

CORDÓN GARCÍA, José Antonio. **La edición universitaria en el contexto de la edición científica.** En: García Caro, C.; Vilches Pardo, J. (coord.) Homenaje a Isabel de Torres: estudios de documentación dedicados a su memoria. Granada, Editorial Universidad de Granada, 2009, pp. 115-130.

## La edición universitaria en el contexto de la edición científica

José Antonio Cordón García  
*Universidad de Salamanca*

La edición universitaria se integra, en cada país, dentro del conjunto más amplio de la edición científico técnica constituida por todas aquellas obras de investigación, consulta y divulgación, cuya finalidad es la de transmitir conocimientos organizados y sistematizados en cualquier parcela del saber y en cualquier tipo de soporte, así como por todas aquellas estructuras, empresariales, legislativas, políticas, económicas y culturales que posibilitan su distribución y consumo. Desde el punto de vista estrictamente editorial estarían aquí representadas todas aquellas obras que no participan de un carácter literario. Enciclopedias, Diccionarios, manuales, monografías, revistas científicas constituyen el núcleo de la misma aunque con distinto nivel de incidencia en cuanto al lugar que ocupan dentro de la estructura de campo de esta literatura (Cordón, 2001).

Desde la transmisión directa de resultados de investigación (caso de las revistas científicas), a la consolidación de saberes sancionados por la práctica y la costumbre (monografías, manuales, libros de texto) o la divulgación (enciclopedias) los materiales que conforman este amplio sector editorial obedecen a lógicas de producción y consumo diferentes y se mueven en el seno de un sistema que es preciso abordar para comprender tanto la edición científica como la universitaria, que constituye uno de sus integrantes más importantes.

Aunque pueda parecer una evidencia es preciso partir de una aseveración que justifique y estructure la singularidad esencial, de la ciencia y de los elementos que la componen. Esto es que, como señala Ziman (1972), la ciencia es “conocimiento público”. Esta afirmación implica que el sistema científico está compuesto por un entramado de operaciones cuya finalidad última es la comunicación de los resultados de investigación. Los documentos científicos no constituyen un segmento separado del proceso que los origina sino que existe una simbiosis total entre investigación científica, publicación y comunicación de la misma, de tal manera que, como subraya Ziman, la literatura de una materia es tan fundamental como la propia labor de investigación que contiene. Ninguna investigación ha terminado cuando se han verificado los resultados y comprobado los procedimientos, sino que la forma en que estos son presentados a la comunidad científica, las críticas que recibe, los comentarios que genera, su ubicación en la teoría general de la materia, forman parte de la propia investigación. Desde este punto de vista hemos de considerar el sistema editorial como un segmento del sistema global de la ciencia, una parte inseparable y necesaria del mismo. Si los sistemas editoriales convencionales los hemos de ubicar dentro de la lógica de la gratuidad y la independencia que implica la consideración del ocio y el tiempo libre, la edición científico-técnica obedece a unos imperativos de comunicabilidad que sólo tangencialmente, en el caso de las obras de divulgación, podrían obedecer a paradigmas similares. De hecho los circuitos que los constituyen y los elementos que los representan evidencia perfiles netamente diferenciados (figuras 3.1. y 3.2.).

El proceso de publicación del libro científico-técnico se inscribe en unas estructuras totalmente diferentes que las del libro de entretenimiento (en el más amplio sentido de la palabra). El editor desempeña un papel fundamentalmente técnico en el sentido de que publica aquellas obras que han recibido la autorización previa de un especialista, responsable científico de una colección, perteneciente al micromedio científico en el seno del cual se origina la investigación, y tributario del entramado de control institucional estipulado por el propio sistema de la ciencia para regular la calidad de las publicaciones. Los dispositivos institucionales (Bourdieu, 1999) de selección de originales y de subsiguiente publicación operan dentro de un campo en el que los imperativos de carácter simbólico prevalecen sobre los de carácter económico, constituyendo éste otro de los elementos fundamentales de diferenciación entre la edición científico-técnica y el resto del sistema editorial. Se puede decir que el científico, desde su primera formación, ha sido entrenado o instruido, en la filosofía de la publicación, en la necesaria contribución, a través de sus escritos, al conocimiento público, a la transmisión de la ciencia. Pero frente a la lógica económica de las industrias literarias que otorgan prioridad a la difusión, al éxito inmediato y que intentan ajustarse al mercado, a la demanda preexistente de la clientela, la contribución científica está más orientada hacia la acumulación de “capital simbólico. Como señala Barnes en el terreno de la ciencia la investigación académica funciona sin que el dinero constituya un aliciente directo (1987). Es el reconocimiento el que actúa como incentivo y recompensa para la publicación y realización de trabajos de investigación originales, es éste el que hace posible que una serie de recompensas de diversa naturaleza se conviertan en incentivos para la investigación.

La consideración de la edición científico-técnica como componente adscrito al sistema general de la ciencia determina alguna de las características, además de las observadas

anteriormente, de este tipo de publicaciones. En primer lugar el hecho ya señalado de que no es un tipo de edición en la que el objetivo prioritario sea la sanción del mercado, al menos no para el autor. Los controles de calidad obedecen a la lógica interna del campo, mediante las regulaciones establecidas por la comunidad científica, que es la que certifica la idoneidad de una investigación y su incorporación a la literatura constitutiva de la disciplina. El mayor o menor éxito de ventas no añade ni quita nada al proceso precedente. Por otra parte la dependencia del sistema de publicación del proceso de investigación determina los ritmos de la misma introduciendo un factor de envejecimiento casi inexistente en la edición convencional. De ahí que otra de las características de este subsistema sea la de la necesidad de actualización permanente de los textos. Esto introduce la doble lógica existente en la edición científica, la que, parafraseando a Braudel, podemos denominar como de corta duración y de larga duración, representadas a su vez por dos tipos de publicaciones significativas como son la revista y el libro científico. Se podría hablar igualmente de ciclos de producción cortos y ciclos de producción largos.

