de futuro, que ya se están abordando, podemos destacar:

- La creación de espacios dedicados a cada editor en los que se presente el conjunto de la producción editorial de forma estructurada.
- Visibilidad del conjunto de revistas a texto completo alojadas en DIALNET a través de un portal específico que ofrezca a los editores servicios de valor añadido como estadísticas de uso, personalización de las páginas de revistas, canales RSS, etc.
- Ampliación de los servicios de valor añadido para usuarios registrados mejorando las opciones de búsqueda, incorporando alertas temáticas o de autores.
- Creación de espacios temáticos especializados en determinadas áreas de conocimiento.
- Desarrollo de opciones de autoarchivo brindando a los autores la posibilidad de depositar ellos mismos los documentos que generen para comunicar los resultados de sus investigaciones.
- Creación de un repositorio interinstitucional, en el tengan cabida instituciones de diversa tipología, como asociaciones profesionales, editores sin ánimo de lucro, etc.
- Desarrollos que favorezcan los análisis bibliométricos y la evaluación de revistas.

Lo que en su inicio fue un proyecto de cooperación bibliotecaria, amplió su campo de acción y abrió vías de cooperación con aquellos editores sin ánimo de lucro interesados en dar accesibilidad, visibilidad y difusión a los contenidos de sus publicaciones, contenidos que en muchos casos son el fruto de investigaciones que han sido sufragadas con fondos públicos.

## Bibliografía

- Abadal Falgueras E, Rius Alcaraz L. “Revistas científicas digitales: características e indicadores”. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, RUSC* 2006; 3 (1).
- Barrueco JM, Subirats Coll I. “Open archives initiative. Protocol for metadata harvesting (OAI-PMH): descripción, funciones y aplicaciones de un protocolo”. *El profesional de la información* 2003; 12 (2): 99-106.

- Fernández E. “Plataforma Digital de Revistas Científicas Electrónicas Españolas: origen, objetivos y gestión del proyecto”. *Scripta Nova: Revista electrónica de geografía y ciencias sociales* 2004 (8).
- Keefer Riva A. Aproximació al moviment “open access”. *BiD: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació* 2005 (15).
- Lawrence, Steve. “Online or Invisible?” *Nature* 2001; 411 (6837): 521.
- León Marín J. “DIALNET, un proyecto de cooperación bibliotecaria que facilita la difusión y la visibilidad de las revistas hispanas”. *Tk* 2006 (18): 193-200.
- León Marín J, Magriñá Contreras M. “DIALNET, una hemeroteca virtual de revistas hispanas sobre la base de la cooperación bibliotecaria”. *El profesional de la información* 2004; 13 (4):281-283.
- Melero R. “Acceso abierto a las publicaciones científicas: definición, recursos, copyright e impacto”. *El profesional de la información* 2005; 14 (4):255-266.
- Melero R, Pérez Agüera JR. “Plataforma digital de revistas científicas electrónicas españolas. Relación con el movimiento Open Access”. *Scripta Nova: Revista electrónica de geografía y ciencias sociales* 2004 (8).
- Urbano Salido C. “Les set vides del paper: Formats de presentació i models de distribució en línia dels treballs publicats en revistes científiques digitals”. *BiD: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació* 2003 (11).



**LA INCORPORACIÓN DEL ESPACIO EUROPEO DE  
EDUCACIÓN SUPERIOR EN LA EDICIÓN  
DE MATERIALES DOCENTES.  
¿PODEMOS HABLAR DE UN NUEVO DISCURSO?**

**Elena Añaños, Maite Martínez, Sarai Sabaté, Núria Marzo, Pere Tomasa,  
Zaida Anaya, Marta Miró y Sandra Gimbel**  
*Unidad de Innovación Docente en Educación Superior (IDES) Universidad Autónoma de  
Barcelona*

Esta comunicación pretende dar a conocer los cambios y las nuevas incorporaciones que propone el nuevo marco de referencia del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) a nivel conceptual y del discurso, a todos los agentes que forman parte del proceso: docentes, estudiantes, editoriales, entre otros. Concretamente, quiere mostrar las experiencias que se están desarrollando con el fin de acompañar las titulaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) en el proceso de implementación del EEES, y hacer visibles los elementos que se incorporan poco a poco en los sistemas universitarios europeos: una nueva nomenclatura, unas nuevas estrategias de Enseñanza-Aprendizaje (E-A) y una nueva forma de plantear la evaluación. En este escenario, en el cual se transforma la propia concepción de la docencia universitaria y de la transmisión de conocimientos, el estudiante se convierte en el protagonista de su propio proceso de aprendizaje. La Unidad de Innovación Docente en Educación Superior (IDES) de la UAB es un agente de soporte a la docencia universitaria durante todo el proceso de cambio a través de los ámbitos de Innovación y Formación. Uno de sus propósitos es la sensibilización, a través de sus materiales divulgativos y de soporte, de los indicadores que propone la Declaración de Bolonia. Para la difusión de esta nueva concepción del proceso de enseñanza-aprendizaje, la Unidad IDES realiza una serie de publicaciones que tie-

nen como objetivo dar a conocer las nuevas nomenclaturas, las diversas innovaciones, las experiencias docentes y las actividades que se desarrollan en nuestra universidad en el marco del EEES. Además, la Unidad IDES proporciona al profesorado formación, orientación y guía a lo largo del proceso, con la finalidad de cambiar los objetivos docentes formulados sobre la base de los conocimientos por objetivos formulados sobre la base de las competencias. Uno de los objetivos principales de la difusión de estas publicaciones es que todos estos cambios se reflejen en los materiales didácticos que usan los estudiantes en su proceso de formación. Con esta comunicación se pretende mostrar las diferencias conceptuales entre el discurso de los materiales que han de responder a la adaptación al dentro del marco y los materiales docentes tradicionales. Se analizan dos libros didácticos (uno basado en el nuevo marco y otro anterior al EEES) con el fin de ilustrar qué es aquello que deberían reflejar los materiales docentes adaptados al EEES.

### 1. ¿Desde dónde hablamos?

La adaptación de las titulaciones universitarias al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha supuesto la introducción de una nueva visión de la docencia, focalizando el aprendizaje en el estudiantado, y la inclusión de una nueva nomenclatura que recoge la esencia de esta renovada concepción del proceso de enseñanza-aprendizaje.

En ocasiones, este proceso debe afrontar una serie de resistencias del entorno, de la propia institución y a menudo la falta de recursos que favorezcan esta adaptación. La Universitat Autònoma de Barcelona ha detectado la necesidad de crear una unidad especializada que lidere este proceso y que lleve a cabo el seguimiento de la transformación de las titulaciones en base al *European Credit Transfer System* (ECTS): Unidad de Innovación Docente en Educación Superior (IDES).

### 2. ¿De qué hablamos?

Dedicaremos este apartado a definir algunos de los conceptos clave del nuevo marco europeo de educación superior: Objetivos formativos, formación por competencias, tiempo de estudio, evaluación continua / autoevaluación y tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

La figura 1 sintetiza el nuevo escenario en el cual el estudiante es el centro del aprendizaje, que tiene su base en los objetivos formativos y competencias que el estudiante deberá adquirir a lo largo del proceso, en el cual el profesor se convierte

en el responsable y facilitador del aprendizaje, para lo cual deberá contar, entre otras cosas, de materiales docentes que respondan a este cambio y que incluyan en su edición los nuevos conceptos claves del proceso que se desarrollan a continuación: objetivos formativos, formación por competencias, tiempo de estudio, evaluación / autoevaluación y tecnologías de la información y de la comunicación (TIC).

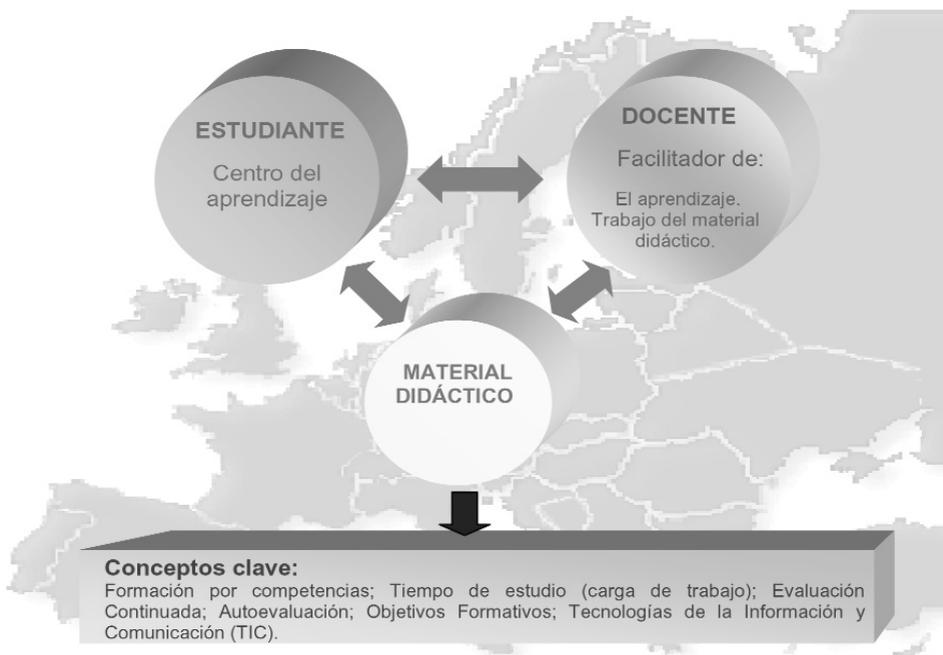


Figura 1: Nuevo escenario del EEES

### Objetivos formativos

Los objetivos formativos definen los resultados que se espera que el estudiantado asuma al finalizar el módulo. Algunas de sus características se pueden resumir de la siguiente manera:

- Hacen referencia a aquello que el estudiantado sabrá y sabrá hacer cuando haya cursado la asignatura, y para que sean motivadores para el estudiantado, deberán expresarse de manera clara y concreta.
- Los objetivos formativos deben ser factibles, es decir, se deben conseguir en el tiempo previsto y con los recursos disponibles, y evaluables.

- Es conveniente que la redacción sea precisa (para evitar términos innecesarios) y concreta (para evitar verbos o adjetivos de poco significado).

### Formación por competencias

En la configuración del nuevo Espacio Europeo de Educación Superior, la formación por competencias se convierte en un elemento clave para definir el perfil de las titulaciones y de las materias. Se trata de conseguir unos objetivos de formación que consideren tanto la adquisición de conocimientos como la capacitación de los estudiantes para seguir estudiando (competencias académicas y profesionales). El debate sobre el concepto de competencia ha sido y es un tema clave en el proceso de adaptación al EEES. Desde nuestro punto de vista, y de acuerdo con Whithe,

*La noción de competencia remite a alguien que es capaz, que tiene capacidad reconocida para afrontar una situación, que posee un cierto grado de dominio, de habilidad y de recursos. Es un término que recoge las acciones de captar, pensar, explorar, percibir, formular, manipular o introducir cambios que permiten una interacción competente en un determinado medio. (Whithe, 1979).*

Una competencia, en el marco de la educación superior, representa la capacidad de responder con éxito a las exigencias personales y sociales que plantea una actividad o una tarea en el contexto del ejercicio académico y/o profesional, incorporando tres grandes dimensiones: saber, saber hacer y ser. Así, *una competencia lejos de sustituir a los conocimientos, se sitúa más allá, y por tanto los presupone, incorporando la facultad de hacer uso de ellos para actuar de forma consciente* (Perrenoud, 2005). Este planteamiento hace que las universidades y en su caso los profesores de las titulaciones reformulen sus propias metodologías docentes centrándolas más en el aprendizaje del estudiante que en la enseñanza del profesor, lo cual requiere el diseño de actividades que garanticen una acción formativa del estudiante y una planificación de la evaluación de los aprendizajes buscando la mejor manera de mostrar el progreso y sobre todo temporalizar el *feedback* del desarrollo de sus competencias (IDES, 2007).

Se pueden distinguir dos tipologías de competencias (AQU, 2005): transversales y específicas. Las competencias transversales o genéricas, comunes en la mayoría de titulaciones, pero con balances diferentes, hacen referencia a diversos aspectos que se pueden clasificar en las siguientes categorías: gestión del tiempo y de los recursos, categoría interpersonal, gestión de la información, categoría personal y categoría instrumental. Las competencias específicas están relacionadas de forma más directa con el manejo de conceptos, teorías o habilidades deseables en un inves-

tigador o en un profesional. Pueden ser de carácter más académico o más profesionalizador.

En este marco, es importante que todos los actores implicados en el proceso de convergencia al espacio europeo sigan un mismo camino hacia una formación, no sólo por conocimientos, sino también por competencias, que permita al estudiante conocer en cada momento qué es lo que sabe y lo que sabe hacer. En consecuencia, los materiales docentes, junto con la acción del propio profesorado, representan una parte del acompañamiento básico en el proceso d'E-A del estudiante, debiendo incorporar todos los cambios de nomenclatura y la visión del aprendizaje que propugna este nuevo contexto.

### Tiempo de estudio

En la adaptación al EEES adquiere importancia el sistema europeo de transferencia y acumulación de créditos (ECTS). Este sistema se centra, principalmente, en la carga de trabajo medida como <<tiempo de estudio>> que el estudiantado dedica a cada una de las asignaturas, con la finalidad de conseguir los objetivos de su aprendizaje.

