

EDICIÓN DIGITAL DE MONOGRAFÍAS ACADÉMICAS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN POR EDITORIALES ESPAÑOLAS

Digital editing of scholarly monographs by Spanish publishers in Library and Information Science

Javier Merchán-Sánchez-Jara, Almudena Mangas-Vega y Taísa Dantas



Javier Merchán-Sánchez-Jara es graduado en Información y Documentación, y master en Patrimonio Textual y Humanidades Digitales por la *Universidad de Salamanca (USAL)*, y doctorando en el programa para la formación de profesorado universitario FPU. Es miembro del grupo de investigación *E-Lectra (Lectura, Edición Digital, Transferencia y Evaluación de la Información Científica)*, del *IEMyRHD (Instituto de Estudios Medievales y Renacentistas y de Humanidades Digitales)* y del *OBIC (Observatorio de Bibliometría e Investigación Científica)*, de la *USAL*. Investiga en sistemas de marcado semántico para la edición de textos digitales.

<http://electra.usal.es>

<https://orcid.org/0000-0003-1828-5182>

javiermerchan@usal.es



Almudena Mangas-Vega es graduada en Información y Documentación y master en Sistemas de Información Digital por la *Universidad de Salamanca (USAL)*. Es miembro colaborador del grupo de investigación *E-Lectra (Lectura, Edición Digital, Transferencia y Evaluación de la Información Científica)*; del *IEMyRHD (Instituto de Estudios Medievales y Renacentistas y de Humanidades Digitales)* y del *OBIC (Observatorio de Bibliometría e Investigación Científica)*, de la *USAL*. Es autora del libro *Autopublicar: los nuevos circuitos para autores e investigadores* y de artículos en publicaciones nacionales e internacionales sobre publicación digital y evaluación de monografías académicas.

<https://orcid.org/0000-0002-3464-3624>

almumvega@usal.es



Taísa Dantas es doctora en Formación en la Sociedad del Conocimiento por la *Universidad de Salamanca (USAL)*. Graduada en Comunicación Social por la *Universidade Federal da Paraíba (Brasil)* y master en Información, Comunicación y Nuevos Medios por la *Universidade de Coimbra (Portugal)*. Es miembro del grupo de investigación *E-Lectra (Lectura, Edición Digital, Transferencia y Evaluación de la Información Científica) (USAL)* e investiga el comportamiento del lector en entornos digitales. Sus intereses de investigación también se centran en el papel de las bibliotecas en la lectura y en las relaciones entre formación y nuevas tecnologías aplicadas a la educación, investigación y desarrollo.

<https://orcid.org/0000-0003-1729-6293>

taisadantasbr@gmail.com

*Universidad de Salamanca, Departamento de Biblioteconomía y Documentación.
Francisco de Vitoria, 6-16. 37008 Salamanca, España*

Resumen

Se analiza el mercado español de los libros digitales académicos, a partir del análisis pormenorizado de un conjunto de editoriales de Información y Documentación, señaladas por los expertos como las más prestigiosas dentro de esta disciplina. Los parámetros analizados se centran en el porcentaje de producción digital en relación con el tamaño del sello, los formatos presentes, la información ofrecida y las facilidades de acceso. Los resultados ponen de manifiesto que la traslación al ámbito digital es un fenómeno poco significativo, y que se ha desarrollado sin estrategias previamente definidas. Este hecho se traduce en una escasa disponibilidad de títulos y formatos, y en la ausencia de muchas de las funciones que el nuevo medio ofrece.

Palabras clave

Edición académica; Edición digital; Editoriales; Sector editorial; Libros electrónicos; Calidad de las publicaciones; Lectura digital; Información y documentación.

Abstract

The current state of the Spanish market of the academic digital books is analyzed. To do this, a set of publishers selected by various experts as the most prestigious within the field of Library and Information Science was chosen. The analyzed parameters focus on digital production percentage in relation to the size of the publisher, existing formats, information offered and the access facilities. Results show that digital publishing is a little significant phenomenon, that has been developed without well defined strategies. This fact translates into a scarce availability of titles and formats, as well as a lack of many of the features that the new medium offers.

Keywords

Scholarly editing; Digital edition; Publishers; Editorial sector; Ebooks; Publishing quality; Digital reading; Library and Information Science.

Merchán-Sánchez-Jara, Javier; Mangas-Vega, Almudena; Dantas, Taísa (2018). "Edición digital de monografías académicas de información y documentación por editoriales españolas". *El profesional de la información*, v. 27, n. 3, pp. 604-612.

<https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.13>

1. Introducción

Desde su creación hasta la lectura, todo el circuito del libro es de algún modo mediado digitalmente (Millán, 2015). Hoy ya no es necesario discutir si el libro se ha integrado en el contexto digital o no, sin duda lo hizo hace tiempo. Fue una integración parcialmente eclipsada por la aparición de diferentes tecnologías que el libro supo muy bien convertir en soporte de las actividades de su propio universo (Dantas, 2017).

Aunque no todas las etapas del ciclo de vida de un libro cuentan con el mismo grado de integración digital, comenzando por su génesis, que en muchos casos deviene en nuevas textualidades y géneros (Cordón-García, 2017; Escandell-Montiel, 2014), pasando por etapas como la edición, la maquetación o el diseño (Silva, 2014), hasta los modelos de negocio editorial concebidos para el espacio digital (Dosdoce.com, 2016; Costa-Sánchez; Rodríguez-Vázquez; López-García, 2016).

Sin embargo, la lectura sigue siendo un elemento con un grado parcial de integración. Es posible identificar un giro positivo a lo digital y cierta convivencia entre la experiencia digital y la impresa; pero también algunas reticencias por parte de los lectores hacia los soportes digitales (Cordón-García; Jarvio-Fernández, 2015; Grzeschik *et al.*, 2011; Carr, 2011).

Las limitaciones en la adopción de los libros electrónicos es uno de los temas más discutidos en los estudios sobre lectura. Las razones que pueden motivar a un lector a rechazar un libro electrónico son diversas. Muchas han sido evaluadas por expertos en busca de sus causas, o para que la adopción de estos formatos no perjudique la calidad de la lectura, en especial en los estudios sobre la lectura como instrumento para el aprendizaje, como es el caso de la lectura de libros académicos. Estos estudios analizan la calidad de los libros electrónicos y los dispositivos de lectura, y su efecto en la concentración, o en la visión, así como los niveles de integración de los libros electrónicos en el entorno académico (Benedetto *et al.*, 2014; Gilbert; Fister, 2015; Hibbard, 2014; Mangan; Walgermo; Brønning, 2013).