Como señalábamos anteriormente el modelo de funcionamiento de la ciencia entraña la institución de organismos especializados en la valoración y transmisión de resultados, fundamentalmente bajo forma de publicación. La revista especializada jalona el paso del conocimiento producido y validado intramuros del circuito científico a su utilización social. Toda práctica científica se inscribe en un sistema constituido por un espacio muy intenso de circulación de la información en el seno del cual la revista presta las condiciones de inmediatez y estabilidad necesarias para que esta circulación prosiga de manera regular e ininterrumpida. Si hubiera que señalar una característica distintiva entre la revista y el libro científico, la inmediatez, la celeridad en la publicación, vinculada igualmente con el grado de originalidad de la información aportada, sería la más relevante. Efectivamente, aunque el conocimiento científico se plasma en instancias diferentes y, a menudo previas, al estatus de artículo de revista, tales como informes, comunicaciones, ponencias, publicaciones, etc. su grado de visibilidad óptimo lo alcanza cuando se inscribe en el circuito de la publicación periódica. De hecho es la primera instancia de publicación formalmente considerada sometida a los sistemas de control de calidad intrínsecos (micromedio científico) y extrínsecos (micromedio editorial) que garantizan su difusión y consumo. Toda revista articula en torno a ella una red de relaciones diferenciadas en la que intervienen el análisis crítico de los especialistas que constituye una suerte de evaluación / validación por los pares de los contenidos de la misma, el conjunto de sus usuarios potenciales que representa un indicador del atractivo y visibilidad de la publicación y que se verifica a través de las citas que recibe, el nivel de ventas o de circulación de la misma, indicador de su éxito comercial, y finalmente su capacidad de trasvase a los medios de comunicación que se corresponde con el proceso de amplificación y vulgarización de sus resultados entre el público en general.

La edición universitaria ha interiorizado completamente esta instancia a través de la introducción de sistemas de preselección que operan como controles de calidad tanto para el caso de las monografías científicas como para el de las revistas. En este sentido la encuesta de PRECISA para las editoriales universitarias arroja datos suficientemente contundentes que excluyen la supuesta complacencia, complicidad o menudeo en las decisiones editoriales. Ante la pregunta sobre la solicitud de informes externos para las publicaciones comprobamos como alrededor del 90% recurren a esta práctica (PRECISA, 2006)

**Tabla 15. ¿La editorial solicita informes externos sobre los originales?**

	Año 2003		Año 2005	
	Número de empresas	% s/total	Número de empresas	% s/total
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100,0</b>	<b>51</b>	<b>100,0</b>
Siempre	18	37,5	14	27,5
Habitualmente	12	25,0	22	43,1
Esporádicamente	14	29,2	11	21,6
Nunca	2	4,2	3	5,9
NS/NC	2	4,2	1	2,0

Por otra parte, y como rasgo igualmente distintivo de las revistas, se puede apreciar una fuerte articulación entre el sistema editorial y el sistema documental, en el sentido de que la información tanto formal como conceptual que contienen están sujetas a complejos procesos de tratamiento documental que facilitan su posterior recuperación. La evolución histórica de estas publicaciones, marcadas por una finalidad estrictamente utilitaria, la de transmisión rápida de resultados, ha desembocado en la constitución de un conjunto de elementos funcionales que instituyen un marco protocolario fuertemente normalizado. La fuerte estructuración normativa de la publicación científica es el fruto de una tradición que se ha constituido con el tiempo y que se proyecta en todos los soportes en los que aparecen representados estas publicaciones desde el papel a la edición electrónica, y es la expresión de una forma de comunicación en la que la eficacia, antes que la retórica, constituye su expresión más acendrada. Los rígidos protocolos de representación facilitan al mismo tiempo los procesos de reconocimiento y asimilación al erigirse en esquemas fácilmente reconocibles y extrapolables entre los distintos tipos de publicaciones, posibilitando la tarea del científico que examina un texto a la búsqueda de una información precisa, pero también la del documentalista que explora el mismo para la extracción de sus elementos significativos.

En este ámbito es en el que se mueve la edición universitaria aportando a la comunidad científica y a la sociedad el conjunto de publicaciones fruto de la investigación que se desarrolla en el seno de las distintas universidades.

Hoy en día la mayoría de las universidades importantes tienen un servicio dedicado a la publicación de libros y revistas.

Pocas universidades se plantean la actividad de investigación sin un correlato claro en un dispositivo de transmisión de conocimientos y resultados de investigación que suele revestir la forma de un Servicio o Secretariado de publicaciones o, directamente, en una editorial universitaria.

Según el informe Precisa (2006) de las 51 editoriales que componen el universo de referencia del estudio, 45 se constituyen como un servicio de publicaciones. De ellas, 40 con sello propio de carácter público, es decir el 78,4% de las empresas consideradas. Un 3,9% (2) son servicio de publicaciones con sello propio de gestión privada y un 5,9% (3) servicio de publicaciones, pero sin sello propio.

La producción editorial es cuantitativamente importante, dentro del sector de la edición científico-técnica. En el año 2005 se editaron, globalmente, 4936 títulos, casi un 15% más que en 2003, y en torno al 10% del conjunto de la producción editorial española (Panorama, 2006). La distribución temática de los títulos bascula preferentemente hacia las ciencias sociales y las humanidades, aunque los sectores de ciencias de la salud y ciencias experimentales han experimentado un fuerte repunte, en torno al 67% de incremento, en 2005.