En el marco del EEES, la estimación del tiempo de estudio se debe realizar teniendo en cuenta:

1. La **modalidad** de enseñanza: enseñanza presencial (*sesiones magistrales del profesorado; ejercicios, problemas, casos prácticos,... realizados en el aula; visualización de vídeos en el aula; entre otras actividades presenciales*) y enseñanza no presencial (*estudio de la teoría a nivel individual y grupal; búsqueda de materiales y documentación; salidas y trabajo de campo, etc.*).
2. Los **niveles** en los cuales se realiza esta estimación: Por otro lado, el planteamiento de las asignaturas en ECTS tiene un impacto en los principales agentes de las instituciones de educación superior: el profesorado (debe tener claro qué hace el estudiante dentro y fuera del aula, debe dar *feedback* durante todo el proceso de su aprendizaje,...), el estudiantado (debe aceptar que el aprendizaje también se realiza fuera del aula) y en la propia institución (en lo que se refiere a la planificación del espacio docente, infraestructuras, recursos funcionales, etc.). Este impacto afecta de manera significativa a la planificación de la docencia, que deberá estar estructurada en bloques temáticos y deberá contener una serie de actividades que el estudiante realice (dentro y fuera del aula) para conseguir los objetivos y las competencias formuladas.

- a) A *nivel docente*: mediante la recogida de datos de las modalidades presencial y no presencial.
- b) A *nivel de titulación*: mediante el análisis de los datos para facilitar la coordinación de las diferentes asignaturas y profesorado para que la dedicación del estudiantado sea equilibrada respecto al resto.
- c) A *nivel externo*: mediante la recogida de datos realizada por unidades / departamentos universitarios que llevan a cabo proyectos de investigación relacionados con la adaptación de las titulaciones al EEES.

Carmen Martínez (Full IDES: 2003) resume esta idea de la siguiente manera: *lo que es realmente importante es que debemos <<pensar>> de otra manera con el objetivo de que los alumnos aprendan lo que consideramos imprescindible para su formación*. En este sentido, la *formación* debe estar sujeta a la *planificación* y ésta debe ir acorde a los resultados del *estudio del tiempo*, es decir, del <<tiempo de estudio>>.

Conseguir este propósito no es una tarea fácil. La planificación no se fundamenta únicamente bajo los parámetros *profesorado*, *estudiantado* e *institución*, sino que también debe ir acompañada de una óptima elaboración del material docente para configurar la materia que el estudiantado debe aprender, incorporando este <<nuevo>> concepto a sus contenidos y actividades.

### **Evaluación Continua**

El concepto de evaluación ha tomado un giro importante en el nuevo marco educativo pasando de ser un instrumento de medida cuantitativa y finalista del aprendizaje, a constituir un proceso de comunicación guiada que sirve al estudiante para su reflexión. La evaluación está orientada a la consecución de los objetivos educativos que el profesor diseña previamente acorde con las competencias necesarias para su desarrollo. Ésta se enriquece de un feedback o retroalimentación, ya que la evaluación no es un proceso unidireccional, sino un proceso donde el mismo sistema evaluador es revisado, siempre hacia la consecución de un modelo más eficaz y adaptado a la programación y a las necesidades formativas del estudiante.

Existen tres momentos importantes a tener en cuenta en el proceso de evaluación:

- *Evaluación Inicial*: su objetivo es saber en qué nivel se encuentran los alumnos.
- *Evaluación del proceso*: su objetivo es evaluar a partir de las necesidades surgidas durante la consecución del programa.
- *Evaluación final*: su objetivo es verificar el logro de los objetivos y resultados, y el desarrollo de competencias.

Si al finalizar *el proceso de evaluación*, el alumno no ha sido capaz de llevar a cabo los objetivos, el profesor debe darle un feedback para que pueda construir su aprendizaje de manera sólida teniendo claro qué es lo que debe mejorar.

Para conseguir que el estudiante pueda alcanzar la autonomía en su propio aprendizaje, es muy importante que se sienta partícipe de éste. Para ello el profesor debe informarle del proceso evaluativo, además de dejar bien claro cuáles son los objetivos que debe conseguir. Así logrará que el estudiante interiorice que la evaluación es sólo un paso más de su proceso, que le debe ser útil para aprender y que no es un fin en sí mismo.

De acuerdo a esta nueva conceptualización de la evaluación podemos pensar en la conveniencia de que los materiales docentes que se editan en nuestras universidades, incluyan algún apartado dedicado a la evaluación, de manera que el estudiante pueda tener una orientación sobre cómo avanza su aprendizaje.

### **Autoevaluación**

La autoevaluación viene implícita dentro del nuevo marco de enseñanza-aprendizaje que se inserta dentro de la renovación universitaria.

Podríamos resumirla en palabras de Rodríguez López (Yániz, C; Villardón, L: 2006):

*“A través de la autoevaluación se pretende recoger y potenciar el valor que el estudiante concede al trabajo realizado, el esfuerzo aplicado a su realización y el espíritu crítico con que se enfrenta a su trabajo”*

Este concepto amplía y refuerza la visión que hemos dado de la evaluación en el apartado anterior. La autoevaluación es un proceso necesario para fomentar la autonomía del alumno. Se le debe dar, pues, un nuevo enfoque al proceso evaluativo que comienza por informar al alumno de lo que se pretende con ello.

*“Se ha de mentalizar al alumno de que se evalúa para mejorar y esto supondrá honestidad en cuanto a la información aportada sobre el aprendizaje, se ha de mentalizar al alumno de que vaya más allá del conocimiento obtenido, así pues éste debe tener en cuenta que no todo lo que está bien es completo porque siempre se puede mejorar en las capacidades conseguidas, y que las valoraciones han de ser contrastadas para aproximarse a la realidad”* (Yániz, C; Villardón, L: 2006)

En este punto, se vuelve a hacer necesario el intercambio de información entre profesor y del alumno, de manera que se establezca un feed-back bidireccional. En la aplicación de los ECTS, la evaluación unidireccional (el profesor evalúa a

los estudiantes) deja paso a otras formas de evaluación en las cuales participan los propios sujetos evaluados (estudiantes).

La aplicación de los ECTS favorece un cambio en la evaluación, en la cual tomará más protagonismo una evaluación continua del trabajo llevado a cabo del alumno, y donde el proceso de *aprender a aprender* cobra especial importancia. Esta nueva consideración lleva implícita una concepción constructivista del proceso de enseñanza-aprendizaje donde el profesor es el *facilitador* y el *guía* en el proceso de aprendizaje y el alumno es el participante activo de este proceso.

En este escenario, se hace necesario el desarrollo y la edición de materiales de autoevaluación que den respuesta a este nuevo planteamiento del proceso E-A.

### Las TIC y la Edición Universitaria

*“Los estudiantes son miembros esenciales de la comunidad académica. Las Reformas de Bolonia permitirán facilitar la introducción de vías de aprendizaje flexibles e individualizadas para todos los estudiantes [...]”*

Declaración de Graz, Leuven, 4 de Julio de 2003.

La Edición Universitaria se encuentra actualmente ante un gran reto frente un gran reto. El nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) supone cambios a grande y a pequeña escala en el ámbito universitario. Para poder llegar a relacionar la edición universitaria con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) es necesario entender, primero, la relación entre las TIC y la comunidad universitaria (estudiantes y docentes).

Con la llegada de nuevas generaciones a las aulas universitarias han ido apareciendo nuevas necesidades debido a los cambios que los estudiantes han experimentado, entre otros, en relación a las tecnologías en nuestra sociedad. Estos cambios han ido desarrollando habilidades y hábitos de trabajo diferentes a los anteriores y a los que la universidad ha debido dar respuesta si no quería quedarse obsoleta.

Estos procesos de innovación a los que ha debido someterse el contexto universitario se unen ahora al nuevo proceso de convergencia al EEES, en los requerimientos del cual se incluyen objetivos relacionados con la introducción de nuevas estrategias para el aprendizaje. Así pues, se hace necesario un replanteamiento de las metodologías docentes donde la Edición Universitaria tiene un papel importante.

Anna Escofet (2006) habla de 3 dimensiones que se determinan en las situaciones de aprendizaje que generan y que varían en función de la tecnología que se utilice.

- La *dimensión temporal* (el uso del tiempo que se hace): puede ser sincrónico o asincrónico.
- La *dimensión espacial* (el ámbito en el que se sitúan las intervenciones) puede ser público o privado.
- La *dimensión relacional* (el tipo de direccionalidad de la acción educativa) puede ser unidireccional o multidireccional.

Podemos encontrar diversas herramientas tecnológicas - que permiten combinar las diferentes dimensiones (presencialidad, semipresencialidad, virtualidad) –que actualmente ya se utilizan para la enseñanza y el aprendizaje en ámbitos educativos y en las cuales la Edición Universitaria debe involucrarse. Nos referimos a la edición de materiales digitalizados, la utilización del hipertexto, los programas informáticos de autoevaluación (Añaños y Puigdollers, 1999) los *chats* y los *blogs*, los foros docentes de discusión, el correo electrónico, las páginas web, las wikis, las WebQuest, hipertexto, etc.

Destacamos la utilidad del hipertexto como complemento al texto impreso, ya que es una herramienta que favorece eficazmente el autoaprendizaje de los estudiantes. Éste les ofrece la experiencia interactiva del aprendizaje permitiéndoles el estudio más efectivo consultando diversas fuentes de información diferentes sobre la temática y de una forma más dirigida que evita que se pueda perder por la red.

La Edición Universitaria debe conocer las posibilidades que estas herramientas proporcionan a la educación ya que se pueden utilizar como estrategia para el aprendizaje presencial, virtual o semipresencial, a la vez que debe adaptar los contenidos a estos nuevos formatos favoreciendo y desarrollando, entre otras cosas, la edición on-line.

### **3. Análisis de un material docente**

Los materiales didácticos son un recurso imprescindible en un modelo de enseñanza-aprendizaje tanto presencial como no presencial. Se presentan en distintos soportes y formatos: papel, web, cd, formatos digitalizados, etc.

En este marco los materiales didácticos tienen que sugerir una tipología de metodologías de aprendizaje que puedan utilizar los docentes en sus materias, a parte de representar una herramienta de aprendizaje a través del cual faciliten al

estudiante la autonomía en el proceso d'E-A. Los materiales en papel vehiculan los contenidos de una asignatura, estructurados en módulos o unidades. Incorporan aquellos elementos necesarios para el aprendizaje como por ejemplo los objetivos alcanzables, resúmenes, esquemas, ejercicios con su solución, entre otros elementos. Los materiales en web o en formato digitalizado, complementan los materiales en papel: lecturas complementarias, ejercicios de autoevaluación, recursos de Internet, a la vez que incorporando elementos tradicionalmente presentes en soporte papel. Este tipo de materiales pueden ser interactivos, proporcionando *feed back* en las actividades y facilitando el acceso a otros recursos del material o de la red.

A continuación, presentamos el análisis de dos publicaciones del ámbito de la psicología de la publicidad, una tradicional y una adaptada al nuevo escenario.

En primer lugar, planteamos el esquema de un material didáctico (libro de texto) tradicional, utilizado por los docentes como manual básico de una asignatura universitaria: *Psicología de la Publicidad y de la Venta* (Duran, 1982), cuyo esquema general es el siguiente:

1. Índice
2. Introducción
3. Temas:  
Sumario: esquema con lo que se puede encontrar en cada tema  
Tema (contenido)  
Ejercicios de autocomprobación  
En resumen... (resumen del contenido)  
Hay referencias bibliográficas dentro del texto de cada tema
4. Soluciones a los ejercicios de autocomprobación

Tradicionalmente, hablando desde un punto de vista general, los materiales docentes se han convertido en libros de texto pasivos, que proporcionan conocimiento teórico y memorístico, si bien en el caso que presentamos se incorporan ejercicios de autocompreensión para el estudiante. Si nos centramos en la nueva nomenclatura que aparece con el cambio de paradigma, observamos como los materiales didácticos anteriores al EEES no sitúan al estudiante en el centro de su proceso d'E-A, sino que sigue quedando en un segundo plano, como receptor del conocimiento. Otro elemento a tener en cuenta es la presentación de los ejemplos, anuncios, que se hacen en papel (limitando los ejemplos a los anuncios en prensa) y distando mucho de su formato original (color, etc.)

Somos conscientes, y queremos destacar, la utilidad que han tenido todos estos manuales hasta el momento, pero también queremos destacar las posibilidades que nos brindan los nuevos escenarios de la educación superior y las nuevas tecno-

logías para mejorar y adaptar los materiales docentes en el proceso de convergencia europea.

A continuación analizamos un material docente cuyos contenidos se podrían equiparar al texto comentado anteriormente: *Psicología y Comunicación Publicitaria* (Añaños y otros, en prensa), que incluye además del texto, un DVD con el hipertexto, que permite al estudiante acceder a la visión de los elementos originales trabajados (anuncios) y una carpeta con todos los anuncios que sirven de ejemplo en el texto, en su formato original (prensa, spot de TV, etc.) y organizados en relación a los bloques temáticos y al soporte de su edición (visual) y audiovisual (anuncios de TV). Este material incorpora muchos de los elementos comentados a la vez que nos da pie a pensar en otros elementos que los materiales didácticos podrían incluir.