Sin embargo, una perspectiva poco explorada es el impacto de la intervención del tejido editorial en la inserción de los libros electrónicos en el mundo académico. La percepción del lector hacia el libro académico digital puede estar motivada por el tipo de productos y/o servicios que la editorial ofrece. Teniendo en cuenta que el grado de inmersión de las editoriales en el entorno digital desde el punto de vista del uso de tecnologías para sus actividades es elevado, resulta interesante estudiar si esa cotidianeidad se traduce en una transposición de lo impreso a lo digital también en términos de cantidad y forma de las monografías que producen.

A nivel académico esta perspectiva cobra especial importancia en las disciplinas de ciencias sociales y humanidades, las cuales tradicionalmente han publicado sus resultados de investigación en monografías (Nederhof, 2006; Cordón-García; Gómez-Díaz, 2010), y siguen pautas similares de publicación digital tanto a nivel nacional como internacional, de pago o en acceso abierto (Torres-Salinas; Robinson-García; Gorraiz, 2017; Collins; Milloy, 2016; Lyons; Rayner, 2016), lo que puede modificar los patrones de citación y las estrategias investigadoras en ambas áreas.

En el presente trabajo se estudia el estado actual del mercado de los libros digitales desde la perspectiva de la oferta de las editoriales. Tomando como muestra un conjunto de editoriales reconocidas por los expertos como las de mayor prestigio en una disciplina concreta (información y documentación), se analizan diferentes parámetros como la cantidad de monografías digitales producidas, sus formatos, la información ofrecida, o los medios de acceso y compra, cuestiones todas ellas que determinan el acceso y uso de los libros digitales en el entorno académico.

2. Metodología

Se establecen tres fases:

- selección de editoriales distribuidas en cuatro cuartiles como población a estudiar;
- análisis de los datos de su producción digital;
- evaluación de parámetros de su actividad en el ámbito digital mediante la revisión de sus sitios web.

Para la selección de editoriales se fija como criterio la inclusión en *Scholarly Publishers Indicators (SPI)*, un sistema de información sobre editoriales académicas científicas generado por el *Grupo de Investigación ÍLIA del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)* de España. La inclusión o exclusión en este sistema de información se decide a través de las respuestas a varias encuestas enviadas a un grupo de 11.000 expertos –con investigación evaluada positivamente–, sobre el prestigio percibido de las editoriales académicas en las diversas áreas de conocimiento (**Giménez-Toledo et al.**, 2016).

Este sistema de información establece un ranking de editoriales en base a un indicador denominado *ICEE (Indicador de calidad de editoriales según los expertos)*. Es un sistema centrado en las editoriales de ciencias sociales y humanas, áreas en las que la monografía tiene un peso importante como vehículo para la comunicación del conocimiento (**Corcón-García et al.**, 2017), un contexto en el que el paso al entorno digital ha constituido un hecho de gran relevancia como han demostrado las revistas científicas digitales. *SPI* además se incluye como recurso de referencia en las normas de los sistemas de acreditación y evaluación de la investigación de agencias como *Aneca* o *Cneai*, hecho que avala su consistencia y rigor en el tratamiento de los datos. Se utilizan los datos de 2014, que son los más actualizados. *SPI* establece una serie de rankings de editoriales según el prestigio percibido por la comunidad académica (**Giménez-Toledo; Mañana-Rodríguez; Tejada-Artigas**, 2015).

Se selecciona como objeto de estudio al conjunto de editoriales incluidas en el ranking 2014 de la disciplina Biblioteconomía y Documentación, que es en la que tienen cabida los propios estudios sobre la información, edición y el universo del libro. El listado de las editoriales analizadas puede comprobarse en la web de *SPI*.
<http://goo.gl/3wdTAm>

Puesto que *SPI* ofrece un ranking total sin distribución por cuartiles, y que muchas editoriales comparten la misma posición ordinal en base a un mismo valor de *ICEE*, para la distribución por cuartiles se toma como muestra el conjunto de *ICEEs* del total de editoriales de la categoría (38). Los cuartiles se calculan con las siguientes fórmulas:

Q1: Para un total de editoriales N,

$$Q1 = X_i + d (X_{i+1} - X_i)$$

donde

X es el elemento resultante de dividir (N+1)/4,

i es la parte entera de ese elemento X,

d es la parte decimal del mismo.

Q2: según el cálculo de la mediana, y para un total de editoriales N:

$$Q2 = (X_{N/2} + X_{N/2+1})/2$$

Q3: Para un total de editoriales N,

$$Q3 = X_i + d (X_{i+1} - X_i)$$

Donde

X es el elemento resultante de dividir 3(N+1)/4,

i es la parte entera de ese elemento X,

d es la parte decimal del mismo.

Seguidamente se analiza cuantitativamente la producción digital de las editoriales seleccionadas, mediante los datos ofrecidos por las bases de datos ISBN del *MECD*, tomándose como datos de producción la cantidad de ISBNs tramitados. <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/libro/bases-de-datos-del-isbn.html>

Esta base de datos ofrece igualmente información sobre los libros publicados según su formato: libro impreso, pdf, epub, mobi y un cuarto denominado “otros formatos de e-book”.

Finalmente se fijaron unos parámetros que permitieran analizar cómo se estaba reflejando la transposición del papel al formato digital en estas editoriales mediante la información que las propias editoriales ofrecen en sus webs.

Los parámetros definidos y evaluados en tablas dicotómicas (Sí/No) en base a su aparición fueron los siguientes:

- Disposición en la web de un apartado específico para los libros digitales; su presencia favorece a los usuarios en sus búsquedas y a los libros en la posibilidad de ser descubiertos (**Mangas-Vega**, 2014a).
- Normas a los autores específicas para monografías digitales; indica una producción digital nativa, que permitiría –si se desea– implementar funciones que mejoren la experiencia lectora (**Mangas-Vega**, 2014b).
- Información sobre el formato del libro digital: pdf, epub, mobi, etc.; es una información imprescindible para adquirir un libro digital.
- Información sobre otras especificaciones del libro digital, tanto técnicas del dispositivo de lectura, como sobre la tecnología empleada o las funciones propias del libro.
- Creación de colecciones totalmente digitales, ya que una afirmación en este sentido indica un desarrollo digital basado en estrategias previamente determinadas y en criterios de especialización.
- Uso de sistemas de gestión externa para la venta y el acceso a los libros digitales, mostrando datos relevantes sobre los métodos de comercialización.