**Tabla 20. Títulos editados por materias**

	2000		2003		2005		2005/2003
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
<b>Títulos editados</b>	<b>3.321</b>	<b>100,0</b>	<b>4.300</b>	<b>100,0</b>	<b>4.936</b>	<b>100,0</b>	<b>14,8</b>
<b>Ciencias sociales / humanas</b>	<b>2.051</b>	<b>61,8</b>	<b>2.700</b>	<b>62,8</b>	<b>2.571</b>	<b>52,1</b>	<b>-4,8</b>
<i>Ciencias humanas</i>	1.312	39,5	1.685	39,2	1.566	31,7	-7,1
<i>Ciencias sociales</i>	739	22,3	1.015	23,6	1.005	20,4	-1,0
<b>Científico / técnico</b>	<b>1.142</b>	<b>34,4</b>	<b>1.223</b>	<b>28,4</b>	<b>1.815</b>	<b>36,8</b>	<b>48,4</b>
<i>Ciencias de la salud</i>	318	9,6	297	6,9	260	5,3	-12,5
<i>Ciencias experimentales y tecnología</i>	824	24,8	926	21,5	1.555	31,5	67,9
<b>Creación literaria</b>			<b>155</b>	<b>3,6</b>	<b>152</b>	<b>3,1</b>	<b>-1,9</b>
<b>Divulgación</b>	<b>128</b>	<b>3,8</b>	<b>115</b>	<b>2,7</b>	<b>144</b>	<b>2,9</b>	<b>25,5</b>
<b>Otras materias</b>			<b>107</b>	<b>2,5</b>	<b>253</b>	<b>5,1</b>	<b>136,8</b>

El fondo editorial constituido por los títulos vivos es igualmente importante, aun contando con que se trata de obras que por su naturaleza poseen un alto nivel de obsolescencia.

**Tabla 25. Títulos vivos en catálogo por materias**

	Año 2003		Año 2005		2005/2003
	Absolutos	%	Absolutos	%	
<b>TOTAL</b>	<b>26.759</b>	<b>100,0</b>	<b>30.511</b>	<b>100,0</b>	<b>14,0</b>
<b>Ciencias sociales / humanas</b>	<b>17.962</b>	<b>67,1</b>	<b>19.993</b>	<b>65,5</b>	<b>11,3</b>
Ciencias humanas	11.253	42,1	12.661	41,5	12,5
Ciencias sociales	6.709	25,1	7.331	24,0	9,3
<b>Científico / técnico</b>	<b>6.781</b>	<b>25,3</b>	<b>8.213</b>	<b>26,9</b>	<b>21,1</b>
Ciencias de la salud	2.255	8,4	2.132	7,0	-5,5
Experimentales y tecnológicas	4.526	16,9	6.081	19,9	34,4
<b>Creación literaria</b>	<b>588</b>	<b>2,2</b>	<b>629</b>	<b>2,1</b>	<b>6,9</b>
<b>Divulgación</b>	<b>634</b>	<b>2,4</b>	<b>630</b>	<b>2,1</b>	<b>-0,6</b>
<b>Otros</b>	<b>794</b>	<b>3,0</b>	<b>1.047</b>	<b>3,4</b>	<b>31,9</b>
<b>MEDIA POR EDITORIAL</b>		<b>557</b>		<b>598</b>	<b>7,4</b>

Las funciones desempeñadas por estos servicios son extremadamente diversas, sobrepasando en muchos casos la dimensión estrictamente editorial. En el cuadro siguiente se puede apreciar esta aseveración (informe PRECISA, 2006)

**Tabla 4. Funciones de la editorial**

	Número de empresas 2003	% s/total	Número de empresas 2005	% s/total
<b>Editar:</b>	<b>48</b>	<b>100,0</b>	<b>51</b>	<b>100,0</b>
Toda la producción universitaria	16	33,3	16	31,4
Parte de la producción universitaria	32	66,7	35	68,6
<b>Gestionar:</b>	<b>44</b>	<b>90,6</b>	<b>45</b>	<b>88,2</b>
Toda la producción universitaria	17	35,3	13	25,5
Parte de la producción universitaria	27	55,3	32	62,7
<b>Coordinar:</b>	<b>45</b>	<b>92,9</b>	<b>9</b>	<b>17,6</b>
Toda la producción universitaria	18	37,7	4	7,8
Parte de la producción universitaria	27	55,3	5	9,8
<b>Prestar servicios externos:</b>	<b>34</b>	<b>69,9</b>	<b>40</b>	<b>78,4</b>
A la comunidad universitaria	27	55,6	31	60,8
A otros	7	14,2	9	17,6
<b>Realizar trabajos editoriales de otra índole:</b>	<b>11</b>	<b>23,1</b>	<b>9</b>	<b>17,6</b>
<b>Otras competencias:</b>	<b>45</b>	<b>93,6</b>	<b>44</b>	<b>86,3</b>
Intercambio bibliográfico	39	82,0	37	72,5
Otros: Comunicación; ferias; reprografía; proyectos propios; imagen corporativa; guías, folletos, y programas.	6	11,6	7	13,7

Lo curioso es que, a pesar del aserto anterior que vinculaba la actividad universitaria con la publicación, como un binomio inexorable, y a pesar de que las fechas de fundación de muchas de las universidades se remota a décadas atrás en el tiempo, mas del 50% de los servicios de publicaciones universitarios son posteriores a 1980.