Una vez analizado el material docente adaptado al EEES observamos una serie de elementos que van acorde con el cambio propuesto por Bolonia:

1. La adaptación al nuevo escenario se manifiesta en la unificación de contenidos que permiten trabajar la transversalidad en la asignatura y en la organización de los contenidos en bloques temáticos favorece la renovada concepción docente.
2. Los contenidos de los bloques temáticos están adaptados a la nomenclatura que propone el EEES, pues para cada uno de ellos especifican:
  - los objetivos formativos
  - los contenidos propiamente dichos
  - las competencias que se desarrollan
  - actividades prácticas propuestas
  - ejercicios de autoevaluación
  - referencias
  - enlaces de interés (url)
3. El hipertexto favorece el incremento de la interactividad entre los contenidos con el formato multimedia permitiendo una actividad autónoma del estudiante.
4. Los materiales digitalizados en su formato original (anuncios) y clasificados en los bloques temáticos del hipertexto y del libro, permiten al estudiante un aprendizaje activo que le facilita la consecución de los objetivos y de las competencias definidas.

5. Las actividades prácticas que se proponen fomentan la autonomía y el trabajo autónomo del estudiantado y la reflexión y la síntesis de los contenidos adquiridos.
6. Los enlaces de interés permiten al estudiante acceder (directamente desde el hipertexto) a otro tipo de información seleccionada y relacionada con los contenidos.

En síntesis, a diferencia de un material docente anterior al EEES, podemos ver como se han incorporado <<nuevos>> conceptos y contenidos con el objetivo de que el estudiantado sea el principal agente de su proceso de enseñanza-aprendizaje.

#### 4. Contribuciones del IDES a la edición de publicaciones adaptadas al EEES

La edición de materiales adaptados a la nueva nomenclatura (discurso) requiere un cambio en el modelo de materiales diseñados y editados de forma tradicional por los profesores universitarios y la utilización de la nueva nomenclatura. Con la finalidad de acompañar al profesorado en este complejo proceso de cambio, la Unidad de Innovación Docente en Educación Superior, está introduciendo, a través de sus publicaciones, la explicación de la nueva nomenclatura, a la vez que asesora al profesor en la edición de los contenidos de sus materiales docentes. Las tres publicaciones del IDES son:



- **EINES:** La colección *Eines* tiene como objetivo poner a disposición de la comunidad universitaria un conjunto de herramientas que pueden servir de orientación y de guía a lo largo del proceso de cambio. Hasta el momento se han publicado 4 números dentro de esta colección: <<Les titulacions UAB en l'EEES>>, <<Resoldre problemes per aprendre>>, <<El Pla de Tutoria a la Universitat>> y <<Aprentatge cooperatiu en Ciències Socials>>.
- **FULL IDES:** Esta colección pretende difundir información de interés para el profesorado relacionada con el EEES. Se estructura en cuatro apartados: <<Avui parlem...>>, donde se presentan temas de actualidad para el profesorado; <<Què em podeu dir de...>>, creada con la finalidad de publicar diferentes informaciones del profesorado sobre su actividad docente; <<Coneixes...?>>, sección destinada a explicar experiencias generadoras de calidad docente; <<Agenda y enlace>>, donde se informa al profesorado de todas las convocatorias tanto formativas como de investigación relacionadas con la calidad docente. Algunos de los temas que se han tratado en el Full IDES son: *El European Credit Transfer System; Las TIC como herramienta de transformación de la docencia: una experiencia de innovación para implementar; La docencia autorizada: una autogestión del aprendizaje; ¿Quién necesita un portfolio docente?; Aplicación de nuevas tecnologías en los procesos de aprendizaje: el WIKI*; entre otros.
- **FULL EXPERIÈNCIES:** Esta colección de publicaciones tiene como objetivo dar a conocer las diferentes innovaciones y experiencias docentes que se realizan en nuestra universidad (UAB), en el marco del EEES, y en concreto en las titulaciones que forman parte de los Planes Piloto, sean del DURSI o de la propia UAB. En los 6 Fulls d'Experiències ya publicados se han tratado temas como: *Experiències docents en la titulació d'Informàtica; La titulació de Publicitat i Relacions Públiques orientada a l'EEES; l'Adaptació de la titulació d'infermeria a l'EEES; L'Experiència d'adaptació de l'assignatura de llatí i cultura clàssica a la convergència europea y Primera valoració de l'adaptació de la titulació de veterinària a l'EEES*.

## 5. Conclusiones

De acuerdo con Knight (2005), la selección de los materiales para el aprendizaje tiene una alta repercusión en el rendimiento de los estudiantes. Así, si queremos que permitan conseguir los objetivos propuestos, deberán dar respuesta al nuevo escenario europeo de educación superior (EEES).

Los materiales docentes adaptados al EEES deben contener, además de los contenidos (organizados), actividades de aprendizaje que lo acerquen al EEES. Así,

deberán proponerse actividades que fomenten la autonomía y el trabajo autónomo del estudiantado, actividades que fomenten la reflexión y la síntesis de los contenidos adquiridos, actividades (casos, prácticas, etc.) dónde se especifiquen las competencias a desarrollar, actividades temporalizadas que tengan en consideración la carga de trabajo del estudiantado dentro y fuera del aula, etc.

En lo referente a la evaluación y autoevaluación se debería incorporar la autoevaluación en el proceso de aprendizaje del estudiantado (*pre, durante y post* de los bloques temáticos). Además, es aconsejable incorporar ejercicios de autoevaluación dónde se pongan en práctica algunas de las competencias anotadas al principio de cada bloque temático como también actividades de evaluación que fomenten la relación entre los conceptos adquiridos, como por ejemplo mediante la realización de mapas conceptuales. Por último, fomentar ejercicios de autoevaluación que permitan que el estudiantado aplique todo aquello que ha adquirido dentro y fuera del aula, es decir, que no se limiten a realizar una reproducción literal de los contenidos trabajados sino que lo complementen con el trabajo y/o investigación realizado fuera del aula.

La utilización de las TIC en el material docente permite complementarlo con otras herramientas, como por ejemplo CD-ROMs, chats, blogs, wikis, webquests, correo electrónico, forum, entre otros. Esto puede permitir a gran parte del profesorado la elaboración de sus webs docentes que incorporen su material didáctico. Las TIC también nos permiten la realización del *blended learning*, es decir, la convivencia de las clases presenciales con las virtuales y/o el uso de otros medios electrónicos. Este caso lo podemos encontrar en la UAB mediante el Campus Virtual. Como hemos visto anteriormente, la edición del material docente con soporte digital (CD, DVD y a través de la red), introduciendo el hipertexto, etc. facilita el acceso al formato original de diferentes materiales, ejemplos, bibliografía, links, etc. En conclusión, con la ayuda de las TIC se debe fomentar la interactividad entre profesorado y estudiantado a partir del material docente. Este es uno de los retos a conseguir en el nuevo escenario.

Esta comunicación pretende mostrar la <<nueva>> nomenclatura que exige el EEES y, como se debería reflejar en la edición de los nuevos materiales docentes. En este sentido, el análisis de los materiales docentes nos ha servido para ver su evolución y para tener la perspectiva de cómo podrían llegar a ser.

Por otra parte, hemos intentado que las editoriales conozcan este nuevo escenario para que sean conscientes de las posibilidades que ofrece en la edición de nuevos materiales docentes. En parte, el proceso de Bolonia *obliga* a todos los agentes de la comunidad universitaria, inclusive las editoriales, a trabajar con la nueva nomenclatura y con el soporte de las nuevas tecnologías. Aunque el reto parezca

difícil y a la vez ambicioso, las instituciones de educación superior y las editoriales deben trabajar conjuntamente para contribuir positivamente a la adaptación de la universidad al EEES.

### **Bibliografía**

- AÑAÑOS, E; PUIGDOLLERS, J.M. *Psicología de la atención y de la percepción. Guía de estudio y evaluación personalizada* (edición electrónica con CD-ROM interactivo). Bellaterra: Publicaciones de la UAB, 1999.
- AÑAÑOS, E; ESTAÚN, S; TENA, D; MAS; M<sup>ª</sup>T. *Psicología Publicitaria*. Bellaterra: 2006 [pendiente de publicación].
- AQU. *Guia general per dur a terme les proves pilot d'adaptació de les titulacions a l'EEES. Titulacions de Grau*. Barcelona: AQU, 2005.
- DURÁN, A. *Psicología de la Publicidad y de la Venta*. Barcelona: Ediciones CEAC, 1982.
- IDES. *¿Cómo imaginamos la evaluación en la formación por competencias del EEES?*. Comunicación presentada en el I Simposio Internacional *El diseño de las titulaciones por competencias*. Barcelona, 27 de abril de 2007.
- KNIGHT, P.T. *El profesorado de educación Superior*. Madrid: Narcea, 2005.
- PERRENOUD, P. *La Universitat entre la transmissió de coneixements i el desenvolupament de competències*. A : *El debat sobre les competències en l'ensenyament universitari*. Barcelona: ICE UB, 2005
- YÁNIZ, C; VILLARDÓN, L. Planificar des de competencias para promover el aprendizaje. El reto de la sociedad del conocimiento para el profesorado universitario. Bilbao: Cuadernos monográficos del ICE, nº 12, 2006, pp102.
- WHITHE, en J. Bruner “The act of Discovery”, en *Essays from the left hand*, Harvard, Cambridge, 1979, p.89.



# E-PRINTS UPC: EL DEPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN DE LA UPC

<https://upcommons.upc.edu/e-prints/>

**Marina Casadevall y Toni Prieto**

*Servicios Generales de Bibliotecas y Documentación de la Universitat Politècnica de Catalunya*

Se presenta el depósito institucional E-prints UPC, desarrollado por el Servicio de Bibliotecas y Documentación de la Universidad Politécnica de Cataluña, con el objetivo de recoger, organizar, difundir y preservar la producción científica de la Universidad. En primer lugar, se hace una breve introducción del panorama mundial que ha fomentado la aparición del movimiento *open access* y el nacimiento de los depósitos institucionales. Posteriormente, se presentan las principales características de E-prints UPC, así como las acciones de formación y difusión llevadas a cabo para promover su utilización entre el personal investigador de la Universidad. Finalmente, se repasa el estado actual del depósito y los aspectos de propiedad intelectual relacionados.

## 1. Introducción

La universidad, en el marco de su actividad académica, genera conocimiento que a menudo se transmite en forma de documentación científica. Hasta ahora, las revistas científicas eran el principal medio de comunicación, difusión, acceso y evaluación de la investigación. Con Internet y las tecnologías de la información aparece un nuevo canal que permite resolver las limitaciones del sistema tradicional: publicación lenta, precios de suscripción elevados, etc.

Las universidades e instituciones que financian la investigación han impulsado el movimiento *open access* (acceso abierto), que consiste en depositar la produc-

ción académica y de investigación en Internet de forma libre y gratuita. Entre los proyectos llevados a cabo por las bibliotecas y otros organismos (consorcios, grupos de investigadores, etc.) para poner la información en acceso abierto, destacan los depósitos institucionales.

Los depósitos institucionales son sistemas de información que recogen, divulgan, dan acceso y preservan la producción intelectual de las comunidades universitarias. También contribuyen a aumentar la visibilidad, el impacto y el valor público de las universidades.

### **2. Los depósitos institucionales de la UPC**

El Servicio de Bibliotecas y Documentación de la UPC ha puesto en marcha diferentes depósitos institucionales de acceso abierto que alojan los distintos tipos de documentos resultantes de la actividad de la propia Universidad. Los depósitos actualmente desarrollados son E-prints UPC, Revistes i Congressos UPC, Treballs acadèmics UPC, TDX (CBUC), Arxiu Gràfic ETSAB y Videoteca UPC, que junto con los otros depósitos que se están desarrollando (materiales docentes e imágenes), cubren un amplio espectro de la actividad científica y académica de la UPC. Para facilitar la consulta y el acceso simultáneo a toda la documentación depositada, se ha creado el portal *UPCommons* (<https://upcommons.upc.edu/>).

### **3. E-prints UPC (<https://upcommons.upc.edu/e-prints/>)**

#### **3.1. Presentación**

E-prints UPC es el depósito de la producción científica de la UPC, en el que el personal investigador puede publicar los documentos generados en sus actividades de investigación para que sean accesibles a través de Internet. Da accesibilidad y visibilidad a la producción científica de la Universidad, recogiendo, organizando y preservando las publicaciones generadas en las actividades de investigación.

Pueden depositarse documentos ya publicados (postprints), documentos pendientes de publicarse (preprints) y documentos que no se publican por los canales comerciales convencionales (informes de investigación por ejemplo).

#### **3.2. Características técnicas**

E-prints UPC se ha desarrollado con el software DSpace, una plataforma en código libre desarrollada por el *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) y *Hewlett-*

*Packard*, ya implementada en un gran número de universidades y que cuenta con un importante grupo de desarrolladores. La elección del software tuvo lugar el año 2004 en un grupo de trabajo del Consorcio de Bibliotecas Universitarias de Cataluña (CBUC), creado para elegir una aplicación preferente para el desarrollo de depósitos institucionales.

La primera instalación del depósito se realizó con la versión 1.3.1 de DSpace y recientemente se ha migrado a la versión 1.4.1, que incorpora nuevas funcionalidades.

La plataforma se ha adaptado en la medida de lo posible a las necesidades de la comunidad universitaria: se ha configurado la autenticación LDAP para hacerla compatible con el directorio de la Universidad; se ha modificado el formulario de entrada de datos para utilizar vocabularios controlados, así como el motor de búsqueda para que no se contemplen los diacríticos, etc.

### **3.3. Interfaz de usuario**

La interfaz de E-prints UPC se ha personalizado para facilitar su uso tanto a los usuarios internos como a los externos. La acción principal ha sido la traducción del contenido al catalán y la adaptación de las versiones en castellano e inglés, incluido el apartado de Ayuda. También se ha incorporado un apartado de Preguntas más frecuentes, dirigido a los usuarios internos, destinado a resolver dudas sobre la propiedad intelectual y los derechos de autor. Finalmente, el diseño de la plataforma se ha personalizado para diferenciarlo del software original y conseguir un estilo propio.