Los datos han sido tratados mediante el programa SPSS. Se ha realizado un análisis de estadística descriptiva y de correlación, utilizando el coeficiente de correlación de Pearson, y el grado de significación bilateral (p-valor), con el fin de descubrir si existen relaciones estadísticamente significativas entre las variables estudiadas.

3. Resultados

Los niveles de edición digital apenas suponen como media un 9,56% del total de la producción de las editoriales (total de ISBNs tramitados). A nivel particular se pueden diferenciar tres grupos por porcentaje de edición digital con respecto al total como muestra la tabla 1.

Tabla 1. Grupos de editoriales según porcentaje de producción digital

Porcentaje de producción digital	0	3-12	>20
N. de editoriales	11	18	8

Tabla 2. Correlación entre número de libros en pdf y número de libros en otros formatos

	N. libros en pdf	N. libros en otros formatos
Correlación de Pearson	1	0,737**
Sig. (bilateral)		0,000
N	38	38

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral) o inferior

Dentro del grupo 3 (>20%), 3 editoriales (*Tirant Lo Blanch*, *Universidad Oberta de Catalunya* y *Síntesis*) aportan el 63,13% de la producción digital de toda la población estudiada.

Los datos de estas tres editoriales indican que su aportación en la producción total (suma de digital y papel) no llega al 21%, así que los datos de su aportación a la producción digital representan niveles discordantes con respecto de la media general, como puede observarse en la figura 1, que muestra los porcentajes de libros digitales e impresos en cada cuartil.

Este hecho es más notorio cuando se observa la distribución de la producción en formato pdf por cuartiles (figura 2).

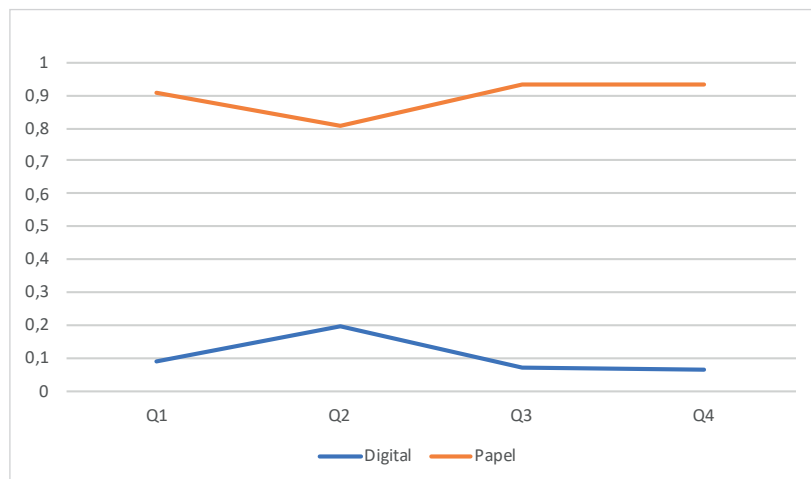


Figura 1. Distribución de la producción digital y en papel por cuartiles

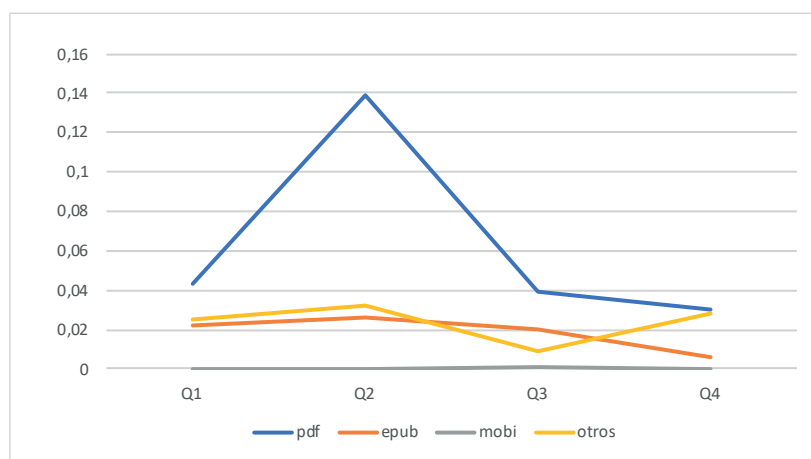


Figura 2. Producción digital de las editoriales según formatos digitales y cuartiles de SPI en los que se encuentran

Tabla 3. Correlación entre número de libros en formato epub y número de libros en mobi

	N. libros epub	N. libros mobi
Correlación de Pearson	1	0,529**
Sig. (bilateral)		0,001
N	38	38

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral) o inferior

Ambos gráficos parecen sugerir un mayor avance digital en las editoriales del cuartil 2, o incluso una relación entre el aumento de libros digitales y descenso de libros de papel en dicho cuartil; sin embargo, responden a la distorsión que la notable producción digital de esas tres editoriales (una en Q1 y las otras dos en Q2) produce en la media general.

La percepción del lector hacia el libro académico digital puede estar motivada por el tipo de productos y/o servicios que la editorial ofrece

De forma más general las editoriales con mayor grado de desarrollo a nivel digital se distribuyen indistintamente entre el Q1 (*Síntesis*, 39%), el Q2 (*Universidad Oberta de Catalunya*, 39% y *Tirant Lo Blanc*, 30%), el Q3 (*Díaz de Santos*, 35%, *CSIC*, 22% y *Trama*, 27%) y el Q4 (*Plaza y Valdés*, 23% y *Fragua*, 29%), por lo que no se pueden establecer relaciones entre la adscripción a un determinado cuartil o puntuación dentro del ranking y el grado de desarrollo digital de la editorial.

En formatos digitales predomina el pdf como formato casi exclusivo en la edición digital. No obstante, existen incoherencias significativas en la base de datos del ISBN en torno a la categoría "otros formatos de e-book", donde no se especifica a qué tipo de formato hacen referencia. El grado de correlación (coeficiente de correlación de Pearson = 0,737; Sig. bilateral = 0,000¹) entre el número de éstos y el de pdfs dentro de una misma editorial apunta claramente a que presumiblemente se traten de pdfs cuyos metadatos no incorporan información al respecto.