De cualquier modo el conjunto de la comunidad universitaria las considera hoy en día como parte inseparable de la institución. Freeman (1996) resalta el hecho evidente de que más de quinientos años de existencia avalan el importante papel, en algunos casos fundamental, que las editoriales universitarias han jugado y juegan en la difusión de la investigación y en la transmisión de conocimiento. La universidad tiene una misión que se fundamenta en tres objetivos: la docencia, la investigación y la difusión del conocimiento. Este último objetivo, tan nuclear como los anteriores, es realizado fundamentalmente a través de las editoriales universitarias. Compelidos a publicar por la inercia consustancial al circuito académico, los miembros de la comunidad universitaria suelen aprovechar la existencia de un dispositivo interno previsto para ello para velar sus primeras armas. Normalmente, el rito iniciativo se abre con la defensa de la tesis doctoral cuya publicación directa, en formatos variados, o directamente como libro, constituye una práctica habitual entre el colectivo universitario. Como indica González Gonzalo (2004) el sistema de promoción académico obliga al profesorado universitario a desarrollar una grafomanía militante, de ahí que la mayoría de los autores que figuran en los catálogos universitarios sean profesores de la propia entidad, al igual que los responsables encargados de valorar la publicación o no de sus trabajos, lo que explica que esta no responda en algunas ocasiones a criterios científicos sino a equilibrios inestables en los que los directores de publicaciones intentan, como sarcásticamente apunta Sánchez Paso (2002) , a hacer un catálogo “sin inflingir grandes ofensas y sin crearse innecesarios enemigos”. En los estudios de productividad científica todas las distribuciones bibliométricas se ajustan a distribuciones hiperbólicas de ventaja acumulativa, esto es que cuantos más trabajos ha producido un autor más posibilidades tiene de producir otros.

A pesar de la afirmación previa, y de los reiterados pronunciamientos en clave negativa que consideran esta endogamia bibliográfica como una rémora inquietante, hay que considerar esta práctica como necesaria y deseable. En primer lugar, los investigadores desarrollan sus trabajos en el seno de una institución que presta sus infraestructuras, equipamientos y recursos económicos (mediante retribuciones salariales) y de personal para que las tareas académicas y de investigación puedan llevarse a efecto. Por lo tanto no en absoluto descabellado que, con los controles oportunos, vía Consejos Asesores, Comités de Lectura o equivalentes, y previo informe externo, la primera opción de publicación sobre los resultados de investigación o ensayo la tenga la propia universidad. Lamentablemente esto no es así, y en muchas ocasiones el investigador recurre a editoriales externas como primera elección. En la mayoría de los casos no se trata de casos de “infidelidad” académica, sino de una simple valoración estratégica de la desigual distribución del posicionamiento editorial de las distintas empresas, en el medio del cual la edición universitaria ocupa un lugar desplazado y poco operativo. Puesto que una de las metas de todo autor, y, como no, de todo investigador, es alcanzar la máxima visibilidad (Córdón, 2004), la pretensión prioritaria para cualquiera de ellos será la de colocar el artículo o el libro en el sistema que mejores resultados garantice tanto para la circulación como para la disponibilidad. En este sentido la empresa privada posee mecanismos de distribución mejor engrasados que los de la edición universitaria que, aunque han ido mejorando con el tiempo aun necesitan una organización y estructura más aquilatada.

En este sentido es significativo que en torno al 50% de las ventas de la edición universitaria se hagan sin pasar por ninguna distribuidora. Y que el porcentaje de quienes no utilicen distribuidora haya crecido espectacularmente de 2003 a 2005 (Informe Precisa, 2006)

Tabla 31. Canales de comercialización

	2000		2003		2005	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
<b>TOTAL (€)</b>	<b>19.298.499</b>	<b>100,0</b>	<b>25.128.297</b>	<b>100,0</b>	<b>28.819.637</b>	<b>100,0</b>
<b>A través de distribuidora</b>	<b>13.298.499</b>	<b>68,2</b>	<b>16.484.163</b>	<b>65,6</b>	<b>15.092.947</b>	<b>52,4</b>
Autonómica			5.804.637	23,1	4.626.375	16,1
Nacional			10.679.526	42,5	10.466.573	36,3
<b>Sin pasar por distribuidora</b>	<b>6.136.334</b>	<b>31,8</b>	<b>8.644.134</b>	<b>34,4</b>	<b>13.726.690</b>	<b>47,6</b>
Librerías	2.722.584	14,1	3.643.603	14,5	4.548.965	15,8
Instituciones y bibliotecas	180.304	0,9	402.053	1,6	980.758	3,4
Puntos de venta internos	2.169.654	11,3	1.708.724	6,8	3.757.351	13,0
Ventas por correo	823.387	4,3	954.875	3,8	1.119.257	3,9
Ventas por web	78.132	0,4	376.924	1,5	450.106	1,6
Suscripciones	162.273	0,8	804.106	3,2	1.944.583	6,7
Ferías	--	--	175.898	0,7	209.969	0,7
Otros	--	--	577.951	2,3	715.700	2,5

Así pues los docentes de la comunidad universitaria utilizan los libros publicados en la institución como elementos consustanciales a su carrera académica. Esta exigencia y necesidad de publicación alimentada por la inercia curricular y los sistemas de valoración científica (Nicholas, 2006) convierten a los servicios de publicaciones en claves estructurales del campo editorial científico-técnico. El problema radica en que, aun reconociendo su necesidad y su integración natural en el organigrama universitario, estos servicios no acaban de asumir su condición de auténticas editoriales universitarias. Como señala Sánchez Paso : “Las editoriales universitarias no son empresas en sí mismas. La misma circunstancia de que se denominen secretariados o servicios de publicaciones explica cuál es el estatuto que las caracteriza. Las autoridades académicas, en general, no las entienden ni las quieren entender como auténticas editoriales, sino como un servicio más de apoyo al colectivo académico. Quiere esto decir que en su génesis y función no se estiman los mismos valores por los que se rige el mercado editorial, sino por otros de más cerrado interés, como puedan ser la necesidad curricular del profesorado o la institucional de la propia Universidad”.