Por otro lado, E-prints UPC ofrece un servicio de alerta que permite a cualquier usuario suscribirse a aquellas colecciones que le interesen y recibir un mensaje de correo electrónico cada vez que se deposite un documento en cualquiera de ellas.

### **3.4. Estructura, alimentación y metadatos**

E-prints UPC está estructurado en tres niveles diferentes, que vienen marcados por el software DSpace. El primer nivel son las comunidades, que se han organizado en base a las grandes áreas de investigación de la UPC. El segundo nivel son las subcomunidades, que pueden ser los departamentos, grupos de investigación o institutos a los cuales pertenecen los investigadores. El tercer nivel son las colecciones, que pueden organizarse por tipología de documentos o por ámbitos de conocimientos más específicos que en el primer nivel.

La introducción de contenidos es responsabilidad de los autores (autoarchivo) que deben introducir unos metadatos mínimos, asignar al documento una licencia Creative Commons que indica claramente a los usuarios de la Red los usos que se permiten del documento, y finalmente aceptar una licencia de distribución mediante la cual autorizan a la Universidad Politécnica de Cataluña a difundir el documento en la Red. Por otro lado, un bibliotecario temático revisa y amplía los metadatos para garantizar la descripción y la recuperación de los documentos.

Además, si la comunidad investigadora lo requiere, E-prints UPC permite la revisión de los trabajos por parte de un responsable del grupo de investigación, del departamento o del instituto.

Las pantallas de los metadatos se han personalizado para facilitar y adaptar la introducción de los datos a las necesidades de la comunidad universitaria.

### **3.5. Formación y difusión**

La difusión de E-prints UPC se ha llevado a cabo de forma escalonada. Por un lado, el Servicio de Bibliotecas y Documentación ha formado a todos los bibliotecarios temáticos, que son los encargados de presentarlo a su vez a los diferentes departamentos, grupos de investigación e institutos y de dar el soporte necesario a todos los investigadores que deciden depositar sus trabajos de investigación.

Por otro lado, E-prints UPC se ha presentado al Vicerrector de Investigación e Innovación, a la Comisión de Investigación de la Junta de Gobierno de la Universidad, a los directores de los departamentos e institutos y se han enviado folletos de presentación a todo el personal docente e investigador de la Universidad.

Tanto en las acciones de formación como en las de difusión, se incide en los beneficios del depósito, entre los que cabe destacar: publicación rápida, más visibilidad, mayor impacto, normalización de las referencias bibliográficas y preservación de los documentos a largo plazo.

Para incrementar la visibilidad del contenido de E-prints UPC, éste se ha incluido en directorios de repositorios abiertos y servidores OAI, y en recolectores y agregadores.

### **3.6. Estado actual**

Actualmente, después de poco más de un año de la puesta en marcha del depósito, ya han sido dadas de alta 37 subcomunidades (departamentos, grupos de

investigación e institutos) y 68 colecciones. Han sido depositados un total de 656 documentos.

Se ha detectado que las dificultades más importantes para conseguir que los investigadores depositen su producción científica en E-prints UPC provienen en gran medida del desconocimiento: aún no han adquirido el hábito del autoarchivo, piensan que es un proceso lento, y desconocen que las revistas a menudo lo permiten.

#### **4. Interoperabilidad**

Aunque la filosofía del depósito es el autoarchivo, dado que algunos profesores ya han incorporado su producción científica en páginas web personales o del departamento o grupo de investigación, se ha considerado muy importante ofrecer el servicio de cargas masivas de documentos desde estas páginas a E-prints UPC.

Ya se han realizado algunas cargas automáticas masivas de documentos previamente alojados en las páginas web de departamentos y actualmente se están trabajando en nuevas, de tal manera que los bibliotecarios sólo tienen que completar y revisar los datos. También hay algunos profesores que se han interesado en el traspaso automático de los documentos alojados en sus páginas web personales.

Mientras que el número de documentos alojados en E-prints UPC ha aumentado y sigue haciéndolo considerablemente con estas actuaciones, los autores, por su parte, pueden dejar de mantener sus productos (páginas web personales, del grupo de investigación, etc.).

#### **5. Aspectos de propiedad intelectual**

Los autores son los responsables de que los documentos que depositan en E-prints UPC no tengan ninguna restricción de distribución electrónica. En el apartado de Preguntas más frecuentes del depósito se han incluido diferentes cuestiones sobre propiedad intelectual para ayudar a aquellos autores que desconocen el tipo de cesión que han hecho de los derechos de explotación de su publicación. Además, el Servicio de Bibliotecas y Documentación ha puesto en marcha el Servicio de Propiedad Intelectual (SEPI), al cual se puede dirigir cualquier duda sobre derechos de autor.

También se han incorporado en E-prints UPC dos autorizaciones diferentes, que el autor debe aceptar para poder completar el autoarchivo.

Por un lado, el usuario debe escoger la licencia Creative Commons (CC) que quiere asignar al documento que está depositando. Todas las licencias CC permiten la reproducción, distribución y comunicación pública de las obras, siempre que se citen y reconozcan los autores originales. Además, el autor tiene la opción de permitir la modificación y/o comercialización de las obras. En cualquier caso, siempre aparecen asignadas las opciones más restrictivas por defecto, y si el autor está de acuerdo, sólo debe aceptarlas.

Por otro lado, el autor debe aceptar una licencia de distribución mediante la cual el titular de los derechos autoriza al Servicio de Bibliotecas y Documentación de la UPC a difundir el documento en la red. Evidentemente, no se trata de una cesión de derechos en exclusiva, el autoarchivo en el depósito no le impide publicar o difundir el documento en cualquier otro lugar.

### **6. Actuaciones futuras**

Desde la puesta en marcha de E-prints UPC se han ido introduciendo constantemente aquellas mejoras y cambios destinados a facilitar el uso del depósito, a menudo propuestos por los departamentos y grupos de investigación a los que se ha presentado.

Un objetivo muy importante en el que ya se está trabajando es la integración de los diferentes sistemas de información de la Universidad en el ámbito de la investigación (Fénix, FénixDoc y E-prints UPC), con la intención de facilitar el mantenimiento de estos productos y ofrecer toda la información disponible a los investigadores.

Finalmente, respecto a la valoración de la introducción de contenidos, por la cual ya han preguntado muchos investigadores, deberá ser la propia Universidad quien determine si publicar documentos en el depósito institucional se incluye en el proceso de evaluación, aunque sin duda ello sería un factor que supondría un importante aumento de la introducción de contenidos en E-prints UPC. En este sentido, la Universidad ya ha dado un primer paso adhiriéndose a la Declaración de Berlín, además de mostrarse muy interesada por la evolución del proyecto.

### **Bibliografía**

BARTON, M. R. (2004). Creating an institutional repository: LEADIRS workbook. Cambridge: MIT Libraries. <http://www.dspace.org/implement/leadirs.pdf> [Consulta: 23/01/2007].

- DRAKE, M. A. (2004). "Institutional repositories: hidden treasures". Searcher: the magazine for database professionals, May, 41-45.
- GUÉDON, J. C. (2006). "Els camins verd i daurat cap a l'accés obert: arguments a favor de combinar i relacionar". Traduccions del CBUC, núm. 29. [http://www.recercat.net/bitstream/2072/2060/1/Guedon\\_Traduccio29.pdf](http://www.recercat.net/bitstream/2072/2060/1/Guedon_Traduccio29.pdf) [Consulta: 23/01/2007].
- HIXSON, C. (2005). "Un cop creats, què? El futur dels dipòsits institucionals". BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació, núm. 15. [http://www2.ub.edu/bid/consulta\\_articulos.php?fichero=15hixso1.htm](http://www2.ub.edu/bid/consulta_articulos.php?fichero=15hixso1.htm) [Consulta: 23/01/2007].
- JONES, R.; ANDREW, T.; MACCOLL, J. (2006). The institutional repository.. Oxford: Chandos.



## CONTROLES DE CALIDAD EN LA EDICIÓN TÉCNICA DE REVISTAS CIENTÍFICAS<sup>1</sup>

Fernando Benito Martín

*Ediciones Universidad de Salamanca (EUS)*

### 1. Introducción: el EEES y la calidad científica y técnica en la edición de revistas científicas<sup>2</sup>

A nadie extraña hoy que se hable de la necesidad de implantar controles de calidad en el ámbito de la edición científico-técnica y, de manera concreta, en la edición de revistas científicas (desde ahora RC). Todas las partes implicadas (editores, autores, directores y responsables de revistas, autoridades académicas, etc.) están de acuerdo en la necesidad de que las publicaciones periódicas se incorporen a las bases de datos y que sean consultadas y citadas lo más posible; incluso, poco a poco, también se va convirtiendo en una constante el convencimiento de que la normalización es necesaria y sirve para todo lo anterior. Lo que no está tan generalizado, al menos en el ámbito de las publicaciones periódicas académicas españolas, es el mismo convencimiento de que el rigor en la edición técnica de las RC no sólo debe exigirse como criterio elemental de calidad científica, sino que es uno de los aspectos que

---

1. El autor agradece a los correctores de Ediciones Universidad de Salamanca (y de manera especial a Eloísa Revilla y Antonio Cillero) su trabajo, del que apenas constituyen un reflejo las reflexiones aquí vertidas. Utilizo las siguientes abreviaturas: RC, revistas científicas y CdeR, Consejo/s de Redacción.

2. Las manías sociolingüísticas de la época que vivimos hacen pertinente (y para algunos hasta necesario) advertir que, a la hora de utilizar los términos editor, corrector o autor, me refiero con el uso de tales vocablos genéricos a la persona que desempeñe tales tareas. Quede claro, con esto, que no deberá entenderse bajo el uso de tales palabras un único género. Asimismo, preciso que por editor se entiende, en todo momento, la tarea del editor técnico, y no literario, que apenas existe en las RC.

incide, si bien indirectamente, en la consecución del reconocimiento de otros criterios de calidad que sí influyen de manera directa en el prestigio y el impacto de la revista.

En este contexto, la urgencia de aplicar tales controles de calidad en lo relativo a la edición técnica me ha parecido más que suficiente para plantear la importancia de los procesos de corrección y revisión de pruebas durante la edición de las RC. Por otro lado, desde el año 2000, Ediciones Universidad de Salamanca (EUS) somete sus RC a una corrección sistemática llevada a cabo por correctores profesionales. Los resultados altamente eficaces observados que se derivan de esta práctica son los que ahora permiten establecer los aspectos esenciales del análisis que aquí se presenta. Asimismo, considero que las medidas que se exponen en estas páginas, encaminadas a una mayor profesionalización del trabajo editorial de las RC, pueden contribuir a suplir la falta de profesionalización existente entre los responsables académicos de las revistas españolas, los cuales realizan un trabajo muchas veces ímprobo y en la mayoría de los casos apenas reconocido en las evaluaciones académicas<sup>3</sup>.

Por último, hay que señalar que cada vez está más extendida la costumbre, necesaria pero aún no del todo respetada, de que las RC indiquen cuáles son las normas para el envío de los originales en lo referente a los modos de cita y el estilo en general. Del mismo modo, si ha costado que las RC incorporen dichas normas, más esfuerzo está suponiendo aún que la exposición de dichas normas no sea un mero trámite que exima de su cumplimiento, lo cual no deja de ser bastante infrecuente. En aspectos como éste, y otros que también benefician a la mejora de la calidad de las RC universitarias, aunque no sean los que ahora aquí interesan, tendremos que seguir trabajando en el futuro, en la línea que está siendo señalada desde las instituciones competentes (DELGADO LÓPEZ-CÓZAR, RUIZ-PÉREZ Y JIMÉNEZ-CONTREAS: 2006).

## 2. Peculiaridades propias de los textos en revistas científicas

Al encarar la labor editorial de publicar una revista científica conviene tener en cuenta que los textos se caracterizan, entre otros, por los siguientes rasgos:

---

3. Ésta es una de las principales razones por las que las RC universitarias españolas rara vez superan la barrera de la periodicidad anual (en la estela de los tradicionales anuarios), que constituye una de las principales diferencias con las RC del área anglosajona. Lejos de existir la profesionalización que los *editorial board* imprimen a los *quarterly* anglosajones, nuestras revistas anuales se caracterizan (aún hoy) por acumular contribuciones en número variable que a su vez incide negativamente, entre otros aspectos, en el tiempo de publicación y el coste de producción de cada número.

- El hecho de tratarse de textos cortos y, en ocasiones, fruto de las notas escritas a partir de la elaboración de una conferencia o clase impartida en algún tipo especial de curso, parte de un proyecto investigador, informe... (pues no siempre los artículos se originan de principio a fin como tales) hace que, con frecuencia, estemos ante textos redactados con rapidez y, debido a eso, en ocasiones, poco cuidados filológicamente<sup>4</sup>.
- La obligada diversidad de la autoría en una RC hace que los textos no compartan los mismos criterios estilísticos; de ahí que el corrector tenga que intensificar su atención con cada artículo, pues la diferencia de hábitos de cada autor multiplicará las variantes textuales y ortotipográficas.
- Dado que cada revista científica tiene sus propias normas de envío de originales y edición, el trabajo con los textos que se publican en una RC conlleva el conocimiento y puesta en práctica de tales normas. Esto hace diferente la corrección de cada revista y condiciona, por tanto, la tarea del profesional<sup>5</sup>.