Se observa igualmente débil relación (Coeficiente de correlación de Pearson = 0,529; Sig. bilateral = 0,001) entre la presencia de los formatos epub y mobi en las editoriales. Se puede deducir que cuando una editorial apuesta por la inclusión de formatos diferentes al pdf, lo hace considerando la mayor parte de las opciones posibles.

Sin embargo no se aprecia relación entre el formato pdf y los otros formatos, lo que puede indicar que son pocas las editoria-

les que ofrecen los libros digitales en todos los formatos analizados. Se demuestra igualmente que no existe una relación estadísticamente significativa entre el porcentaje de obras en digital y la categorización por cuartiles: 1º cuartil = 9%; 2º = 19%; 3º = 6%; 4º = 6%.

De igual manera, no existen evidencias estadísticas que demuestren la correlación entre la relevancia percibida de una editorial (puntuación *ICEE*) y el desarrollo (porcentaje) digital de la editorial (coeficiente de correlación de Pearson = 0,106 y Sig. bilateral = 0,528), como se observa en la tabla 4 y en la figura 3. Esto puede sugerir que el grado de traslación digital de las editoriales no es un factor determinante para aumentar el nivel de prestigio percibido en la editorial. No se puede colegir por tanto que un mayor nivel de digitalización produzca mayor nivel de calidad percibida, o que un mayor nivel de digitalización se perciba de manera negativa y se refleje en un menor nivel de prestigio percibido.

En los parámetros adicionales analizados a través de la información que las editoriales ofrecen en su web (53%), únicamente resulta significativa la presencia de apartados específicos para la producción digital en la web y las especificaciones en torno al formato (45%) (figura 4).

Al contrario, el 97% de las editoriales no tiene normas diferentes y específicas para los autores de manuscritos digitales, el 95% no ofrece ninguna información adicional sobre las especificaciones técnicas del libro, y lo que es más relevante, sólo el 11% ha desarrollado alguna colección digital de manera predeterminada.

En el uso de gestores externos para la venta o adquisición de libros digitales, sólo un 34% de las editoriales apuesta por agregadores externos para la gestión comercial y la distribución de sus obras (mayoritariamente *Casa del Libro, Amazon, Google, El Corte Inglés, Google Play, iBooks, iTunes, e-Libro, y UneEbook*). De nuevo no se aprecia relación entre estos valores de interoperabilidad y la adscripción a un determinado cuartil dentro del ranking de prestigio, como se observa en la figura 5.

4. Discusión

En la mayoría de casos el nivel de traslación digital de las editoriales analizadas responde a iniciativas de digitalización con presencia previa en el catálogo, más que a una estrategia planificada para crear colecciones digitales nativas que aprovechen todas las posibilidades de representación y lectura presentes a día de hoy en el entorno digital.

Esta afirmación se sustenta en la práctica inexistencia de referencias explícitas a la propia estrategia editorial en esta cuestión,

Tabla 4. Correlación entre índice *ICEE* y porcentaje de producción digital en las editoriales

	Índice de calidad según los expertos (ICEE)	Porcentaje digital
Correlación de Pearson	1	0,106
Sig. (bilateral)		0,528
N	38	38

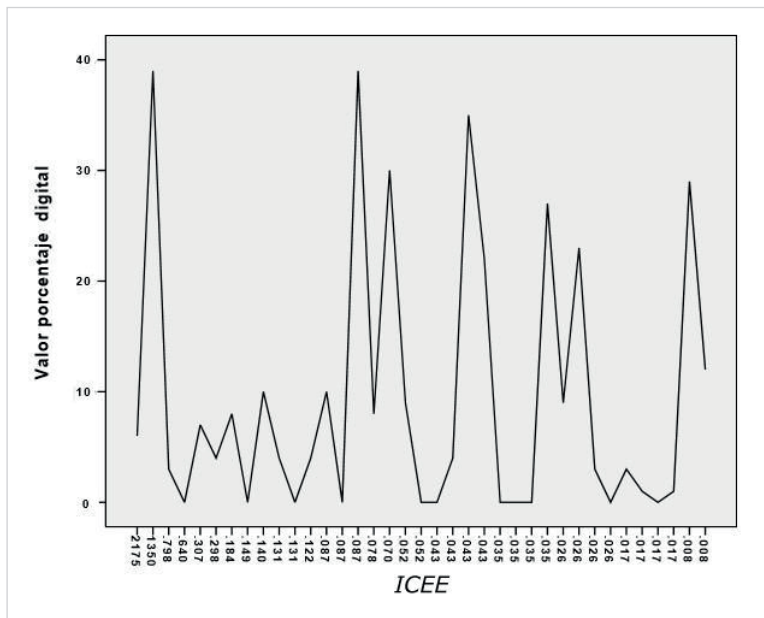


Figura 3. Porcentaje de producción digital según posición en el ranking

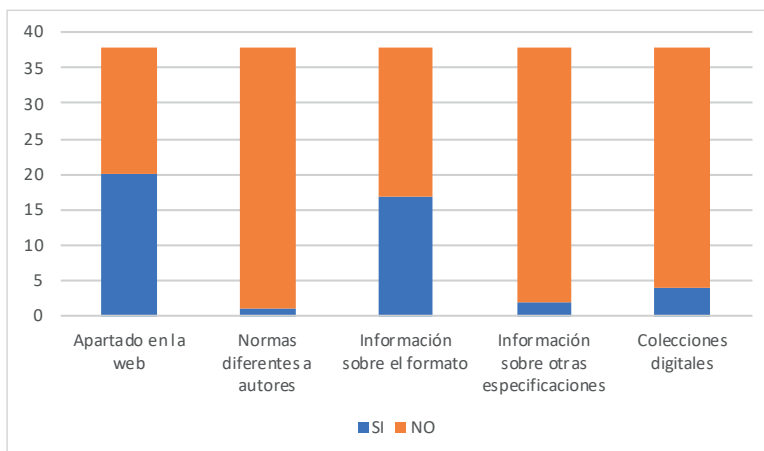


Figura 4. Otros parámetros de calidad analizados en la web de cada editorial

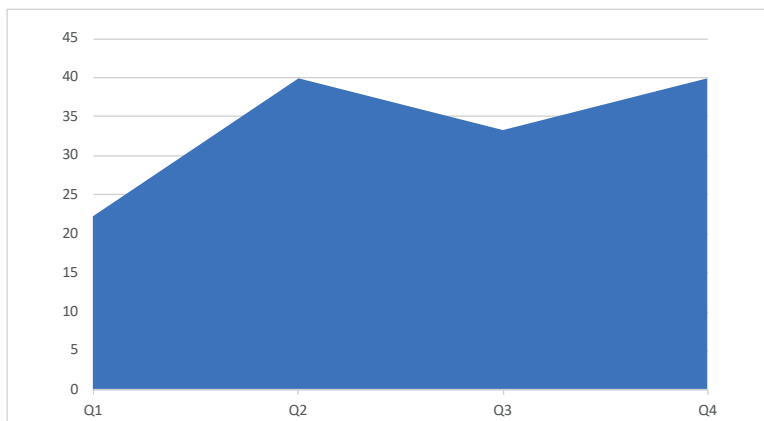


Figura 5. Porcentaje de uso de sistemas de gestión externa para la oferta de libros digitales

a la ausencia de colecciones con características propias de la edición digital creadas de manera nativa, o a la ausencia generalizada de funciones privativas del medio digital. En el mejor de los casos, algunas editoriales cuentan con un apartado o pestaña en la web donde acceder a estos contenidos digitales. Estos apartados recogen las obras digitales sin adscripción a una determinada colección o sin puntos de acceso como formato, posibilidades de adquisición, sistemas de protección, tema, género, etc. En definitiva, nos encontramos con contenedores cuyo único criterio de inclusión y ordenación es la pertenencia al formato digital. Estas cuestiones hacen que las monografías académicas digitales no se consideren en ningún extremo a la hora de optar a la distinción del sello de calidad que otorga la *Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE)* a las colecciones de editoriales académicas.

La falta de relación entre el mayor desarrollo digital de las editoriales y su posición en el ranking de prestigio *SPI*, se puede explicar desde el punto de vista de la proyección de la colección digital

Se desconocen de igual manera datos relativos a los criterios para incluir una obra u otra en el proceso de digitalización; todas las editoriales son opacas respecto a esta información. La falta de relación entre el mayor desarrollo digital de las editoriales y su posición en el ranking de prestigio *SPI*, se puede explicar desde el punto de vista de la proyección de la colección digital. Es factible considerar que muchos expertos consultados pueden no valorar la faceta de los contenidos digitales porque no conocen el status de la editorial a este respecto o porque no son usuarios habituales de formatos digitales.

Esto puede estar generando un círculo cerrado de difícil salida en un futuro cercano. Si las editoriales mejor consideradas no ofrecen una buena oferta ni en cantidad de producción ni en la calidad de la experiencia de usuario (información ofrecida pre-adquisición, variedad, tipos de formatos, o funciones presentes), esto impide al usuario valorar plenamente la experiencia lectora en el ámbito digital, y este hecho se traducirá en que la evolución digital no se vea reflejada en los rankings de prestigio (figura 6).

No existen evidencias estadísticas que demuestren la correlación entre la relevancia percibida de una editorial y su oferta digital

En el sector editorial de revistas científicas, sin embargo, el buen trabajo en materia digital ha sido desde sus inicios un valor añadido muy tenido en cuenta tanto por editores (en su faceta creadora), como por usuarios (en su faceta demandante), y por los responsables de rankings de prestigio (al requerirlo en su evaluación) (figura 7).

Sobre la predominancia del formato pdf hay que destacar que no nació con la intención de ser soporte para libros digitales, con la totalidad de sus funciones implementadas y, en muchos casos, la mala praxis ha hecho que los libros en pdf no sean más que meras “fotografías” del libro en papel, lo que reduce las posibilidades de una experiencia digital plena por el usuario. La prominencia de este formato puede indicar una producción digital en las editoriales analizadas alejada de las potencialidades que el medio digital ofrece a día de hoy. Algo similar puede extraerse de los resultados respecto a los parámetros analizados en los sitios web de las editoriales. Por ejemplo, la ausencia de normas específicas para los autores de manuscritos digitales podría estar



Figura 6. Círculo cerrado de prácticas en edición de monografías digitales



Figura 7. Círculo cerrado de la edición de revistas digitales

indicando que es la editorial la encargada de realizar todo el trabajo. Sin embargo, teniendo en cuenta el conjunto de resultados, más bien parece indicar una falta de interés por crear libros digitales plenos en funciones y tecnología.

Es necesario incidir más en la ausencia de información sobre el tipo de formato del libro digital, una información imprescindible cuya omisión no se entiende ni se permite en la comercialización de otros productos. Hay que destacar que ya en 2013 la *Comisión Europea* a través del comunicado “Una mejor protección para los consumidores europeos a la hora de descargar juegos, música, vídeos y libros electrónicos” (*Comisión Europea*, 2013), indicaba su preocupación por este tipo de productos: se inspeccionaron los sitios web de comercialización de los mismos para

“determinar si se encontraba fácilmente la información sobre las características principales de los productos, que no estuviera escrita en ‘letra pequeña’”.

De forma más general y referido a cualquier bien de consumo, uno de los puntos principales de la nueva política de consumidores de la UE es la

“ayuda a elegir a partir de información clara, exacta y coherente, por ejemplo, en las compras online”.

https://europa.eu/european-union/topics/consumers_es

Los resultados de este trabajo deberían servir como mínimo de llamada de atención urgente hacia las políticas de las editoriales respecto a la información ofrecida sobre sus libros digitales. Más aún teniendo en cuenta que las editoriales del estudio son las consideradas como más prestigiosas por expertos de un campo científico, por lo que en principio no puede esperarse mejores resultados en editoriales con una consideración inferior.

La ausencia de una buena oferta digital en cantidad y calidad impide al usuario valorar plenamente la experiencia lectora

5. Conclusiones y perspectivas de futuro

Aunque las tecnologías digitales atesoran un potencial transformador a priori ilimitado, y tienen prestaciones inéditas en la cultura impresa, la mayor parte de la actividad editorial digital en el marco académico limita su actividad a la digitalización plana de alguno de los títulos previamente editados en papel; o lo que es lo mismo, la producción de facsímiles digitales.

La mayoría de editores digitalizan algunas de sus obras, sin criterios claros y objetivos para su selección, apostando por la rentabilidad que en principio ofrece un proceso de traslación (la digitalización) rápido y poco costoso; permitiéndose la posibilidad de ingresar en el pujante mercado digital de una manera rápida, sin una gran inversión previa y con el menor número de trámites legales y/o administrativos posibles.

Si este punto de partida puede considerarse como una estrategia deficiente en relación a las ventajas del nuevo medio, más preocupante es aún la tendencia a perpetuar el modelo, continuar por el mismo camino y negar la posibilidad de imple-

mentar medidas de mejora y desarrollo. El error radica quizá en contemplar estos procesos de traslación a lo digital desde la perspectiva de la cultura de la edición en papel, y no posicionarse ante los desafíos que implica un escenario tan cambiante, dinámico y lleno de oportunidades como el digital.

La ausencia de información imprescindible, como el formato del libro digital, no se entiende, ni se permite en la comercialización de otros productos

El libro digital debe considerarse a nivel conceptual como un software, en el que el proceso de desarrollo y gestión contempla la aplicación de sucesivas mejoras, correcciones de errores e implementación de nuevas funciones que permiten adaptarse a las necesidades cambiantes de los usuarios, y a las nuevas posibilidades que surgen de los avances tecnológicos. Sería interesante por ejemplo que los libros electrónicos pudiesen ser actualizables, en relación a la mejora o ampliación de contenidos, o simplemente como respuesta a la necesidad de subsanar erratas o errores de cualquier tipo, tan pronto como estas mejoras estén disponibles, y sin la necesidad de tener que esperar a eventuales nuevas ediciones de la obra. De esta manera se concilia una de las características más distintivas de las textualidades digitales en el futuro más próximo: la del objeto cultural inacabado y en permanente evolución, en el cual cada instancia concreta en el tiempo representa una etapa más dentro de su desarrollo histórico, frente al carácter acabado, cerrado e inmutable del libro impreso.

Todas estas cuestiones son sólo posibles desde el prisma de la edición digital nativa. Ésta pasa por contar con transcripciones del texto generadas en origen desde sistemas pensados para la edición digital, cuyos productos se adecuan y permiten explotar una serie de funciones mucho más relevantes que los que son producidos mediante sistemas OCR o editores de texto genéricos (**Denckla**, 2014). En la actualidad este tipo de potencialidades se ha reflejado únicamente en una serie más o menos extensa de nuevas funciones a nivel de presentación del contenido, en la mejora de los sistemas de almacenamiento, o en la ubicuidad y distribución de los contenidos. El resto de las aportaciones de la actividad editorial al ámbito digital se limita a replicar muchos de los formatos, estructuras, y tecnologías intelectuales paradigmáticas del impreso (**Robinson**, 2003).

Las estrategias comerciales con cierta garantía de éxito en el futuro deben pasar inexcusablemente por trascender esta conversión papel-digital, mediante sistemas y estructuras organizativas que permitan crear y gestionar contenidos digitales con toda la funcionalidad que el medio ofrece. La innovación en las tecnologías digitales aplicadas debe ser un valor añadido en la cultura corporativa del sello editorial. A nivel de distribución puede potenciar la identificación y visibilidad de la producción digital a través de modelos de metadatos interoperables y adaptados a las necesidades de cada editorial y del entorno en el que opera. Pero quizá el hecho más significativo desde el punto de vista del lector es la posibilidad de contar con obras que incluyen capas de meta-información semántica con respecto del texto, que en

última instancia permiten una experiencia lectora más enriquecedora al *lector recreativo*, y una aproximación a la obra más profunda e intensa al *lector usuario* que busca información contextual que trascienda la semántica implícita en el texto. En el campo académico o profesional como el que nos ocupa, este elenco de posibilidades es aún más significativo gracias a las posibilidades de la edición semántica a nivel heurístico (Stinne; Rasmussen, 2016).

La generación de contenidos enriquecidos proporciona nuevas formas de marketing comercial que pasan necesariamente por contar con infraestructuras de gestión eficaces

Muchas de estas funciones están presentes en la actualidad gracias a la posibilidad de crear estructuras multicapas basadas en tecnología xml, que permiten el tratamiento de la información con procesos independientes, posibilitando distintas versiones de una misma obra a nivel de interacción, funcionalidad o contenido, y adecuándose a cada necesidad concreta del sello editorial. Al tratarse de sistemas *platform-agnostic*, permiten que el producto (el libro digital) pueda ser adaptado a cualquier formato (conocido o por desarrollarse), sin necesidad de adaptaciones a nivel de los datos, terminando con uno de los problemas que ha tenido la industria de los libros electrónicos: la disparidad de sistemas, formatos y dispositivos (Gómez-Díaz et al., 2016)

La generación de este tipo de contenidos semántica y tecnológicamente enriquecidos proporciona nuevas formas de marketing a nivel comercial, que pasan necesariamente por contar con infraestructuras capaces de gestionar eficazmente todo este nuevo contenido. Es esencial reformular la organización interna de las editoriales, de la misma manera que ha sucedido en las últimas décadas con los medios de información escritos, tras la generalización de los diarios digitales y la desaparición de muchas de las ediciones impresas (Merchán-Sánchez-Jara; Pelosi-Pelosi, 2016). Se incide por lo tanto en la idea de crear estrategias y estructuras pensadas desde cero para adaptarse a los requerimientos de la traslación de la actividad hacia el ámbito editorial, en vez de adaptar parcialmente estructuras, procesos u objetos diseñados para el modelo de negocio del libro impreso, como explica Emmanuel Benoit, CEO de *Jouve*, empresa dedicada al asesoramiento de empresas editoriales en su adaptación al medio digital. Además de proporcionar herramientas de creación de contenido asociado a los textos principales, *Jouve* aboga por ayudar a los editores a gestionar la transición a lo digital trabajando directamente con cada organización acomodando la tecnología *back-end* de acuerdo con las necesidades de cada empresa en torno a la gestión de su contenido (Johnson, 2011).

Ejemplos como el anterior serán una necesidad para todas las editoriales que quieran afrontar con garantías toda la serie de transformaciones en el modelo de negocio que se avecinan en el futuro más incierto, un futuro en el que lo único seguro es que será esencialmente digital.

Notas

1. La correlación es estadísticamente significativa y es posible rechazar la hipótesis nula (independencia de las variables), en el nivel 0,01 (bilateral) o inferior.

6. Referencias

Benedetto, Simone; Carbone, Andrea; Drai-Zerbib, Véronique; Pedrotti, Marco; Baccino, Thierry (2014). "Effects of luminance and illuminance on visual fatigue and arousal during digital reading". *Computers in human behavior*, v. 41, pp. 112-119.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.09.023>

Carr, Nicholas (2011). *The shallows: What the internet is doing to our brains*. New York; London: W.W. Norton & Company. ISBN: 978 0 393339758

Collins, Ellen; Milloy, Caren (2016). *Oapen-UK final report: A five-year study into open access monograph publishing in the humanities and social sciences*. London: Arts and Humanities Research Council: Oapen-UK.

<http://oapen-uk.jiscebooks.org/files/2016/01/OAPEN-UK-final-report.pdf>

Comisión Europea (2013). *Una mejor protección para los consumidores europeos a la hora de descargar juegos, música, vídeos y libros electrónicos*, 14 octubre.

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-937_es.htm

Cordón-García, José-Antonio (2017). "Más vale quintaesencias que farragos: adelgazamiento textual en el contexto de la economía de la atención y la edición digital". *Anuario ThinkEPI*, v. 11, pp. 159-166.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2017.29>

Cordón-García, José-Antonio; Gómez-Díaz, Raquel (2010). Edición universitaria en el contexto de la edición científica: autoría, reconocimiento y valoración". *El profesional de la información*, v. 19, n. 1, pp. 28-34.

<https://doi.org/10.3145/epi.2010.ene.04>

Cordón-García, José-Antonio; Gómez-Díaz, Raquel; Rodríguez-García, Araceli; Merchán-Sánchez-Jara, Javier; Mangas-Vega, Almudena; Dantas, Taísa; Muñoz-Rico, María; Fernández-Luque, Antonia M.; Ramos-Alonso, Alberto (2017). "Visibility of scientific monographs in the academic field: The institutional assessment of research". En: *Proceedings of the 5th Intl conf on technological ecosystems for enhancing multicultural diversity*. TEEM 2017. New York, USA: ACM Press, pp. 1-6.

<https://doi.org/10.1145/3144826.3145380>

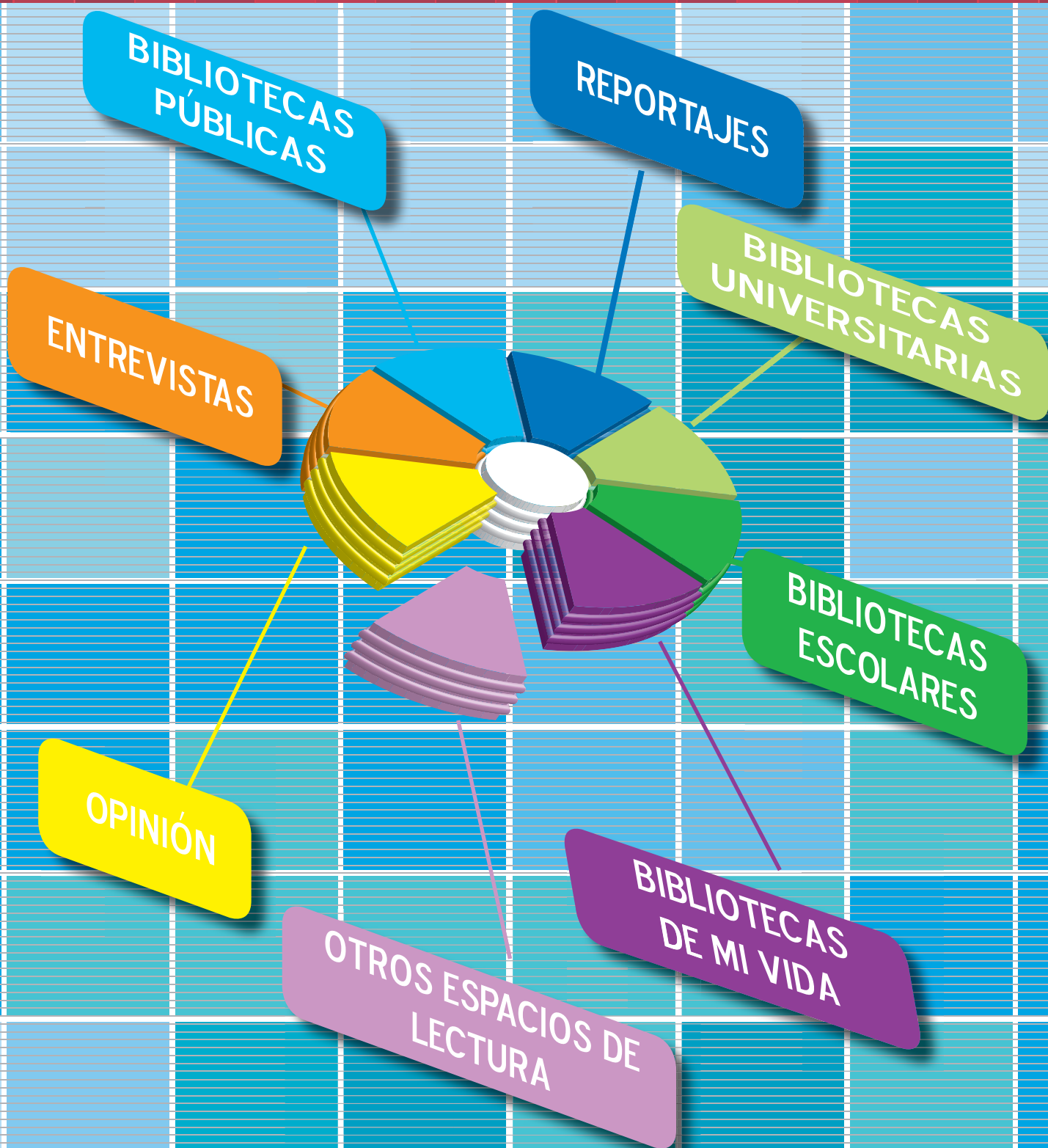
Cordón-García, José-Antonio; Jarvio-Fernández, A. Olivia (2015). "¿Se está transformando la lectura y la escritura en la era digital?". *Revista interamericana de bibliotecología*, v. 38, n. 2, pp. 137-145.

<https://doi.org/10.17533/udea.rib.v38n2a05>

Costa-Sánchez, Carmen; Rodríguez-Vázquez, Ana-Isabel; López-García, Xosé (2016). "Dispositivos móviles: el nuevo reto para la industria de la prensa y del libro en España". *Palabra clave*, v. 19, n. 2, pp. 526-555.

<https://doi.org/10.5294/pacla.2016.19.2.8>

- Dantas, Taísa R.** (2017). *O leitor social e o desenvolvimento da leitura a partir dos experimentos da Fundação Germán Sánchez Ruipérez*. Universidad de Salamanca.
- Denckla, Benjamin**, (2014). "If ebooks are software, it's time for version 2.0". *Publishing perspectives*, 9 Dec. <https://publishingperspectives.com/2014/12/ebooks-software-time-version-2-0>
- Dosdoce.com* (2016). *Consolidación de los modelos de negocio en la era digital*. Dosdoce.com. <http://www.dosdoce.com/2016/10/18/consolidacion-los-modelos-negocio-la-digital>
- Escandell-Montiel, Daniel** (2014). *Escrituras para el siglo XXI. Literatura y blogosfera*. Madrid/Fránkfort: Iberoamericana-Vervuert. ISBN: 978 84 84897514
- Gilbert, Julie; Fister, Barbara** (2015). "The perceived impact of e-books on student reading practices: A local study". *College and research libraries*, v. 76, n. 4, pp. 469-489. <https://doi.org/10.5860/crl.76.4.469>
- Giménez-Toledo, Elea; Mañana-Rodríguez, Jorge; Engels, Tim C. E.; Ingwersen, Peter; Pölonen, Janne; Sivertsen, Gunnar; Verleysen, Frederik T.; Zuccala, Alesia A.** (2016). "Taking scholarly books into account: current developments in five European countries". *Scientometrics*, v. 107, n. 2, pp. 685-699. <https://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/2429189> <https://doi.org/10.1007/s11192-016-1886-5>
- Giménez-Toledo, Elea; Mañana-Rodríguez, Jorge; Tejada-Artigas, Carlos-Miguel** (2015). "Review of national and international initiatives on books and book publishers assessment". *El profesional de la información*, v. 24, n. 6, pp. 705-716. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.nov.02>
- Gómez-Díaz, Raquel; García-Rodríguez, Araceli; Corcón-García, José-Antonio; Alonso-Arévalo, Julio** (2016). *Leyendo entre pantallas*. Trea. ISBN: 978 84 9704 945 0
- Grzeschik, Katrin; Kruppa, Yevgeniya; Marti, Diana; Donner, Paul** (2011). "Reading in 2110 – reading behavior and reading devices: A case study". *The electronic library*, v. 29, n. 3, pp. 288-302. <https://doi.org/10.1108/02640471111141052>
- Hibbard, Laura-Elizabeth** (2014). "Ebooks: An alternative to paper books for online students?". *International journal of learning, teaching and educational research*, v. 8, n. 1, pp. 46-56. <https://www.ijlter.org/index.php/ijlter/article/view/154>
- Johnson, Hannah** (2011). "Digitizing beyond ebooks". *Publishing perspectives*, 24 Febr. <https://publishingperspectives.com/2011/02/digitizing-beyond-ebooks-with-jouve>
- Lyons, Rebecca E.; Rayner, Samantha** (eds.) (2016). *The academic book of the future*. London: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 1 137 59577 5 <https://doi.org/10.1057/9781137595775>
- Mangas-Vega, Almudena** (2014a). "Approach to the evaluation of electronic scientific monographs". En: García-Peñalvo, F. J. (ed.). *TEEM'14 2nd Intl conf on technological ecosystems for enhancing multiculturalism*. Salamanca, Spain. October, 1-3. New York: ACM, 2014, pp. 537-540.
- Mangas-Vega, Almudena** (2014b). "Un PDF no es un libro electrónico". *Vegajournal.org*. August, 10.
- Mangen, Anne; Walgermo, Bente R.; Brønnick, Kolbjørn** (2013). "Reading linear texts on paper versus computer screen: Effects on reading comprehension". *International journal of educational research*, v. 58, pp. 61-68. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2012.12.002>
- Merchán-Sánchez-Jara, Javier; Pelosi-Pelosi, Sofia** (2016). "Organización de contenidos e innovaciones estructurales en los diarios en línea: el caso de *El mundo*". *Ibersid*, v. 10, n. 2, pp. 97-104. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5867087>
- Millán, José-Antonio** (2015). "Edición y difusión del libro". *El profesional de la información*, v. 24, n. 6, pp. 699-703. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.nov.01>
- Nederhof, Anton J.** (2006). "Bibliometric monitoring of research performance in the Social Sciences and the Humanities: A review". *Scientometrics*, v. 66, n. 1, pp. 81-100. <https://doi.org/10.1007/s11192-006-0007-2>
- Robinson, Peter** (2003). "Where we are with electronic scholarly editions, and where we want to be". *Jahrbuch fur Computerphilologie*, n. 5, pp. 123-143. <http://computerphilologie.uni-muenchen.de/jg03/robinson.html>
- Silva, Ana** (2014). *Do impresso ao electrónico: O design do livro técnico num contexto editorial híbrido*. Universidade do Porto.
- Stinne, Krista; Rasmussen, Greve** (2016). "Reading or using a digital edition? Reader roles in scholarly editions". En: Driscoll, Matthew-James; Pierazzo, Elena (eds.). *Digital scholarly editing: Theories and practices*. Cambridge, UK: Open Book Publishers, pp. 119-133. ISBN: 978 1 783742417. <http://www.openbookpublishers.com/product/483/digital-scholarly-editing--theories-and-practices>
- Torres-Salinas, Daniel; Robinson-García, Nicolás; Gorraiz, Juan** (2017). "Filling the citation gap: Measuring the multidimensional impact of the academic book at institutional level with PlumX". *Scientometrics*, v. 113, n. 3, pp. 1371-1384. <https://doi.org/10.1007/s11192-017-2539-z>



Suscríbete

Por teléfono
952 23 54 05
o a través de nuestra web:
www.mibiblioteca.org