Esta separación entre edición universitaria y mercado se puede apreciar en una de las variables fundamentales de cualquier empresa, esto es la distribución del capital que la sustenta. En el caso de la Universidad la asignación de recursos propios ha ido creciendo con los años, al tiempo que los recursos ajenos han ido disminuyendo.

**Tabla 7. Presupuesto global de funcionamiento**

	2002	2003	2004	2005	2005/ 2003
<b>TOTAL</b>	14.971.896	15.700.233	21.667.194	22.626.912	44,1
Asignación presupuestaria de la universidad	10.073.092	10.495.606	15.927.054	16.367.585	55,9
Recursos propios	2.880.593	3.155.747	3.850.121	4.390.363	39,1
Recursos ajenos	2.018.212	2.048.880	1.890.019	1.868.963	-8,8
Media	311.914	327.088	424.847	443.665	35,6

	2002	2003	2004	2005	2005- 2003
<b>TOTAL</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	
Asignación presupuestaria de la universidad	67,3	66,9	73,5	72,3	5,5
Recursos propios	19,2	20,1	17,8	19,4	-0,7
Recursos ajenos	13,5	13,0	8,7	8,3	-4,8

Si combinamos este dato con la tirada media por título editado y los porcentajes de devoluciones obtendremos un dibujo de inserción mercantil de la edición universitaria

**Tabla 18. Títulos editados, ejemplares producidos y tirada media**

	2000	2003	2005	2005-2003
Títulos editados	3.321	4.300	4.936	636
Media títulos por editorial	71	91	97	6
Ejemplares editados	2.019.284	2.226.458	2.736.711	510.253
Media ejemplares por editorial	46.824	46.105	53.661	7.556
Tirada media	608	518	554	36

**Tabla 34. Devolución de libros**

	2000		2003		2005	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
<b>TOTAL</b>	48	100,0	48	100,0	51	100,0
Tienen devoluciones	28	57,3	33	68,8	32	62,7
No tienen devoluciones	11	22,4	10	20,8	9	17,6
Ns/Nc	10	20,3	5	10,4	10	19,6
Cifra de facturación devuelta	212.157		259.724		540.168	
% sobre facturación total	1,20%		1,00%		1,87%	

Además la edición universitaria se enfrenta a un reto singular, el representado por los nuevos soportes de información al que, en unos casos más que en otros, ha intentado dar respuesta. Si en el caso de la revistas electrónicas el proceso de implantación y consolidación de la edición electrónica esta fuera de toda duda y se ha erigido en un modelo asentado (Cox, 2006), no ocurre lo mismo con las monografías científicas. Aunque hay voces como la de James O'Donnel (2000) para quien la monografía académica convencional está en fase de decadencia, en beneficio de la monografía electrónica que rompe con la linealidad de un contenido estanco, los hechos parecen demostrar lo contrario. La hipótesis defendida por Winkler (1997) de que la edición electrónica supondrá la salvación de las monografías científicas no parece estar confirmada por los hechos en ningún lugar del mundo. A pesar de que la edición electrónica parece el medio idóneo para la publicación de resultados de investigación fuertemente formalizados, como es característico en las monografías científicas, por cuanto la rapidez en la producción y distribución favorecen los procesos adyacentes



de actualización, el desplazamiento no acaba de producirse. En un estudio desarrollado por Armstrong y Longsdale (2000) sobre el nivel de implantación de la edición electrónica en el ámbito anglosajón observan que de los editores encuestados sólo el 28% publican monografías electrónicas, pero un examen más detallado de los resultados revela que de estos únicamente un 8% ofrecen obras on-line a texto completo. La situación en el resto del mundo no es diferente y si nos atenemos al caso español podemos comprobar que ninguna editorial especializada ha acometido proyectos en esa línea. Tampoco las editoriales universitarias que, por definición, representan el núcleo más puro de la edición científica han desarrollado sistemas de distribución electrónica de sus textos, fuera de la elaboración de páginas web con servicios de consulta convencional que proporcionan un valor añadido a sus catálogos pero no a sus contenidos (Blanco Valdés, 2000). Aunque los responsables de editoriales universitarias, en general, han identificado bien el problema, sin embargo siguen practicando políticas conservadoras en la forma de afrontarlo (Sánchez Paso, 2000). Por razones estrictamente opuestas a las que explican la migración rápida de los revistas hacia la edición electrónica, la evolución que se puede prever en el ámbito de las monografías es más limitada o más lenta: sus contenidos son menos fácilmente estructurables, los textos más difícil de digitalizar y los ficheros más complejos, por lo tanto más lentos en cuanto a la distribución y descarga en línea. Y el temor de piratería o utilización ilícita de los textos publicados es mucho más evidente.

Las razones para esta aparente contradicción son de variada naturaleza pero podíamos resumirlas en las que siguen. Por una parte hay que considerar la dominación que en medios académicos todavía ejerce el producto impreso, fundamentalmente desde el punto de vista del autor. La monografía electrónica, como señalan Armstrong y Longsdale (2000) sitúa al autor frente a unas exigencias metodológicas y técnicas que pocos están dispuestos a afrontar. La habilidad para adaptarse a las características conceptuales y pedagógicas que los medios electrónicos imponen, tales como discursos no lineales, estructuras narrativas cortas, fuertemente visuales, desarrollo de hipervínculos, etc, exige un esfuerzo añadido de cambio de estilo que obliga a una reeducación de los hábitos de trabajo científico. La falta de reconocimiento institucional a que hacíamos alusión para el caso de las revistas electrónicas también opera como mecanismo disuasor en el caso de las monografías, con mayor. La falta de visibilidad a través de los sistemas de control bibliográfico nacionales e internacionales también representa un factor de inhibición en la selección de los nuevos medios. Ni las bibliografías nacionales, ni las bibliografías comerciales, ni los sistemas de distribución y venta en Internet se hacen eco de estas publicaciones que, cuando existen, circulan mediante circuitos fuertemente restringidos. Por lo tanto la falta de visibilidad condiciona las posibilidades de acceso a la información y consecuentemente las prácticas de consumo que como puede deducirse son muy débiles. En este contexto habría que plantearse si la falta de demanda obedece a la escasez de la oferta o, si por el contrario, es la ausencia de una oferta solvente la que determina el bajo nivel de la demanda. Parece que es esta última la razón del lento desarrollo de la edición electrónica en el campo de las monografías científicas. Los estudios de usuarios demuestran que cuando se ofrecen productos de calidad, provistos de información precisa y con valores añadidos como la presencia de elementos multimedia, imágenes, sonido, etc la respuesta entre un público lector ya entrenado es positiva (Lainez-Cruzel, 1999, Arbón, 1999, IDPF, 2006).