La coincidencia de estas características supone que los editores y correctores responsables de la edición de las RC tengan que hacer uso de unas técnicas determinadas que han de pasar necesariamente por tener en cuenta dichos aspectos. En este sentido, se trata de un proceso de edición y producción más complicado que el de una monografía escrita por un solo autor (o por varios en coautoría). Desde esta perspectiva, puede hablarse de tres niveles de actuación en la edición y corrección de textos en las RC, y que se van desarrollando, a un mismo tiempo, a lo largo de todo el proceso editorial, a saber:

- i) un nivel normal, similar al producido en el resto de obras científicas;
- ii) un nivel estilístico o de homogeneización con el resto de autores (no sólo en lo que se refiere a cuestiones ortográficas o meramente lingüísticas sino,

---

4. Una cosa es que la normalización no suponga un consenso de fácil consecución y otra muy distinta que en muchos autores se dé un tipo concreto y particular de falta de autonormalización. Dado que la autoría de los textos académicos procede de personas formadas intelectualmente, no cabe otra razón a este tipo de errores que la rapidez en la redacción, la ausencia de autocorrección y la escasa o nula revisión del texto escrito. Los actuales hábitos de la escritura de texto científico (fundamentalmente en las áreas de Humanidades y Ciencias Sociales, en las que la urgencia de publicación (el tristemente célebre *publish or perish*) está más desarrollada, favorece estas malas prácticas.

5. La experiencia enseña, en este sentido, que a pesar de que la mayor parte de las RC tienen ya unas normas de envío de originales que, supuestamente, deberían marcar el estilo editorial de los textos, los autores no suelen seguirlos (y con demasiada frecuencia los CdeR tampoco exigen su cumplimiento). Esto obliga a correctores y editores técnicos a tenerlos en cuenta, lo cual puede llegar a suponer otro nivel de corrección añadido al normal, como se verá más adelante.

sobre todo, por lo que atañe a discrepancias ortotipográficas en el uso de mayúsculas en determinados conceptos<sup>6</sup>, etc.), que exige además la colaboración del CdeR; y, en tercer lugar,

- iii) un nivel de adaptación a las normas de la propia revista que afecta, básicamente, al material bibliográfico y de las notas al pie. La coincidencia en el mismo proceso de estos tres niveles constituye un importante elemento portador de complejidad en el proceso editorial de las RC (dado que interactúan entre sí y, no pocas veces, incluso, se contradicen), pero que conviene señalar y tener en cuenta.

### 3. Rapidez y eficacia como signo de calidad en la edición de RC

La puesta en funcionamiento de las tareas de corrección en los tres niveles antes mencionados tiene como objetivo primordial conseguir una mayor agilización del trabajo editorial y, a la vez, la obtención de unos mejores resultados en la corrección. De forma paralela, el trabajo ha de ser supervisado por el editor técnico responsable de la edición de la revista<sup>7</sup>. Este proceso, en su conjunto, es esencial en la edición de estas publicaciones y supone, a nuestro juicio, una serie de ventajas avalladas y confirmadas por los seis últimos años de experiencia contrastada en el trabajo con la veintena de RC publicadas por EUS. Entre dichas ventajas destacan las que se detallan a continuación:

- La labor efectuada sobre las pruebas limpias por un corrector, que se centra en la corrección continua y rápida de los textos, es notablemente más eficaz que aquella que tradicionalmente era desempeñada tan sólo por el editor, los miembros del CdeR o por los autores. Esto es así dado que, por un lado, es sabido que el autor no es el mejor corrector de sus escritos, y, por otro, los miembros del CdeR, al dividirse con frecuencia la corrección de los textos, no tienen una visión del conjunto de éstos y de la disparidad de criterios que han podido utilizar en determinados casos.

---

6. Para poner algo de coherencia en este desordenado, por no llamarlo caótico, panorama de la utilización de las mayúsculas, cf. MARTÍNEZ DE SOUSA, J., *Diccionario de uso de las mayúsculas y minúsculas*, Gijón (Asturias), Trea, 2007.

7. Además de por razones obvias y de mera responsabilidad profesional, porque así como el corrector se concentra en los textos, el editor tiene en mente las páginas en su conjunto, hallándose en mejor posición para advertir malos hábitos editoriales como la existencia de líneas cortas (huérfanas, viuda,...), la coincidencia de palabras o sílabas iguales al inicio o final de líneas consecutivas..

- La entrega al CdeR de unas pruebas corregidas ortotipográficamente y en las que se advierte<sup>8</sup> o pregunta qué decisión debe tomarse acerca de aquellos errores o faltas de homogeneidad (tipográficos, lingüísticos, etc.) hallados permite a los autores o quienes revisen los textos una mejor atención a los aspectos científicos concretos, despreocupándose de la lectura completa del texto<sup>9</sup>.
- Con el tiempo, la existencia de un corrector profesional que se ocupa de una revista determinada, conoce sus normas, su jerga y los hábitos de escritura de la comunidad científica respectiva, resulta muy beneficioso. Esto concede a los editores científicos y técnicos de la publicación la seguridad de que la calidad de la presentación de su revista se encuentra garantizada, sobre todo cuando, por problemas de tiempo o por otro motivo, ellos no puedan supervisar la publicación.
- Si, en la medida en que sea posible, puede darse el hecho de que corrector y taller de composición sean los mismos siempre en volúmenes sucesivos de una misma RC, las ventajas que se obtienen se multiplican. Téngase en cuenta que los hábitos en la introducción de las correcciones por parte de cada taller tienen también sus peculiaridades, por lo que su conocimiento resulta favorable.

A cambio de estas ventajas, ¿cuáles son los costes que supone incorporar al proceso editorial este “servicio de corrección”? Principalmente, y de forma inevitable, dicha corrección profesional implica un incremento económico del coste de la revista, dado que ha de incluirse el pago formalizado al corrector<sup>10</sup>. Por otra parte podría pensarse que existe también un incremento del tiempo del proceso de trabajo, debido a la incorporación de un intermediario más con la figura del corrector. Sin embargo, en EUS hemos podido comprobar cómo, paradójica aunque no incomprensiblemente, se acortan los tiempos. Sobre todo porque, como ya se ha

---

8. Para este tipo de advertencias en Ediciones Universidad de Salamanca (EUS) se utiliza el lapicero, mientras que todas aquellas correcciones que no requieren de la aprobación de autores o de miembros del CdeR suelen ir señaladas en bolígrafo o rotulador. De esta manera en el taller de composición conocen ambos códigos y pueden comprobar si autores o miembros del CdeR han dado el visto bueno a las cuestiones consultadas o no, y si deben, por lo tanto, realizarse las correcciones o pasarse por alto.

9. La experiencia muestra al editor universitario que los autores no suelen disponer de mucho tiempo y concentración para revisar las pruebas y devolverlas en un tiempo breve, por lo que enviárselas corregidas acelera notablemente el proceso de devolución y evita retrasos en la entrega completa de las pruebas de la revista.

10. Aunque de manera estimativa, el coste de esta corrección supone para EUS, aproximadamente, un incremento del 15% de los costes totales de producción de la RC.

mencionado, la llegada a los autores de las pruebas corregidas agiliza su devolución. Otro tanto puede decirse, en la misma línea, con respecto al tiempo empleado por los CdeR. Pero, además, hay que destacar que una señal adecuada de las correcciones que han de realizarse, así como la lectura atenta de las segundas pruebas, evita, con todas las garantías necesarias, la existencia de posteriores juegos de pruebas que, a menudo, alargan en exceso la producción de la revista.

### 4. Tipología y causas de aparición de las erratas en las RC

#### 4.1. Tipos de erratas

Buena parte del control de calidad en la edición técnica de RC pasa por adelantarse a la génesis de los errores, cuya eliminación en el mayor grado posible es un elemento esencial de calidad. Por eso es adecuado saber cuáles son los tipos más comunes. Gran parte de las erratas ortotipográficas que aparecen en las RC son similares a las que se dan en las monografías. No obstante, algunas son particulares de las RC. Saber que existen supone ya, en gran medida, evitarlas. De ahí la importancia de adelantarse conociendo quién puede producirla y en qué momento. Por esto, de las posibles divisiones que podrían hacerse, considero interesante y eficaz una clasificación que combine ambos factores, en función de quién las produce y en cuál de las fases del proceso editorial.

**4.1.1. Erratas de autoría.** Son producidas por el autor y se encuentran ya insertas en el original. Serían las siguientes:

- (i) Por un lado, estarían las erratas propiamente dichas, las de carácter ortotipográfico. Éstas son causadas por una redacción deficiente que puede estar motivada, a su vez, por múltiples razones (excesiva prisa en la redacción, ausencia de revisión...) pero son fácilmente corregibles.
- (ii) Hay también un tipo de erratas cuyo origen es más complejo, pues afectan a los contenidos científicos del escrito, lo cual hace que su detección por parte del corrector sea más difícil. Es por esto por lo que se requiere por parte de éste, si no conocimientos específicos sobre la materia, sí al menos una familiaridad con la disciplina que puede irse adquiriendo con la corrección de sucesivos números de la revista<sup>11</sup>.

---

11. Buena parte de la dedicación del corrector en lo que atañe a las primeras pruebas debe centrarse en la presentación adecuada del texto conforme a las normas de la revista. Se trata de una tarea que deberían llevar a cabo los miembros del CdeR o, mejor aún, éstos deberían devolver los originales al autor para su correcta presentación.

- (iii) En un tercer grupo se concentra una serie de erratas, cada vez más frecuentes, provocadas por los hábitos que conlleva la informatización del escrito: repetición de frases o párrafos, oraciones inconclusas o faltas de alguna palabra, listados de bibliografías con registros normalizados de modo diferente... Todos ellos son errores, en unos casos, debidos al sistema de “cortar y pegar” y, en otros, a la propia utilización del ordenador o a incompatibilidades de algún tipo entre programas diferentes utilizados. Estos últimos pueden resultar a veces más difíciles de detectar, pues en ocasiones no se generan en el original impreso del autor, sino con posterioridad; en cuanto a los primeros, generalmente, una mera revisión del escrito por parte del autor debería haberlos advertido.

**4.1.2. Erratas de composición.** Habrán de sumarse a las que ya tenga el texto entregado por el autor, y aparecen a partir de las primeras pruebas pues se generan durante el desarrollo de la composición, ya sea (i) por un error involuntario, ya (ii) por una extralimitación de su tarea por parte de los teclistas. Esto origina, evidentemente, erratas que podríamos denominar “por mala composición” las cuales, en algunos casos, requerirán para ser detectadas el cotejo de las pruebas con los textos originales por parte del corrector, de ahí que sea éste el modo correcto de llevar a cabo la corrección de galeradas o de las primeras pruebas. Puede darse el caso, incluso, de que la errata tenga sentido, es decir, que lo que se lee no sea incorrecto aunque no es lo que figuraba en el original. Por último, (iii) un tercer tipo de erratas de composición se deben a la probabilidad de que se produzcan errores relacionados con los hábitos de trabajo de los teclistas. Es el caso, por ejemplo, del mantenimiento de fragmentos de texto extraños al original, cuya aparición en las pruebas se debe a la composición realizada sobre la maqueta de un número anterior de la misma revista. Entre estos casos es frecuente la inserción de cabeceras y pies de página con datos antiguos que no han sido sustituidos por los correspondientes a los textos del número actual<sup>12</sup>.

**4.1.3. Erratas de corrección.** Son las llevadas a cabo por el corrector, principalmente durante la corrección de galeradas. Ésta es la razón por la que, salvo que se refieran a determinados aspectos incontrovertibles, el corrector deberá señalar a lápiz todo aquello que deba ser supervisado por el autor, el CdeR o el propio editor. Este tipo de errores se ve notablemente reducido si el corrector se halla fami-

---

12. El hecho de que las RC se compongan siempre siguiendo un mismo modelo y sólo cambien los contenidos, pues el diseño de la maquetación está fijado de antemano, facilita los olvidos de actualización de algunos datos. Estos errores, de los que ya he señalado alguno, afectan con mayor gravedad a la 1ª de cubierta, la página de créditos (2ª de cubierta), el lomo o los boletines finales de pedidos o suscripciones (en caso de existir).

liarizado con el lenguaje y los hábitos de la publicación, y no digamos si su formación coincide con el ámbito académico de ésta. En cualquier caso, no es tan importante saber de los contenidos como de las costumbres de los autores, que atienden a comportamientos más delimitables que los conocimientos.

**4.1.4. Erratas de incorrección.** Este tipo de erratas es descubierto fácilmente por el corrector a la hora de revisar las segundas pruebas entregadas por el taller de composición. El problema en este caso no es el de que puedan pasar desapercibidas, sino el hecho de alargar innecesariamente el proceso editorial, dado que, en caso de ser una cantidad importante, requerirá de una nueva revisión de pruebas que se hubiera evitado con la realización correcta del trabajo.

**4.1.5. Erratas de inclusión de nuevos textos.** Aunque se producen también por parte de quien compone el texto, no son del todo atribuibles al taller de composición en este caso, ya que es responsabilidad de los CdeR el que la entrega de los originales sea completa y en su momento. Su origen radica en la incorporación de nuevos textos por parte de los autores y su importancia no es desechable. Dicha inclusión puede ser total o parcial.

- (i) En el primer caso, se introduce un artículo o una reseña nuevos en el conjunto de la revista. Ello obliga a tener en cuenta que no fue leído en la corrección de galeras, lo cual implica en la corrección de segundas pruebas una mayor atención para sus páginas que para el resto de la revista. De igual modo, sus títulos, resúmenes y demás elementos normativos deberán incluirse en sus lugares correspondientes. La ausencia de alguno de estos elementos suele acarrear olvidos y errores importantes. Es posible que el autor ofrezca el envío del texto con correcciones y añadidos a cambio del entregado inicialmente. En este caso no deberá admitirse un nuevo texto, cuando ya han sido corregidas las primeras pruebas, sin indicación clara en el mismo de cuáles son los fragmentos nuevos o corregidos, pues de lo contrario se obligará al corrector a leer íntegramente el texto de nuevo.
- (ii) Por su parte, la inclusión parcial de texto se produce cuando el autor incrementa su contribución científica con nuevos párrafos, oraciones, referencias bibliográficas, notas al pie, etc. En estos casos, el principal error que se va a producir deriva de cómo se transcriba en la imprenta la nota manuscrita del autor. Hay, sobre todo, dos modos de evitar las erratas que surgen de este modo: el primero es que el autor aporte los nuevos textos en soporte electrónico y no sólo manuscritos sobre las pruebas. La otra implica, en cualquier caso, el cotejo, por parte del corrector, de las pruebas corregidas con las anotaciones del autor<sup>13</sup>.

---

13. Cualquiera de ambas operaciones se hace más necesaria en el caso de textos en otro idioma, lo cual favorece la interpretación equivocada por parte de quien componga el texto.

## **4.2. Causas de la aparición de erratas en las RC**

En cuanto a las causas de muchos de estos errores, su origen no es ajeno a lo visto anteriormente. Con más frecuencia de la que sería deseable los autores redactan con prisa, no revisan lo escrito y los textos se envían a la revista plagados de erratas de todo tipo. Al mismo tiempo, el uso del ordenador ha dado lugar a nuevas prácticas que dejan sentir sobre los textos científicos una nueva generación de errores que se suman a los tradicionales, y a los que ya se ha aludido. Es por esto por lo que, en un primer momento, ha de tenerse en cuenta que la presentación de los originales debe hacerse tanto en formato impreso como electrónico. Por otro lado, la facilidad existente hoy para enviar por correo electrónico los originales hace que determinados errores derivados del uso de ciertas fuentes tipográficas no sean detectados en la recepción del original por parte de los CdeR, sino sólo cuando en el taller de composición se compone el texto, lo cual retrasa el proceso editorial. Nunca se insistirá lo suficiente en lo importante que es la entrega correcta de los materiales originales a la editorial o al taller de composición. Igualmente ocurre con el material añadido no textual (tablas, gráficos, fotografías,...) cuya sustitución, en caso de ser necesaria, retrasará los tiempos de trabajo ante la necesaria demanda al autor de nuevos originales. En estos casos son los responsables académicos de la revista quienes deben ser sumamente rigurosos en la recepción de los originales.

En cualquier caso, buena parte de las erratas que sobreviven a la tarea del corrector se deben al crédito otorgado al trabajo desempeñado por cada uno de quienes participan en las sucesivas fases del proceso editorial. Ésta es la razón por la que el corrector debe comprobarlo todo sin dar por supuesto nada. Suponer que el original entregado por el autor lo ha sido de modo adecuado, impide percibir numerosos errores, por ejemplo, en los contenidos no textuales. No es inusual que los gráficos y sus respectivas leyendas no coincidan; también resulta frecuente que las cantidades que presentan los totales de determinadas sumas en algunas tablas no sean correctas; la sucesión de los epígrafes, o su numeración, no siempre es la adecuada; así como en el caso de las bibliografías, no siempre se respeta la ordenación alfabética. Dar estas cuestiones por supuestas es un error por parte de correctores y editores. En este sentido, por último, ha de comprobarse la concordancia y la coherencia entre las tablas, ilustraciones y gráficos, junto con las referencias que a estos elementos se haga en el texto.

## **5. Procesos de control de calidad editorial en las RC**

A la vista de lo expuesto hasta ahora, un buen control de calidad de la edición técnica de las RC debe tener en cuenta, por un lado, la sucesión lineal de las dis-

tintas fases del proceso editorial y, por otro, los desvíos del camino principal que se van produciendo como fruto de la actuación ante los errores advertidos. Se trata de hacer compatibles, por lo tanto, los procesos básicos con aquellos otros paralelos que habrán de ir siendo asumidos según vayan surgiendo. De cómo se lleve a cabo esta labor dependerá en gran medida el resultado final, pues los errores técnicamente más graves en la edición técnica de RC se gestan, precisamente, en lo que he denominado procesos paralelos.

Es éste el caso, por ejemplo, del control de calidad ante los nuevos textos que se incluyen cuando se ha comenzado ya a componer el original (y de los que ya se ha hablado). También han de vigilarse los cambios de paginación. Tales cambios se producen a veces con pequeña variación, pero deben ser tenidos en cuenta porque la paginación de los artículos aparece en los índices, los pies de página y, en ocasiones, en las páginas de resúmenes y las primeras páginas de cada artículo (en el caso de que figure el biblid). De igual manera, a menudo la corrección de un gráfico o una tabla, la inserción de un recuadro o nuevas celdas, da lugar a movimientos involuntarios en la maquetación que producen, a su vez, cambios inadvertidos por quien compone el texto.

También es importante no olvidar que en las RC existen una serie de espacios cuyo contenido es el mismo. Es decir, que todas las correcciones que se llevan a cabo (pero en especial las de última hora), por ejemplo, en el índice (páginas 3 y 4ª de cubierta), resúmenes/abstracts (páginas de resúmenes y 1ª de cada artículo), autores y títulos (en índices, cabeceras y artículos), etc, deben llevarse a cabo en cada uno de los lugares en que figuran tales elementos. Corregir un título implica repetir esa corrección al menos en cinco ocasiones. Por las prisas, la permanencia de estas erratas, por error u olvido, suele ser bastante común y desagradable debido al grado de absurdo que encierran, pues son fruto del descuido.

En cualquier caso deben tenerse en cuenta las siguientes normas generales, derivadas de las propias peculiaridades que caracterizan a este tipo de textos:

- El corrector deberá ser el mismo en sucesivos números o volúmenes de la publicación. Esto, claro está, en la medida de lo posible y según las capacidades de la editorial. Pero debe tenerse en cuenta que dicho hábito no deja de ser un rasgo más de profesionalidad, que contribuye, por otro lado, a la mejor calidad del proceso de corrección<sup>14</sup>. En primer lugar porque ya conoce las normas de la revista. Por otra parte, con el tiempo y la revisión de las anotaciones de los miembros del CdeR o de los responsables de la revista, también

---

14. Crear un vínculo afectivo-profesional entre el corrector y la revista contribuye inequívocamente al aumento de la calidad en el trabajo.

acabará familiarizado con las preferencias estilísticas de quienes acostumbran a revisar o supervisar el proceso de corrección por parte del CdeR y, en ocasiones, incluso los tics de determinado gremio académico.

- El corrector deberá siempre ver las pruebas antes que los autores y el cdeR, siendo conveniente (especialmente si se desea agilizar el proceso) que compruebe, antes de enviar las pruebas al taller de composición, qué respuesta han dado éstos a sus preguntas, por si algunas hubieran quedado sin contestar o no hubieran sido entendidas.
- Es importante que los autores presten atención a lo que de ellos demande el corrector a través de sus notas y preguntas. Es obvio, pero no está de más señalarlo, que de una buena corrección de galeras depende la agilidad que se imprima al proceso editorial. Unas primeras pruebas mal vistas por el corrector o los autores darán lugar a nuevas pruebas con errores pendientes de respuesta que retrasarán el proceso y distraerán a cada uno de su tarea.
- La inclusión de nuevos textos por parte de los autores es otra importante fuente de errores que ha de tenerse en cuenta seriamente y que ya ha sido analizada.

## **6. Conclusiones. Calidad científica y técnica en la edición de RC**

La errata y su confirmación es, en la literatura científica, la mejor prueba de que en las publicaciones académicas los errores de edición se producen, en su mayor parte, debido a la falta de homogeneización y, por lo tanto, de coherencia. No es este hecho ajeno a que la ciencia (o, dicho de otro modo, el uso de un método en el trabajo con las palabras, los datos y los argumentos) requiera de una presentación rigurosa por parte de quien la formula por escrito, dejando así constancia de su existencia. Por ello, la gravedad que late tras los usos contradictorios en la literatura científica es un síntoma de falta de seriedad y de cuidado en la escritura y en el pensamiento que la origina. El relativismo o dejadez en la presentación de las bibliografías, en los modos de cita, en la compatibilidad de diferentes formas de escribir un nombre, etc. implican igualmente desórdenes internos del texto escrito que aluden, de nuevo inequívocamente, a ciertos hábitos de trabajo poco rigurosos.

En esta contribución he analizado las claves del proceso editorial de una RC y, a partir de la experiencia en la edición de RC desarrollada en EUS mediante el trabajo complementario entre editores y correctores profesionales, he señalado las fases cruciales de su edición técnica en que se precisa actuar con mayor rigor para conseguir un producto editorial de calidad: en primer lugar, la entrega de un origi-

nal completo y en condiciones idóneas para su composición; en segundo lugar, una respuesta atenta y minuciosa por parte de los autores hacia lo que haya sido señalado por quien previamente ha corregido las pruebas; y, por último, una inclusión cuidadosa y supervisada del material nuevo que se incorpore a la revista una vez iniciado el proceso editorial, así como la propia supervisión de los cambios que sufre todo el proceso merced a dichas incorporaciones.

Dado que no es prioridad de la edición de libros científicos o académicos la confección de productos estéticos, deberá hacerse especial hincapié en la presentación de obras rigurosamente bien editadas. Una incorrecta o confusa presentación de una relación bibliográfica es punible en una edición comercial o de divulgación, pero resulta del todo inconcebible e impresentable en una edición universitaria. La correcta edición técnica de las RC ejerce, así, una importante función también a la hora de evaluar el valor científico que contienen. De este modo, en cierta medida, la valoración de la calidad y el impacto científico de las RC se verán influidos por su presentación formal, signo externo que contribuye a reflejar positiva o negativamente los contenidos interiores.

### **Bibliografía**

- BENITO MARTÍN F. y REDERO HERNÁNDEZ, Á. L., *Manual de estilo editorial de la Universidad de León*, León, Ediciones Universidad de León, 1999.
- DELGADO LÓPEZ-COZAR, E. y RUIZ PÉREZ, R., *Normalización de revistas científicas: método de evaluación*, ed. en disco, Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca, 1998.
- DELGADO LÓPEZ-COZAR, E., RUIZ-PÉREZ, R. y JIMÉNEZ-CONTREAS, E., *La edición de revistas científicas: directrices criterios y modelos de evaluación*, Madrid, FECYT, 2006.
- MARTINEZ DE SOUSA, J., *Diccionario de redacción y estilo*, Madrid, Pirámide, 1993.
- *Diccionario de bibliología y ciencias afines*, (3ª ed.), Gijón (Asturias), Trea, 2004.
- *Manual de estilo de la lengua española. Mele 3*, Gijón (Asturias), Trea, 2007.
- *Diccionario de uso de las mayúsculas y minúsculas*, Gijón (Asturias), Trea, 2007.

## LA RED NACIONAL ALTEXTO: DERECHOS DE AUTOR Y COEDICIONES

**Yolanda R. Martínez Vallejo**

*Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México*

La presente exposición pretende mostrar los esfuerzos interinstitucionales para tratar de optimizar recursos presupuestales y los recursos humanos, ambos son una parte fundamental de las áreas sustantivas de las Instituciones de Educación Superior (IES) en México. La producción editorial del libro académico es fundamental como herramienta para el aprendizaje y la enseñanza, es un canal para la difusión del conocimiento y de la investigación científica, la creación intelectual y la cultura.

Hablar de la producción de la edición universitaria, sin duda nos pone de frente al esquema de una editorial comercial, con la cual, compartimos en gran parte las mismas problemáticas de la edición, producción, comercialización, y en mayor grado las de la gestión administrativa. En esta última, enmarco la imperiosa necesidad de las IES de conocer ampliamente la Ley Federal de Derechos de Autor, con la finalidad de sociabilizar la información entre las mismas instituciones, así como entre las comunidades académicas (investigadores-autores), quienes algunas veces no reflexionan en las distintas formas de publicar su obra o en las condiciones desventajosas de algunas propuestas editoriales. Para ello la Red Nacional Altexto tiene como misión colaborar para que las IES cuenten con fondos editoriales saludables y una producción editorial sustentada en un marco normativo claro y pertinente.

Para contextualizar un poco la figura del editor, en particular la del editor universitario o académico, me permito presentar las siguientes citas.