Para John Smith (1999) no deja de resultar paradójico que después de 20 años el modelo de edición electrónica aun no represente un serio desafío para el papel en el ámbito de la monografía científica. La respuesta a esta interrogante hay que situarla en la recurrente tendencia a transferir a los nuevos medios la estructura y concepción lógica y formal de los preexistentes, tendencia verificada en todos los procesos de innovación tecnológica experimentados a lo largo de la historia. Es preciso plantear nuevos modelos editoriales en los que se transfiera información con valor añadido al sistema. El análisis de sitios como [International Network for the Availability of Scientific Publications](#), y el examen detallado de los enlaces a las principales editoriales especializadas en edición científica confirman estas aseveraciones. Los vínculos existentes a lo que en la mayoría de ellas se denomina como edición electrónica evidencian la existencia de modelos digitales con una finalidad exclusivamente publicitaria, en la que el referente es siempre el soporte impreso o a lo sumo el CD-ROM. Es preciso redefinir la forma de la publicación científica favoreciendo aquellos valores y características que ya han triunfado en la revista electrónica, sobre todo los procesos que tienen que ver con el intercambio y la interactividad.

La utilización de la red parece, en todo caso, dar lugar a distintas "estrategias digitales" que se pueden distinguir: según la naturaleza de la oferta editorial numérica (oferta similar a la oferta papel o nueva oferta) y según el carácter (gratuito o abonado) de esta oferta.

La primera estrategia es la de la Promoción. La información sobre la producción editorial y la exposición de ésta constituyen dos problemas estructurales para las editoriales activas en el mercado universitario. Problemas que se plantean de manera tanto más aguda cuando se dirigen a obras especializadas con públicos limitados.

la Red y los mailing permiten establecer una respuesta a estos problemas dando la posibilidad al editor de:

- distribuir una información más completa sobre sus obras de lo que hasta ahora se proponía en los catálogos en papel o en envíos postales;
- enviar de manera específica (o incluso individualizada) y a costes reducidos esta información a los prescriptores potenciales de sus obras y/o a los librereros.

Un segundo tipo de estrategia digital consiste en añadir valor a las obras publicadas bajo formato papel, de tal modo que convenga a los usuarios potenciales de utilizar estos libros, y fidelizarlos. En este sentido, se están desarrollando distintas fórmulas como publicación de erratas o complementos en línea, actualizaciones, pruebas, posibilidad de diálogo con los autores, etc, cuya finalidad es la de consolidar un sitio dedicado a un conjunto de obras, integrando bajo el control del autor o su editor varias de sus funcionalidades. En este contexto, el reto para el editor consiste en asegurarse de que la existencia de este espacio, lejos de disuadir los clientes potenciales, sea por el contrario un argumento de venta suplementario. Este modelo de desarrollo es costoso y requiere de una inversión editorial importante, al igual que de la colaboración de los autores sin los cuales no es posible un mantenimiento coherente.

Un tercer esquema consiste en distribuir, mediante la red, "facsimiles" digitales de la versión papel, tanto para una lectura en pantalla (sobre PC, sobre PDA,) como con fines de impresión. En este caso, se trata de deslocalizar la impresión, sea trasladándola al consumidor final, o acercándosela (impresión en los centros de reprografía de las universidades, en bibliotecas o eventualmente en librerías). Este esquema valoriza la edición en cuatro tipos de situaciones:

- 1- Cuando permite satisfacer necesidades de intermediación;
- 2- cuando responde a problemas de disponibilidad de los documentos o de acceso a éstos (caso de los libros agotados, de los libros raros o difíciles a encontrar, caso de las tesis...);
- 3- cuando esta fórmula permite generar una ventaja de precio importante para el consumidor (el valor percibido de un libro digital que es siempre inferior al valor de un libro en formato clásico);
4. Cuando puede permitir personalizar la obra: reconstitución de un documento a partir de distintos elementos seleccionados por el consumidor o por un tercero (profesor...)

La fórmula presenta obviamente la ventaja de una relativa simplicidad; por otra parte, resulta generalmente muy poco costosa puesto que el editor no debe soportar más que los costes de digitalización de sus documentos. Pero su instauración no es menos problemática: se expone inevitablemente a los riesgos de utilización ilícita de los textos.

A veces el editor elige distribuir bajo forma digitalizada obras con esperanza de ventas limitadas o en el final de su ciclo de vida.

En un primer análisis, la fórmula puede parecer tentadora: para las obras que venden menos de a 100 ejemplares al año, es decir, para un 85% de los títulos disponibles en el mercado universitario, el riesgo de utilización ilícita es escaso. Por a otra parte, las fórmulas tradicionales de almacenamiento, distribución, transporte y comercialización son costosas y relativamente poco eficaces. Pero se percibe mal cómo se puede esperar cubrir los costes de digitalización cuando se sabe a priori que las obras en cuestión se caracterizan por un bajo potencial de ventas.

Para las obras de muy difícil acceso, para las cuales existe un público justificado y poco sensible a la variable de precio, se puede pensar en hacer soportar al primer comprador la integridad de los gastos de digitalización. Pero este esquema, sólo es aplicable en situaciones muy específicas; y es difícilmente generalizable. Para el resto, la única solución consiste en desarrollar progresivamente una base de datos de contenido digital integrando la versión electrónica de toda la producción editorial en la fase preliminar del trabajo editorial.

Un cuarto tipo de estrategia digital se traduce en el desarrollo, en calidad de pago, de una oferta original: sitios de formación online, conferencias virtuales, servicios documentales que

permiten la investigación y la navegación hipertextual en el seno de un documento y entre documentos diferentes de una misma base de datos o "biblioteca digital"

En este caso, la propuesta consiste no en adquirir un documento en su integridad, sino en ofrecer - en forma, por ejemplo, de suscripciones o licencias - un servicio de acceso a una base de información de precisión muy elevada.

Los esquemas de uso potencial pueden ser muy diferentes pero en todos los casos los elementos constitutivos de valor de estos proyectos son idénticos:

- la calidad del motor de investigación o de los útiles de navegación;
- el modo de estructuración e indización de los documentos;
- la amplitud o la homogeneidad de la base de datos (es decir, la calidad del trabajo editorial efectuado por el productor); y, eventualmente, la fiabilidad del sistema de protección de los documentos.

En el mercado español, el desarrollo de estas distintas estrategias conduce a constatar que, mayoritariamente, se limitan - a utilizar Internet con finales promocionales

¿Los editores universitarios españoles solo están convencidos de las posibilidades de Internet como instrumento de promoción? ¿O tienen dificultades para reunir las competencias necesarias que les permitan explotar adecuadamente esta nueva herramienta?

Aunque cerca de un 90% de los principales editores universitarios dispone de una web con vocación promocional, apenas un tercio presentan su catálogo de manera exhaustiva con acceso por palabras clave (motor de investigación) por ejemplo, o permiten descargar a distancia (en PDF) o visualizar (en HTML) extractos de sus obras (Vidal, 2004)

Un interesante modelo es el puesto en marcha por Oxford University Press, Oxford Scholarship Online (OSO) en 2004 (GOLDSWORTHY, 2006), con cerca de 1500 títulos disponibles on line para la comunidad universitaria (Vease:<http://www.oxfordscholarship.com/oso/public/index.html>)

Con un fondo editorial cifrado en torno a los 30.000 títulos vivos la edición universitaria española tiene ante sí un extraordinario desafío para aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y poner a disposición de toda la comunidad científica nacional e internacional el fruto de los esfuerzos de investigación y de reflexión del colectivo universitario español. Por ello una de las tareas urgentes que ha de acometer es la de embarcarse en modelos de edición electrónica que agilicen y potencien la visibilidad de sus materiales, facilitando el acceso a los mismos.

Como conclusión de esta contribución valgan las apreciaciones que Douglas Armato, Steve Cohn y Susan Schott, establecieron en *The Value of University Presses*, como puntos fuertes y decisivos de la Edición Universitaria (GONZALEZ GONZALO, 2004):

- 1) Las editoriales universitarias ponen a disposición del gran público la investigación realizada por la universidad en todo su valor y extensión.
- 2) Los libros y publicaciones periódicas de las editoriales universitarias presentan el análisis y la investigación básicos en los que se basan los responsables políticos, los líderes de opinión y los autores de obras destinadas al público en general.
- 3) Las editoriales universitarias contribuyen a la variedad y diversidad de la expresión cultural en un momento de fusiones y concentraciones globales en la industria de los medios.
- 4) Las editoriales universitarias hacen causa común con las bibliotecas y otras instituciones culturales para promover el apoyo a las ideas y sostener una cultura del saber.
- 5) Las editoriales universitarias ayudan a conservar la singularidad de las culturas locales mediante la publicación de obras acerca de los lugares y las religiones en que estas culturas están basadas.
- 10) Las editoriales universitarias patrocinan el trabajo en áreas de investigación novedosas y especializadas que no tienen los amplios niveles de audiencia que son necesarios para atraer a los editores comerciales.
- 11) Las editoriales universitarias, mediante el proceso de revisión por pares, comprueban la validez y la solvencia de la investigación y, de este modo, mantienen el alto nivel de la publicación académica.
- 12) Las editoriales universitarias añaden valor al trabajo de investigación mediante un desarrollo editorial riguroso, una edición y un diseño profesionales, y una difusión de los trabajos a nivel mundial.

13) Las editoriales universitarias están situadas en un amplio abanico de instituciones educativas y, por tanto, promueven la diversidad de perspectivas en la investigación.

14) Las editoriales universitarias apoyan y pulen el trabajo de los investigadores más jóvenes mediante la publicación de los primeros libros que establecen sus credenciales y desarrollan su experiencia como autores.

16) Las editoriales universitarias invierten recursos en ediciones académicas a largo plazo y en proyectos de investigación de varios volúmenes, asegurando la publicación de obras que precisan un amplio plazo de conclusión.

17) Las editoriales universitarias contribuyen a la riqueza de la educación universitaria mediante la publicación de la mayoría del material suplementario y de libros que no son de texto utilizados por los profesores.

18) Las editoriales universitarias colaboran con las asociaciones educativas y académicas, así como con los bibliotecarios, para indagar acerca de las aportaciones que las nuevas tecnologías pueden hacer para el beneficio y avance de la investigación.

22) Las editoriales universitarias generan publicidad favorable para las instituciones que las albergan mediante la difusión de noticias que les afectan, las reseñas de libros, la obtención de galardones y las exposiciones que se llevan a cabo durante las reuniones científicas.

Por lo tanto Las editoriales universitarias no sólo son necesarias para la salud cultural de la sociedad, sino que comportan una serie de valores añadidos que las hacen configurarse como agentes fundamentales del desarrollo social.

Lombardi (1992) planteaba, hace ya más de una década, los principales problemas en torno a los cuales se ha de articular el debate sobre la edición universitaria (GONZALEZ GONZALO, 2004):

- ¿Qué son y para qué existen las editoriales universitarias?
- ¿Quién paga los déficits que generan?
- ¿Continuarán incrementándose los costes y reduciéndose los mercados?
- ¿Podrán sobrevivir y prosperar?
- ¿Cómo producir con menos dinero mejores libros, para un público cada vez menor?

Todos ellos mantienen su vigencia y el futuro de la edición universitaria pasa por dar una respuesta adecuada a los mismos. Una respuesta en la que las autoridades académicas han de involucrarse de una manera decisiva pues se trata de una de las funciones con mayor dimensión social de las que desarrolla la universidad: poner a disposición de la sociedad el fruto de las investigaciones que, en su mayoría, están financiadas con fondos públicos

## Referencias Bibliográficas

- AMSTRONG, C.J.; LONSDALE, R.E. (2000). Electronic Scholarly monograph publishing. *The Electronic Library*, 18, 1, 21-28
- ARBÓN, Jean Pierre.(1999) Lire autrement: une annee d'offre de livres numeriques. *BBF*, 4, 5, 78-80.
- BARNES J.(1987). Sobre Ciencia. Barcelona : Labor
- BLANCO VALDES, Juan L. Las editoriales universitarias españolas en la web: reflexiones y perspectivas. *Acta, Autores científicos y académicos*, 2000
- BOURDIEU, Pierre (1999). Une revolution conservatrice dans l'edition. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, pp. 126-127, 3-29.
- CORDÓN GARCÍA, José Antonio (2001). La Edición Científico-Técnica: balance y perspectivas. En: LANCASTER, W; PINTO MOLINA, María (ed.). El procesamiento de la información científica. Madrid, Arco, pp.68-99.
- CORDÓN GARCÍA, José Antonio (2004). La visibilidad en los circuitos de la edición y la traducción especializada. En: GARCIA YEBRA, Valentín; GONZALO GARCIA, Consuelo (eds). MANUAL DE DOCUMENTACION Y TERMINOLOGIA PARA LA TRADUCCION ESPECIALIZADA. Madrid, Arco Libros,pp. 127-169. <http://eprints.rclis.org/archive/00008640/>
- COX, J.(2006) Scholarly publishing practices: a case of plus ça change, plus c'est la même chose?. *Learned Publishing*, 19, 273–276
- FREEMAN, L. (1996): "The University Press in the Electronic Future", en: PEEK, R.P.; NEWBY, G.B. (eds.): *Scholarly publishing: the electronic frontier*, Cambridge: The MIT Press, 147-163.
- GONZALEZ GONZALO, Eduardo (2004). La edición del libro universitario en el sistema de comunicación de la ciencia/ Eduardo González Gonzalo.Madrid: Instituto de Historia del Libro y de la Lectura, pp. 701-717
- GOLDSWORTHY, S. (2006). Oxford Scholarship Online. *Learned Publishing*, 19, 175–181
- INFORME PRECISA (2006). Comercio Interior del libro 2005: editoriales universitarias. Madrid, Asociación de Editoriales Universitarias.
- INTERNATIONAL DIGITAL PUBLISHING FORUM (2006). Ebook user survey. [http://www.idpf.org/doc\\_library/surveys/IDPF\\_eBook\\_User\\_Survey\\_2006.pdf](http://www.idpf.org/doc_library/surveys/IDPF_eBook_User_Survey_2006.pdf)
- LAINÉZ-CRUZEL, Silvie. Profildoc: Filtrer une information exploitable.(1999) *BBF*, 44, 5, 64.
- LOMBARDI, J.V. (1992): "Elegant artefact or auxiliary enterprise: universities' presses", *Scholarly Publishing*, January 1992, 67-76.
- NICHOLAS,D.; JAMALI, H. R. and ROWLANDS, I. (2006). On the tips of their tongues: authors and their views on scholarly publishing. *Learned Publishing*19, 193–203
- O'DONNELL, James (2000). Avatares de la palabra: del papiro al ciberespacio. Barcelona : Paidós, 2, p. 66
- PANORAMA DE LA EDICIÓN ESPAÑOLA DE LIBROS (2006). Madrid, Ministerio de Cultura. <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/DatosEstadisticos.asp>
- SÁNCHEZ PASO, José Antonio. (2000). Los servicios de publicaciones y sus estrategias de cambio. Rodríguez Gómez, Gregorio y González Rueda, Javier. Calidad en los servicios universitarios. Cádiz : Universidad, 63-77
- SANCHEZ PASO, José Antonio (2002). Cómo montar una editorial universitaria. Archipiélago, nº 51, pp 45-50
- SMITH, J. (2000) Prolegomena to any future e-publishing model :A discussion paper for the panel debate: Electronic Publishing 2010 - A global perspective - What has happened and what will happen? In: ICC/IFIP Electronic Publishing Conference 1999, Redefining the Information Chain, New Ways and Voices, Ronneby, Sweden, 10th - 12th May 1999, ICC Publishing, ISBN 1-891365-04-5, 293-298
- VIDAL CARBAJO, Raquel (2004) La edición electrónica universitaria: un estudio de casos. Memoria de Grado dirigida por José Antonio Cordón García. Universidad de Salamanca.

WINKLER, K.J. (1997) Academic presses look to the Internet to save scholarly monograph. *Higher Education*, A18, 20

ZIMAN, J. *El conocimiento público* (1972). México : Fondo de Cultura Económica, 18-24.