*“El negocio editorial es una particular actividad, muy diferente a cualquier otra, donde juegan factores tan dispares como la sensibilidad, la espiritualidad, el altruismo, el azar, el juego de la aventura y el lógico afán humano de obtener un beneficio.*

*No se oculta la finalidad de obtener con nuestra actividad un beneficio, pero la sociedad debería ser más comprensible para el editor que actúa de forma muy arriesgada. Hay que reconocer que descubre, publica y alecciona a nuevos autores, acoge y provoca la novedad literaria y científica.*

*Exporta técnicas y conocimientos al extranjero, y por tanto si hacemos caso del aserto francés de que “el libro precede a la mercancía”, es indudable que el libro técnico y científico contribuye a la venta de patentes, maquinaria, productos industriales, etcétera.*

*No hay que olvidar tampoco la contribución del editor a la investigación, publicando obras de alto nivel y destinadas a una minoría, y por consiguiente, con unas cortas tiradas y una limitación de beneficios.”<sup>1</sup>*

*“Taks, ex directivo holandés de una importante editorial, escribió expresamente para nuestra obra su concepto de editor: El equipaje del editor deberá estar formado por paciencia, perseverancia y poder persuasivo, y su finalidad se encamina a iniciar, promover, seleccionar, reproducir en la forma adecuada, y divulgar obras literarias, artísticas o científicas. Las razones pueden fundamentalmente ser dos: enterar al lector del contenido (el editor de una asociación científica, universitaria o estatal) y el editor comercial que tiene que prestar una especial atención a la disposición mostrada por el público comprador, preparado o no para pagar por lo que se le ofrece.”<sup>2</sup>*

*“Germán Sánchez Ruiz Pérez nos enjuicia así: Como editores nos hacemos motores y animadores de la elevación cultural de nuestros compatriotas a través del libro. Por el contrario, la mezquindad de intereses particularistas no encontrará otra cosa que reticencias, sospechas y animadversaciones de gobernantes y gobernados; por aquello de que una profesión se eleva y prestigia socialmente en la misma medida que sus profesionales la ejercen con dignidad y magnanimidad.*

*El editor nace a caballo entre el marcador y el mecenas. Es una profesión no exenta de riesgos, no ya económicos, sino de esos riesgos más profundos que afectan a las actitudes éticas, rigurosas, de aquel que tiene en sus manos la tremenda responsabilidad de difundir el pensamiento y la literatura.”<sup>3</sup>*

*“El papel del editor. El editor debe poseer destrezas técnicas que, siempre, debe poner al servicio de sus autores. Debe poseer también conocimientos científicos generales sobre la*

---

1. Alfonso Mangada Sanz, *Cálculo editorial. Fundamentos económicos de la edición*, 2ª. Ed. Madrid, Fundación Sánchez Ruipérez, 1988, p. 23.

2. *Ibid.*, p. 26.

3. *Ibid.*, p. 29.

*materia que trata cada libro que publica y, lo más importante, debe tener una inmensa comprensión humana.*"<sup>4</sup>

*"Jacques Chassepot: Creemos que en el futuro debemos acentuar más y más el valor o coste de la función de creación, sin atribuir al valor del soporte la importancia que siempre le hemos dado."*<sup>5</sup> (p. 31)

Pondríamos punto y final a estos conceptos, sino fuera por no resistirnos a resumir también los interesantes y modernos conceptos que de la actual fisonomía editorial se han dado en distintos foros internacionales de editores y de edición universitaria.

*"Daniel Goldin: La función que debe tener el oficio editorial en el mundo contemporáneo. Tal vez la más importante conclusión es que si el gremio de los editores quiere tener un papel clave en el diseño de un orden social realmente democrático, debe comenzar por pensarse realmente como tal y tiene que abocarse a buscar las condiciones que garanticen, de manera simultánea la libre competencia y la existencia de los diferentes actores: lectores, autores, traductores, libreros, bibliotecarios y, claro está, de editores pequeños y grandes, culturales y comerciales, nacionales y transnacionales. Ese es el objetivo de la Ley del precio único, que parece como una recomendación en las resoluciones del congreso. En Francia esta medida conocida como la ley Lang, a pesar de su casi elemental sencillez ha contribuido notablemente a garantizar la existencia de una mayor diversidad de editores, libreros, y por tanto, de lectores comprometidos con los libros. Sin embargo, hoy está amenazada por los gélidos vientos de la informática. ¿Qué será de la industria editorial mexicana que no ha sido capaz de impulsar una legislación verdaderamente efectiva y sigue buscando subsidios que poco podrán contribuir a remediar sus problemas estructurales, mientras el país se sumerge en el atribulado universo de la globalización?"*<sup>6</sup>

*"Los problemas de la edición académica son similares en todo el mundo. La revolución digital transformará de manera sustancial las publicaciones de las universidades, aseveró Antonio Pérez Lasertas, ex presidente de la Asociación de Editoriales Españolas (AEUE), Antoni Furió, agregó que tanto en España como en América Latina, las editoriales universitarias arrastran una serie de problemas que constituyen un reto a vencer en la nueva era. Entre estos enumeró un modelo de gestión equivocado, ya*

---

4. Pedro Larios Aznar, "Hacia una ética editorial", Ed. El Manual Moderno, p. 383.

5. Chassepot, XIX Congreso de la Unión Internacional de Editores, París, 1972, en Alfonso Mangada Sanz, *Cálculo editorial. Fundamentos económicos de la edición*, 2ª. Ed. Madrid, Fundación Sánchez Ruipérez, 1988, p. 31.

6. El Mundo de los Editores o los Editores y el Mundo, conferencia, Ecos del 26 Congreso de la Unión Internacional de Editores en <http://www.editores.com/congreso2000/congreso2000/esp/conferencias/goldin.htm>

*que depende de la rectoría o algún vicerrectorado, la falta de capacidad y experiencia de la dirección, una mala política editorial y poca capacidad financiera.*

*El libro impreso no requiere defensa, puesto que no está en peligro de extinción y permanece lejos de ser un producto obsoleto. El libro impreso y los nuevos soportes digitales coexistirán por mucho tiempo. En todo caso, será el editor quien requiere nuevas capacitaciones técnicas.”<sup>7</sup>*

### **Un panorama de la edición en las Instituciones de Educación Superior**

Las editoriales universitarias o de los centros públicos tenemos el compromiso de llegar hasta donde no llegan las privadas. Sin embargo, desde la lógica competencia que nos separa, son bastantes más los puntos que nos unen, y compartimos problemas idénticos: la saturación del mercado, la reducción de los tirajes, dificultades de distribución y, en definitiva, todos los que afectan al sector editorial.

Estas son algunas de las principales preguntas que todo proyecto editorial debe formularse:

- ¿Qué editamos?
- ¿Para quién editamos?
- ¿Cuánto editamos?
- ¿Con quién editamos?
- ¿Cómo editamos?
- ¿Cómo hacemos llegar lo que editamos?

Y las respuestas más genéricas a estas preguntas en el ámbito de la edición universitaria son muy claras. Sin embargo, resulta necesario hacer un estudio de las necesidades sociales para fundamentar los objetivos a seguir.

### **En busca de objetivos**

En las editoriales universitarias y en las IES se reconocen en esencia estos tres objetivos:

Dar apoyo a la docencia.

Difundir los resultados de las investigaciones.

Estrechar los vínculos de los centros de investigación con la sociedad.

---

7. La Revolución Digital Transformará la Edición Universitaria, informativo 26846 por Alejandra Tello, Unidad de prensa de la Universidad de Guadalajara, en el marco de la FIL 2004.

## **El editor y la planificación editorial**

Es el editor universitario la figura intermediaria de los autores y los procesos editoriales, esta son algunas de sus posibles tareas.

- Realiza junto con el autor el perfil de los posibles lectores de la obra, este perfil permitirá resolver varios aspectos de negociación: una coedición, apoyos institucionales, definir los canales de venta, etc. El autor solamente proporcionará la información.
- Realiza las alianzas estratégicas para la edición o la producción de las obras, investiga los proyectos editoriales de otras instituciones, con la finalidad de negociar la coedición por título o por colección. Aquí es importante recordar la edición en otros soportes, textos electrónicos en Internet; venta de artículos o capítulos electrónicos, títulos en formato PDF en CD-Rom, bases de datos en CD-Rom, y videos en DVD.

Considerando que lo expuesto en el párrafo anterior es igual a hablar de la negociación de derechos, entonces es necesario resaltar que esas tareas se pueden realizar a nivel mundial, Internet es una herramienta para las comunicaciones y el contacto con el exterior.

Trascendiendo fronteras, ofreciendo un importante catálogo, propuestas de negociación, un acervo de autores especializados, más todo lo que surja en ese camino; éste parece el trabajo fuerte del editor universitario, lo que implica un manejo pertinente en materia de Derechos de Autor.

En la primera parte de esta exposición podemos corroborar que los objetivos para publicar o editar un texto académico no cambian en relación con si lo hace un servicio de publicaciones o una editorial académica, no importa en dónde nos encontremos actualmente, lo importante es pensar si estamos en un servicio de publicaciones nos convendría adoptar las prácticas editoriales y desde allí definir nuestros objetivos.

## **Uniando esfuerzos**

El domingo 26 de noviembre de 2006, en el marco de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, se llevó al cabo la firma del Convenio de colaboración que suscribieron más de 30 Instituciones de Educación Superior (IES), pertenecientes a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES); así se integró la Red Nacional Altexto (abreviación de Aliaza del Texto Universitario), con el propósito de crear los mecanismos y las condiciones propicias para la edición, publicación, promoción, distribución y comercialización del libro

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

universitario mexicano. Asimismo, para representar a las editoriales de las IES de nuestro país frente a organismos similares nacionales e internacionales; facilitar la participación de la edición universitaria en las ferias del libro nacionales e internacionales, y desarrollar entre las IES proyectos editoriales en coedición.

La Red Nacional Altexto tiene por objetivo promover y apoyar las actividades que realizan las áreas editoriales de las Instituciones de Educación Superior y estimular la participación de estas, en el desarrollo e instrumentación de proyectos de interés estatal, regional, nacional e internacional, a través de los responsables editoriales de las IES. Dentro de este marco algunos de sus objetivos específicos son:

1. Crear los mecanismos y las condiciones propicias para la edición, publicación, distribución y promoción del libro.
2. Optimizar los recursos destinados a esos fines en cada una de las instituciones integrantes de la Red Nacional Altexto.
3. Diseñar programas de actualización y capacitación permanentes dirigidos al personal de las instituciones.
4. Establecer órganos de dictaminación que permitan mejorar la calidad de las publicaciones de cada una de las IES integrantes.
5. Lograr el reconocimiento de las publicaciones de todas las instituciones integrantes, como vehículo de calidad en la difusión del conocimiento generado en las IES.
6. Profesionalizar el quehacer editorial de los editores de las IES.
7. Fortalecer proyectos entre las instituciones integrantes de la Red Nacional Altexto, que reúnan a cuerpos académicos de áreas afines para publicar títulos de mayor interés nacional e internacional.

En la primera reunión general de la Red Nacional Altexto, se realizó la votación para la asignación de la actual coordinadora nacional de la red, la maestra Gloria Patricia Miranda Romero, jefa del Departamento Editorial de la Universidad Autónoma de Aguascalientes; asimismo la coordinadora invitó a los asistentes a integrarse voluntariamente a las distintas comisiones de trabajo durante el periodo 2006-2008. De acuerdo con el plan de trabajo presentado por la coordinadora de la red, las comisiones que se formaron son las siguientes:

1. Promoción del libro y la lectura.
2. Bases de datos y estadísticas.
3. Página electrónica e información.
4. Catálogo.

5. Comercialización.
6. Ferias del libro.
7. Derechos de Autor y coediciones.
8. Capacitación.

El tema que aquí nos ocupa tiene que ver con el trabajo interinstitucional que la Red Nacional Altexto está realizando para llevar a cabo el primer curso nacional de capacitación a distancia en materia de Derechos de Autor.

Los integrantes de la Red Nacional Altexto compartimos experiencias y reflexionamos sobre nuestras diferencias en los procedimientos, las políticas y la falta de lineamientos editoriales, sin tener estos puntos claros no podemos arriesgarnos a la aventura de negociar las obras que conforman los catálogos editoriales de nuestras instituciones. Así como muchas veces tampoco podemos poner nuevamente en circulación las preciadas reimpresiones de obras que fueron editadas por administraciones anteriores, y de las cuales no existen antecedentes legales al respecto en los departamentos a cargo de las publicaciones.

Por último, a continuación presento la convocatoria del curso en cuestión.

**RED NACIONAL ALTEXTO**  
**DERECHOS DE AUTOR**  
**PARA LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

DEL 22 DE AGOSTO AL 25 DE NOVIEMBRE DE 2007

El programa del curso busca responder a un amplio abanico de necesidades de las universidades y favorecer la participación mediante un curso de videoconferencias a distancia. El curso demanda de los interesados un compromiso de trabajo en la dinámica del curso y en la búsqueda de condiciones técnicas y de espacio adecuados para la reunión, discusión y recepción de las conferencias.

**OBJETIVOS**

1. Apoyar el desarrollo de las políticas institucionales de los Derechos de Autor, y así contar con una producción editorial sustentada en un marco normativo claro y pertinente.
2. Ofrecer conocimientos e información básica para la formación de editores y cualquiera que esté involucrado con la cesión, compra y venta de derechos dentro de las IES.

## INNOVACIÓN Y RETOS DE LA EDICIÓN UNIVERSITARIA

3. Ofrecer herramientas para que las IES participen activamente en el Salón de Derechos de la 21ª FIL Guadalajara 2007.

### CONFERENCISTAS

José Luis Caballero Leal, autoridad en derechos de autor en México.  
Abogado y académico.

Angelina Cué Bolaños, abogada en derechos de autor.

Eduardo de la Parra Trujillo, abogado en derechos de autor y académico.

Marco Antonio Morales Montes, académico.

Guillermo Pous Fernández, abogado en derechos de autor y académico.

María Idalia García Aguilar, investigadora.

### PARTICIPANTES

*Instituciones:* podrán participar el número de personas que cada IES considere pertinente capacitar.

*Sede emisora:* la señal se emitirá desde la DGSCA de la UNAM, en el Distrito Federal. Esta emisora se encargará de tener un espacio para emitir las conferencias pregrabadas así como tener un enlace en vivo para la dinámica de preguntas y respuestas. También se contará con un correo donde se recibirán las preguntas al conferencista.

*Sedes receptoras:* las IES participantes se podrán reunir en alguna sede de la entidad con el fin de ampliar las discusiones y análisis de las lecturas y las conferencias. La sede receptora deberá contar con: a) Espacio adecuado para reunir a un grupo; b) Conexión ISDN, y d) Equipo de cómputo para la recepción y conexión a correo electrónico para el envío de preguntas.

### DIRIGIDO A

Editores de las áreas de publicaciones de las IES.

Abogados de las áreas jurídicas y académicas de las IES.

### **Bibliografía**

*Competitividad y demanda. Desafíos del oficio editorial*, memoria del II Foro Internacional de Editores 2003.

*Esencia, quehacer y retos de la edición académica*, memoria del I Foro Internacional de Edición Universitaria, 2005.

Goldin, Daniel, El Mundo de los Editores o los Editores y el Mundo, conferencia, Ecos del 26 Congreso de la Unión Internacional de Editores, [http://www.editores.com /congreso2000/congreso2000/esp/conferencias/goldin.htm](http://www.editores.com/congreso2000/congreso2000/esp/conferencias/goldin.htm)

Larios Aznar, Pedro, “Hacia una ética editorial”, Ed. El Manual Moderno, 281-287 pp.

La Revolución Digital Transformará la Edición Universitaria, informativo 26846 por Alejandra Tello, Unidad de prensa de la Universidad de Guadalajara, en el marco de la FIL 2004.

Mangada Sanz, Alfonso, *Cálculo editorial. Fundamentos económicos de la edición*, 2ª. Ed. Madrid, Fundación Sánchez Ruipérez, 1988.

*Negociación de derechos. Trascendiendo fronteras*, memoria del III Foro Internacional de Editores 2004.



## EDITORES, ECONOMÍA Y UN POEMA DE BÉCQUER

**Francisca Llabrés Segura**

*Servei de Publicacions i Intercanvi Científic de la Universitat de les Illes Balears*

No pretendo que estas palabras suenen como un canto a la nostalgia, pero recuerdo perfectamente que cuando llegué al Servicio de Publicaciones de la Universitat de les Illes Balears había un diseñador que dibujaba, coloreaba, recortaba y pegaba ilustraciones sobre cartulinas de colores, para posteriormente escanearlas en un escáner lentísimo y obtener así un documento que pretendía ser la cubierta de un libro. También recuerdo a los maquetadores ante una pantalla Xerox, enorme, en blanco y negro y, como no, las toneladas de fotolitos que debían revisarse.

Os puedo asegurar que no han transcurrido 50 años desde estos recuerdos. Las artes gráficas han cambiado mucho, pero tal vez, el cambio más importante que han sufrido las publicaciones universitarias no ha sido únicamente los avances tecnológicos o la aplicación de nuevos criterios de calidad editorial; la profesionalización y la introducción de criterios mercantiles, que imperaban ya en las editoriales privadas, ha supuesto la revolución última a la que se han visto sometidas las editoriales universitarias.

La introducción de palabras como publicidad, promoción, marketing, objetivos, estrategias, estudios de mercado, etc. conviven actualmente con las ya conocidas cubierta, lomo, nervios, guardas, tripa, epílogo o colofón.

El panorama español de las ediciones, desde los años 90 al primer decenio del siglo XXI, ha cambiado sustancialmente en lo que atañe a las publicaciones universitarias, tanto de editoriales públicas como privadas. Sirva de ejemplo el caso de un gran grupo empresarial español que deja entrever lo que ha podido suceder estas dos décadas en el ámbito de la publicación de manuales universitarios: El grupo

Anaya, cuyo fundador fue Germán Sánchez Ruiperez, lideró en los años noventa la edición de manuales universitarios a través de la empresa del grupo “Grupo Distribuidor Editorial” que englobaba significativas editoriales como, Alianza, Cátedra, Tecnos, Pirámide, Eudema, Anaya multimedia, etc.

Este grupo poseía una red comercial de unos cincuenta promotores universitarios para todo el estado español, garantizando así, una promoción directa de sus productos, la caza de posibles originales y un valioso contacto con los autores.

La ley orgánica de universidades produjo un cambio legislativo dando flexibilidad a las universidades a la hora de elaborar sus planes de estudios. Se produjo una desatomización de las asignaturas y los manuales de referencia que se comercializaban en todo el territorio cayeron. La capacidad de reacción fue mínima, (destacaría el esfuerzo de Eudema por desarrollar ediciones de quinientos ejemplares de los manuales recomendados en algunas universidades, acogiéndose a los primeros pasos de la impresión digital).

Al mismo tiempo, se produce un incremento en la producción de las editoriales universitarias de materiales didácticos, que van cubriendo el vacío de los manuales que han quedado sesgados en los programas de las diferentes asignaturas de las universidades.

El grupo Anaya fusiona sus dos redes de ventas, la del Grupo Distribuidor Editorial con Anaya, formando “Comercial Grupo Anaya”. La red de promotores universitarios se ve paulatinamente recortada, quedando reducida, en la actualidad, a cinco profesionales que cubren el vasto espacio del territorio español.

Si bien es verdad que subyace otro cambio, el empresarial por el financiero, el Grupo Anaya es adquirido por una multinacional, Vivendi, que a través de Havas gestiona las publicaciones; los términos como rentabilidad modifican las políticas de los manuales universitarios.

No transcurre mucho tiempo y las finanzas adquieren su verdadero sentido, el Grupo Anaya es comprado por otra multinacional, Lagardère. Las políticas en relación a la publicación de materiales universitarios no observan cambios.

El Grupo Anaya, en Vivendi o Lagardère, obtiene el punto más alto de facturación en publicaciones que corresponden al ámbito escolar, mercado mucho más cautivo que el de manuales universitarios y donde centran sus inversiones.

Las editoriales universitarias, actualmente, ocupan un espacio dejado por las editoriales privadas, espacio que están consolidando a través de la edición de manuales especializados.

El Espacio Europeo de Educación Superior plantea otro cambio que deben aprovechar las editoriales universitarias, también lo harán las editoriales privadas. Divulgar los frutos de la investigación universitaria y jugar un papel importante en la necesidad de establecer vínculos entre la Academia y la sociedad, a través de la edición de obras de carácter multidisciplinar e ínter universitario es uno de los retos que debemos asumir.

Y regreso a lo expuesto al principio de estas reflexiones, las editoriales universitarias, ahora ya profesionalizadas, tienen la obligación de editar los resultados de la investigación científica, y, paralelamente, responder positivamente a aspectos no exigidos hace 20 años como son la **promoción, distribución y venta** de sus obras. Existe, aún, en las universidades prejuicios respecto de que sus editoriales dediquen una parte de sus esfuerzos a vender los libros que producen, y una clara resistencia a analizar económicamente sus decisiones editoriales. Debemos caminar hacia un mayor acercamiento entre gastos e ingresos, y disponer de una distribución conjunta para todas las universidades. El mejor ejemplo lo tenemos en los esfuerzos que se han hecho desde la UNE por programar una campaña publicitaria abierta a todas las universidades y presentar las ediciones universitarias en Ferias nacionales e internacionales.

Como colofón, me remito al título de la ponencia “Editores, economía y un poema de Bécquer”, ahí van los versos prometidos.

*Voy contra mi interés al confesarlo;  
no obstante, amada mía,  
pienso, cual tú, que una oda sólo es buena  
de un billete del Banco al dorso escrita.*

...

(Rima XXVI)



## BUSCANDO LA EXCELENCIA ENTRE TRADICIÓN Y MODERNIDAD

Sophie Linon-Chipon

*Presses de l'Université Paris-Sorbonne*

Entre las editoriales universitarias francesas y los editores privados que se dedican a publicar trabajos de investigación son cada día más numerosos los que piensan en la publicación electrónica. Quizás podría dicha opción técnica permitir a la edición universitaria salvarse de un peligro que la *vox populi* anuncia como inminente. Planteada, de modo muy variado, como una vía de emergencia por algunos, como una vía complementaria por otros, hasta como una vía nueva por otros, substituiría total o parcialmente a la edición en papel. Efecto de moda y solución económica, parece contrarrestar las dificultades de un mercado en el que los pequeños editores no dan la talla frente a los grandes grupos.

Cuando el mercado del libro mantiene un nivel de actividad importante (a la inversa del mercado del disco, por ejemplo, que cae en picado), y cuando las tiradas monstruosas monopolizan, en Francia, con una decena de títulos y seis autores la mayor parte del mercado, ¿qué espacio le queda al libro universitario, con sus pequeñas tiradas y su alto nivel de lectura?

La pequeña tirada y el alto nivel de cualificación del lectorado forman la dualidad de un producto complejo. El **libro universitario** se apunta en una paradoja. Con sus bibliografías, sus índices, sus notas en pie de página y sus anexos suele tener tiradas de 400 a 800 ejemplares.

Frente a este doble desafío, encontrar un público restringido por naturaleza y con posibilidades financieras (a menudo) escasas, el trabajo de difusión es la clave. Seleccionar mejor los establecimientos comerciales, las redes de distribución en las librerías y por canales institucionales y académicos son las vías a las que se han lanzado las PUPS. Esto implica, con los agentes comerciales, un trabajo para

profundizar mejor en las potencialidades de cada obra para la venta en librería, y, para la difusión institucional, una plantilla totalmente dedicada a esta actividad, además de la comunicación y el servicio de prensa. ¡Una verdadera empresa!

La escasez de empleados calificados en las prensas universitarias —¡vaya una paradoja!— y la carencia de cultura del resultado, llevaron a menudo a que los responsables publicaran libros sin siquiera tocar al manuscrito entregado. Ningún trabajo de *editing* viene a corregir los defectos de una retórica jerigonzante o de una retórica propia de los escritos del mundo universitario... Y esto en nombre de una ciencia intocable y sagrada que, no sé por qué milagro, se debería recibir tal como es, en estado casi bruto.

En la universidad nos dedicamos a publicar resultados de investigaciones en nombre de un laboratorio o de un centro de investigación... Pero editar es otra cosa... De ahí que, entre la tesis que se doblaga bajo los anexos y sus apostillas y remisiones complejas, las notas de pie de página, que constituyen un discurso segundo en el cual se coloca todo lo rechazado de un discurso demasiado pesado, y la publicación de las actas de un coloquio en el cual se dan las gracias al alcalde, se complace del buen tiempo de la madrugada y se agradece la calurosa acogida de los colegas (*sic*), el libro universitario, de libro no tiene, quizá, más que la forma. Indigesto, sirve para completar las listas de trabajos útiles para el ascenso en la carrera de los colegas que se sirven de ellas para hacer relación de méritos ante las comisiones de especialistas destinadas a juzgarlos... Pero cuando quieren publicar verdaderamente, van a otra casa, a una editorial privada, y ahí no muestran ningún disgusto cuando se les cambia el título, cuando se les corrige el texto, cuando se les cortan párrafos, cuando se escoge una tapa de moda, etc. En tales casos, ¡saben muy bien que ésto se hace por ellos, por su libro! En cambio, frente a un editor institucional, temido como un censor poco honrado (*sic*), estos autores-investigadores manifiestan cierta inflexibilidad y recelan la amputación que podría desvirtuar sus trabajos.

Ante este desafío, las PUPS, editores/impresores desde el año 1476, optaron por realizar un auténtico trabajo de editor científico con la ambición de alcanzar en diez años un nivel de excelencia que les proporcionara, en Francia y en Europa, un puesto de líder. Esta política editorial, más bien elitista, que se atreve a publicar obras de egiptología plagadas de jeroglíficos que se venden a montones en cuanto salen de prensas, bibliografías colosales, cuadros con estadísticas complejas, se ha dado como prioridad dar paso a los jóvenes talentos sin dejar de conservar un lugar privilegiado para los especialistas confirmados. Las PUPS no optaron por imitar a las diez mayores editoriales universitarias de Estados Unidos que se niegan a publicar primeros libros (hace falta haber publicado ya en otra casa para poder

publicar en estas grandes editoriales). Tampoco eligieron las PUPS publicar sin modificaciones las actas de los coloquios y las tesis. Las PUPS decidieron publicar libros derivados de tesis modificadas pero no desnaturalizadas; es decir, que conservan el aparato crítico que hace de ellas verdaderas herramientas y puntos de arranque para otras investigaciones. Conservamos sus bibliografías, acentuando incluso su rigor científico y poniéndolas al día; conservamos sus anexos y reproducimos documentos inéditos, completos, raros; exigimos que se completen con un índice, y solicitamos prefacios a especialistas del sector, que puedan ser garantes de la calidad científica del conjunto. Por lo que toca a los trabajos colectivos, a menudo consecutivos a coloquios, nos arreglamos para que se presenten como sumas sintéticas que constituyan una verdadera obra, escrita, es cierto, por varios autores, pero que saque provecho de esta agrupación que la enriquece con la variedad de los enfoques.

A pesar de este recrudescimiento de la dimensión sabia del libro, se trata para nosotros de quitar de encima del libro universitario ese color grisáceo que tienen las publicaciones situadas a mitad de camino entre el libro y la reproducción de documentos. Agradable al tacto y a la vista, irreprochable en su concepción y en su realización editorial, esperamos contribuir en el placer de una lectura-estudio. ¡El placer está al servicio de la ciencia!



Sea este primer volumen  
de la Colección UNE  
reflejo de los retos que se plantea  
la Asociación de Editoriales Universitarias Españolas  
en el vigésimo aniversario  
de su constitución.







En colaboración con:

