



## Observatorio

De qué hablamos cuando hablamos de políticas de información

Lluís Anglada

Políticas de información y publicación científica

Isidro F. Aguillo

## Artículos

Políticas públicas de desarrollo de la industria de contenidos digitales

Alberto Urueña-López y Antonio Hidalgo-Nuchera

Crisis financiera y brecha Norte-Sur en los grandes grupos mediáticos de la UE

Fátima Fernández-Fernández y Francisco Campos-Freire

Responsabilidad social y sostenibilidad en las bibliotecas universitarias españolas

José-Luis Herrera-Morillas, Ana Castillo-Díaz y Margarita Pérez-Pulido

Empresas españolas de gestión documental: servicios, organización, empleo y perspectivas

Antonio Paños-Álvarez y Pedro-José Saura-Meroño

Situación del neuromarketing en España

Celia Andreu-Sánchez, Aroa Contreras-Gracia y Miguel-Ángel Martín-Pascual

Efectos de la crisis económica en las bibliotecas

Hilario Hernández-Sánchez y Natalia Arroyo-Vázquez

Planes y acciones de los profesionales de la comunicación de museos en Chile

Cristian Antoine y Javiera Carmona

## Análisis

Políticas de información, bibliotecas universitarias y desarrollo: reflexiones desde la cooperación universitaria

Cristóbal Urbano

El nuevo canon a las universidades: tras la apropiación del canon digital para las copias privadas, la del *open access*

Javier De-la-Cueva-González-Cotera

Políticas universitarias de difusión de la información a través de la propia web institucional

Mario Pérez-Montoro

Catalogación de documentos cartográficos en RDA

Eva Novotná



LAWS



1100.0011100011010110110100011100

OA



# Políticas de información

11:24 AM - OPEN ACCESS



El profesional de la

**información**

Revista bimestral fundada en 1992 por  
Tomàs Baiget y Francisca García-Sicilia

El profesional de la información es una revista de  
la editorial EPI SCP

Apartado 32.280 - 08080 Barcelona

Tel.: +34 - 609 352 954

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com>

## Redacción

El profesional de la información

Apartado 32.280

08080 Barcelona

Tel.: +34 - 934 250 029

[epi@elprofesionaldelainformacion.com](mailto:epi@elprofesionaldelainformacion.com)

## Publicidad

Tel.: +34 - 609 352 954

[publici@elprofesionaldelainformacion.com](mailto:publici@elprofesionaldelainformacion.com)

## Suscripciones

El profesional de la información

Apartado 32.280

08080 Barcelona, España

[suscripciones@elprofesionaldelainformacion.com](mailto:suscripciones@elprofesionaldelainformacion.com)

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/suscripciones.html>

## Servicios online

María T. Moreno

[mt.moreno@ono.com](mailto:mt.moreno@ono.com)

## Diseño

MASmedios, <http://www.masmedios.com>

Director artístico: Moisés Mañas

## Maquetación

Isabel Olea

[isabel.iolea@gmail.com](mailto:isabel.iolea@gmail.com)

## Producción e Impresión

Creación Estelar, S.L.

Pol. Ind. Mascaró

C/ Ponent, nave 6

08756 La Palma de Cervelló (Barcelona)

Tel.: +34 - 936 720 099

## Distribución online

MetaPress, Birmingham, Alabama, EUA

<http://elprofesionaldelainformacion.metapress.com>

Depósito legal: B. 12.303-1997

Los trabajos publicados en EPI son aprobados según el sistema tradicional "peer review" en doble ciego: son revisados al menos por dos expertos en el tema, del Consejo Asesor de la revista y/o externos.

Para conseguir que los trabajos no pierdan actualidad, la dirección y los evaluadores de esta revista ponen especial esfuerzo en revisar los artículos con gran rapidez, consiguiendo un tiempo medio de aceptación o rechazo de los trabajos de sólo unas pocas semanas.

## DIRECCIÓN EDITORIAL

Tomàs Baiget

EPI SCP

<http://www.baiget.com>

## SUBDIRECTOR

Javier Guallar

Univ. de Barcelona / Univ. Ramon Llull / Univ. Oberta de Catalunya

<http://sites.google.com/site/sitiodeljavierguallar/>

## COORDINADOR EDITORIAL

Carlos Tejada-Artigas

Universidad Complutense de Madrid

[tejada@ccdoc.ucm.es](mailto:tejada@ccdoc.ucm.es)

## REDACTORA JEFE

Isabel Olea

Universidad de León

[isabel.iolea@gmail.com](mailto:isabel.iolea@gmail.com)

## REDACCIÓN

Natalia Arroyo-Vázquez

Fundación Germán Sánchez Ruipérez

[narroyo@fundaciongsr.es](mailto:narroyo@fundaciongsr.es)

Ricardo Eito-Brun

Grupo GMV

[reito@gmv.es](mailto:reito@gmv.es)

Javier Leiva-Aguilera

Catorze.com

<http://www.javierleiva.info>

Toon Lowette

Grid Electronic Publishing

[toon@grid.be](mailto:toon@grid.be)

Roser Lozano

CRAI Universitat Rovira i Virgili

[roser.lozano@urv.cat](mailto:roser.lozano@urv.cat)

Jorge Serrano-Cobos

MASmedios

[jorgeserrano@gmail.com](mailto:jorgeserrano@gmail.com)

## REVISIÓN DE LENGUA INGLESA

Elaine M. Lilly

Writer's First Aid

[elaine@writersfirstaid.com](mailto:elaine@writersfirstaid.com)

## CONSEJO ASESOR

Ernest Abadal

Universitat de Barcelona, Barcelona.

Isidro F. Aguillo

Centro de CC Humanas y Sociales, CSIC, Madrid.

Adela d'Alòs-Moner

Consultora, Barcelona.

Carlos B. Amat

Inst. Agroquím. y Tecn. Alimentos, CSIC, Valencia.

Jesús Bustamante

Biblioteca, Cedefop, Salónica, Grecia.

Carlota Bustelo-Ruesta

Consultora, Madrid.

Atilio Bustos

Pontificia Univ. Católica de Valparaíso, Chile.

Lluís Codina

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

Emilio Delgado-López-Cózar

Universidad de Granada, Granada.

Javier Díaz-Noci

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

Assumpció Estivill

Universitat de Barcelona, Barcelona.

Antonia Ferrer-Sapena

Universidad Politécnica de Valencia, Valencia.

António Fidalgo

Universidade da Beira Interior, Portugal.

Francisco-Javier García-Marco

Universidad de Zaragoza, Zaragoza.

Johannes Keizer

Food and Agriculture Org. (FAO), Roma, Italia.

Jesús Lau

Universidad Veracruzana, Veracruz, México.

Marí-Carmen Marcos

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

Pere Masip

Blanquerna, Univ. Ramon Llull, Barcelona.

Charles McCathieNevile

Yandex, Moscow, Rusia.

José-Antonio Moreira-González

Universidad Carlos III de Madrid.

Juan-Antonio Pastor

Universidad de Murcia, Murcia.

Fernanda Peset

Universidad Politécnica de Valencia, Valencia.

Joan Roca

Minnesota State University, Mankato, USA.

Luis Rodríguez-Yunta

CCHS, CSIC, Madrid.

Ramón Salaverría

Universidad de Navarra, Pamplona.

Tomás Saorín

Universidad de Murcia, Murcia.

Robert Seal

Loyola Univ. Chicago, Evanston, Illinois, USA.

Ernesto Spinak

Consultor, Montevideo, Uruguay.

Emir-José Suaidén

IBICT, Brasilia, Brasil.

Daniel Torres-Salinas

Universidad de Navarra, Pamplona.

Jesús Tramullas

Universidad de Zaragoza, Zaragoza.

## BASES DE DATOS

### Academic search premier (Ebsco)

<http://www.ebscohost.com/academic/academic-search-premier>

### Dialnet (Universidad de La Rioja)

[http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?&clave\\_revista=469](http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?&clave_revista=469)

### Economía y negocios (Ebsco)

<http://www.ebscohost.com/academic/economia-y-negocios>

### Francis (Inist)

<http://www.inist.fr/?Francis-74>

### ISI Social science citation index, Social SCI, WoS (Thomson Reuters)

[http://wokinfo.com/products\\_tools/multidisciplinary/webofscience/ssci/](http://wokinfo.com/products_tools/multidisciplinary/webofscience/ssci/)

Impact Factor 2012 = 0,439

### Inspec, Information services in physics, electronics and computing (IET, The Institution of Engineering and Technology)

<http://www.theiet.org/publishing/inspec/>

### ISOC, Índice español de ciencias sociales y humanidades (Iedcyt)

<http://bddoc.csic.es:8080/ver/ISOC/revi/0721.html>

### ISTA, Information science and technology abstracts (Ebsco)

<http://www.ebscohost.com/public/information-science-technology-abstracts>

### Lisa, Library and information science abstracts (CSA)

<http://www.csa.com/factsheets/lisa-set-c.php>

### Lista, Library, information science & technology abstracts (Ebsco)

<http://www.libraryresearch.com>

### Pascal (Inist)

<http://www.inist.fr/?PASCAL-73&lang=en>

### Scopus (Elsevier)

Scimago Journal Rank 2012 = 0,279

<http://www.scopus.com>

## CATÁLOGOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS

### Catálogo de Latindex

<http://www.latindex.unam.mx/buscador/ficRev.html?folio=6772>

### In-Recs, Revistas españolas de ciencias sociales Grupo EC3, Evaluación de la Ciencia y de la Comunicación Científica, Universidad de Granada

<http://ececubo.ugr.es/ec3/Documentacion.html>

## ACCESO A LOS TEXTOS COMPLETOS

### MetaPress (2000-)

<http://elprofesionaldelainformacion.metapress.com/>

### ALPSP Learned journals collection (ALJC) (2011-)

<http://www.swets.com/aljc>

### Ebscohost Electronic Journals Service (2000-embargo 1 año)

<http://ejournals.ebsco.com/direct.asp?JournalID=105302>

### Library, information science & technology abstracts with full text (2000-embargo 1 año)

<http://www.ebscohost.com/thisTopic.php?marketID=1&topicID=584>

### Academic search complete (2000-embargo 1 año)

<http://www.ebscohost.com/thisTopic.php?marketID=1&topicID=633>

### Business source complete (2000-embargo 1 año)

<http://www.ebscohost.com/academic/business-source-complete>

### El profesional de la información (1992-embargo 2 años)

<http://elprofesionaldelainformacion.com/contenidos.html>

### SwetsWise (2000-)

<https://www.swetswise.com>

## EPI EN REDES SOCIALES

<http://www.facebook.com/elprofesionaldelainformacion>

[http://twitter.com/revista\\_EPI](http://twitter.com/revista_EPI)

<http://www.linkedin.com/company/el-profesional-de-la-informacion-epi->

<http://pinterest.com/source/elprofesionaldelainformacion.com>

## PLATAFORMA DE PRODUCCIÓN OJS

### Recyt, Repositorio español de ciencia y tecnología (Fecyt)

<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI>

## Tema central: Políticas de información

## OBSERVATORIO

105 **De qué hablamos cuando hablamos de políticas de información**  
Lluís Anglada

113 **Políticas de información y publicación científica**  
Isidro F. Aguillo

## ARTÍCULOS

119 **Políticas públicas de desarrollo de la industria de contenidos digitales: una perspectiva internacional**  
Alberto Urueña-López y Antonio Hidalgo-Nuchera

126 **Crisis financiera y brecha Norte-Sur en los grandes grupos mediáticos de la UE**  
Fátima Fernández-Fernández y Francisco Campos-Freire

134 **Responsabilidad social y sostenibilidad en las bibliotecas universitarias españolas**  
José-Luis Herrera-Morillas, Ana Castillo-Díaz y Margarita Pérez-Pulido

144 **Empresas españolas de gestión documental: servicios, organización, empleo y perspectivas**  
Antonio Paños-Álvarez y Pedro-José Saura-Meroño

151 **Situación del neuromarketing en España**  
Celia Andreu-Sánchez, Aroa Contreras-Gracia y Miguel-Ángel Martín-Pascual

158 **Efectos de la crisis económica en las bibliotecas españolas**  
Hilario Hernández-Sánchez y Natalia Arroyo-Vázquez

165 **Planes y acciones de los profesionales de la comunicación de museos en Chile. Problemas y visiones**  
Cristian Antoine y Javiera Carmona

## ANÁLISIS

173 **Políticas de información, bibliotecas universitarias y desarrollo: reflexiones desde la cooperación universitaria**  
Cristóbal Urbano

183 **El nuevo canon a las universidades: tras la apropiación del canon digital para las copias privadas, la del open access**  
Javier De-la-Cueva-González-Cotera

190 **Políticas universitarias de difusión de la información a través de la propia web institucional**  
Mario Pérez-Montoro

195 **Catalogación de documentos cartográficos en RDA**  
Eva Novotná

## 204 AGENDA

## 208 INFORMACIÓN PARA LOS AUTORES





# Creación de Archivos, Museos y Bibliotecas Virtuales

Desde la **digitalización** de materiales bibliográficos hasta la asignación de **metadatos** y su **implementación** en la red, conforme a la **normativa internacional**.

## Productos para crear Bibliotecas Digitales y Virtuales

### DIGIBIB 8.0

Solución avanzada para la creación de Bibliotecas Digitales y la Gestión Bibliotecaria Multilingüe.

### DIGIARCH 2.0

Sistema digital de descripción y gestión archivística. Descripción en ISAD(G) y EAD 2.0.

### DIGIMUS 2.0

Sistema digital de gestión museológica. Actividad subvencionada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.



### DIGIHUB. Recolector OAI-PMH

Sistema integrado de recolección de diversos esquemas de metadatos:

- DCMI sin cualificar
- MARC 21
- EAD
- SWAP
- mod\_OAI
- Linked Open Data

### ADAPTACIÓN A EUROPEANA

Implementación del esquema **ESE 3.4.1** (Europeana Semantic Elements) y **EDM 5.2.4** (Europeana Data Model) Adaptado a la Agenda Digital Europea 2020.

### DIGITALIZACIÓN AVANZADA

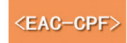
Con asignación dinámica de metadatos.

- **Recolección en la Web para Entidades e Instituciones de Memoria en OAI-PMH y Dublin Core cualificado con ESE 3.4.1**
- **Consultoría y mappings a EDM 5.2.4 (Europeana Data Model)**
- **Bibliotecas digitales que permiten la creación, recuperación y recolección de metadatos (MARCXML, DCMI y RDF y RDFs)**
- **Archivos Web que facilitan la creación, recuperación y recolección de metadatos (EAD 2.0 y EAC 2010)**
- **Implementación de la API de búsqueda en Europeana.**
- **Adaptación del repositorio OAI para la transmisión de instancias RDF según ORE**
- **Intercambio de metadatos en METS 1.9.1 (diferentes Profiles) integrando todos los esquemas de metadatos**
- **Creación de METSRights para el control de los derechos de autor**
- **Reconocimiento Óptico de Caracteres OCR y generación dinámica de ALTO (Analyzed Layout and Text Object)**
- **Generación e integración de registros SKOS mediante MARC 21(Up.17)/RDA**
- **Creación de eBooks o libros digitales en formatos: ePub y Mobipocket.**
- **Adaptación de DIGIBIB a Linked Open Data**

ORACLE PARTNERNETWORK



Validación en el Data Providers de la Open Archives Initiative. Genera un Sitemap para Google.



Nº ES042816-1

C/ Claudio Coello, 123. Madrid. Tel.: 914 32 08 88. E-mail: digibis@digibis.com

[www.digibis.com](http://www.digibis.com)





# DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE POLÍTICAS DE INFORMACIÓN



**Lluís Anglada**



**Lluís Anglada** es director del *Àrea de Biblioteques, Informació i Documentació* del *Consorti de Serveis Universitaris de Catalunya (CSUC)* después de ser el director del *Consorti de Biblioteques Universitàries de Catalunya (CBUC)* de 1997 a 2013. Anteriormente fue director de las bibliotecas de la *Universitat Politècnica de Catalunya* y profesor de la *Escola Universitària Jordi Rubió i Balaguer de Biblioteconomia i Documentació* de la *Universitat de Barcelona*. Es licenciado en filosofía y diplomado en biblioteconomía y documentación. Ha sido miembro del *Global Council de OCLC* y actualmente pertenece a la *Comisión Ejecutiva de Liber*. Es autor y promotor de los blogs *Bdig* y *Blok de Bid*. Imparte regularmente talleres y conferencias y publica artículos sobre bibliotecas y consorcios bibliotecarios.

<http://orcid.org/0000-0002-6384-4927>

*Consorti de Serveis Universitaris de Catalunya*  
Gran Capità, 2-4, edif. Nexus, 4ª pl., 08034 Barcelona, España  
[langlada@gmail.com](mailto:langlada@gmail.com)

## Resumen

Una política de información es una acción concertada de varios agentes con la información como objeto y con determinadas finalidades como metas. La crisis que vivimos no sólo es económica sino también tecnológica y de cambio de modelo organizativo, y está mostrando ya algunos efectos de la desregulación y la no planificación. Sólo podremos establecer políticas solidas de información si encontramos un conjunto de acciones alrededor de las cuales se puedan alinear sin fricciones un amplio espectro de agentes. 1. En el mundo de lo impreso deberán conseguir que se pudiera conocer de forma fácil todo lo que hay, que fuera accesible y que lo que se usa poco y tenderá a usarse menos se conserve. 2. Las instituciones patrocinadoras de la investigación pueden y deben ponerse de acuerdo en facilitar el acceso abierto a la información y a los datos. 3. Finalmente, la biblioteca organización ha de poder prestar libros digitales, ofrecer información digital para el uso de todos y garantizar que el acervo de lo nacido digital pasará a las generaciones futuras. A esto se le deben añadir planes para conseguir la formación para la información en las escuelas. En estos momentos de cambio, rodeados de incertidumbres y con algunas debilidades notables, parte de nuestros deberes profesionales deben dedicarse al tejido de acuerdos que permitan actuar coordinadamente en direcciones determinadas.

## Palabras clave

Políticas de información, Política científica, Planificación, Coordinación, Cooperación, Transformación social, Crisis económica, Planes de futuro, Bibliotecas, Acceso abierto, Preservación, Acceso universal.

**Title: What do we mean when we talk about information policies**

## Abstract

An information policy is a concerted action of various agents with information as the object, having as a purpose certain goals. The crisis we face is not only economic but also technological and due to changes in the organizational model, and we are already seeing some effects of deregulation and no planning. We can only establish solid information policies if we find a set of actions around which a wide spectrum of agents can be aligned without friction. 1. In the print world, policies should allow us to determine what exists and make that easily accessible, and know what is little used and will tend to be used less and ensure that it is preserved. 2. Research funding institutions can and must agree to facilitate open access to information and data. 3. Finally, the library-organization must be able to provide digital books, offer digital information that anybody can use, and ensure that born-digital materials are passed on to future generations. To this we must add the need to plan for information literacy training in schools. In these times of change, surrounded by uncertainty and some notable weaknesses, part of our professional duties should be devoted to elaborate agreements enabling us to take coordinated action in certain directions.

## Keywords

Information policy, Science policy, Planning, Coordination, Cooperation, Social transformation, Economic crisis, Future plans, Libraries, Open access, Preservation, Universal access.

## 1. Introducción

(Uno que ya tiene su edad recuerda que) en 1983 unas históricas *Primeres jornades de teledocumentació a Catalunya* concluyeron que era necesario "elaborar un programa general de información para Catalunya que analice las necesidades de los usuarios tanto del sector público como del sector privado, defina las coberturas adecuadas para satisfacerlas, identifique los medios personales, tecnológicos y organizativos necesarios y periodifique debidamente la consecución de los objetivos que se establezcan"<sup>1</sup>.

Podemos encontrar otras definiciones de lo que son políticas de la información pero ésta nos vale, ya que además se formuló en un momento en el que el tema tenía plena vigencia a nivel internacional. No en vano la *Unesco* había iniciado un programa general de información (PGI) que bajo el nombre de *Unisist* pretendía "coordinar las tendencias existentes hacia la cooperación y actuar como catalizador para los desarrollos necesarios en información científica" y tenía como finalidad "el establecimiento de una red flexible de servicios y sistemas de información basado en la cooperación voluntaria"<sup>2</sup>.

En un mundo con preponderancia de lo digital se entenderá cada vez menos que las bibliotecas no puedan informar de forma exhaustiva sobre los bienes públicos impresos y proporcionar acceso a los mismos

Porque, al final, una política de información no es más que la acción concertada de diferentes agentes con la información como objeto y con determinadas finalidades como metas. La euforia tecnológica y de recursos de la década anterior y la posterior del cambio de siglo crearon la sensación de que con la información todo era posible y minimizaron la necesidad de coordinarse para conseguir determinados fines. Los enormes cambios que ha supuesto la información digital y en red para los sistemas de información han comportado mejoras evidentes, pero también un cierto desconcierto sobre las direcciones que tomar y –sobre todo– un cierto optimismo sobre la no necesidad de tomar direcciones de forma conjunta ya que, al final, la tecnología por sí sola conseguiría lo que no podía conseguir la acción coordinada de las personas.

La crisis que vivimos no es sólo económica sino también tecnológica y de cambio de modelo organizativo, y está mostrando ya algunos efectos de la desregulación y la no planificación. El acceso a la información por parte de la totalidad de los ciudadanos, la existencia de información sin interés comercial y la preservación para el futuro de la información

digital no se conseguirán de forma espontánea y sin esfuerzo. En los últimos años, el movimiento del acceso abierto ha mostrado también que la gran fuerza de una acción concertada en una dirección dada tiene el poder de modificar maneras de hacer centenarias. Pero las tendencias (lógicas) por parte de las empresas editoriales de continuar reteniendo derechos sobre la información y los datos han mostrado también que las solas fuerzas del mercado unidas a la ausencia de políticas de la información tienen efectos restrictivos sobre este bien público que es la información.

Si esto fuera así (y yo así lo creo) tener o no políticas de información dependería menos de los recursos existentes (normativos o de infraestructura) que de la capacidad de las instituciones que manejan información de llegar a acuerdos sobre cuáles deben ser estas acciones concertadas y sobre el papel de cada uno en emprenderlas. Las políticas de información exigen también tener estrategias definidas, ¿deben ser globales o sectoriales? ¿generadas por el Estado o por las bibliotecas? ¿dirigidas o participativas? ¿de instituciones de un mismo tipo o de un amplio espectro? De buen seguro que existen distintas respuestas igualmente válidas a estas preguntas, y que elegir la mejor estrategia depende de variables de tiempo y lugar, pero a mi parecer sólo podemos establecer políticas sólidas de información si encontramos un conjunto de acciones alrededor de las cuales se pueda alinear sin fricciones un amplio espectro de agentes.

Hay tres universos que deberían permitir coincidencias amplias: el mundo de lo impreso, el de la investigación y el de la cultura. Las posibilidades de establecer políticas de información en estos ámbitos se basan en consensos generalizados sobre lo que se debería o sería bueno hacer en cada uno de ellos.

## 2. Políticas de información para el reino de lo impreso

En el ecosistema de la información, la especie de los documentos impresos está en un proceso de retroceso y mutación. Su importancia será progresivamente menguante en las próximas décadas dentro de las cuales los expertos no prevén su desaparición. Las bibliotecas como instituciones coleccionadoras y gestoras de lo impreso deberán conseguir que se pueda conocer de forma fácil todo lo que hay, que fuera accesible y que lo que se usa poco y tenderá a usarse menos se conserve.

Los dos objetivos primeros fueron ya objeto de políticas de información de la *IFLA* con el programa de control bibliográfico universal (*CBU*) y el de disponibilidad universal de las publicaciones (*UAP*). Ninguno de los dos es nuevo en el entorno de la biblioteconomía y la documentación, pero los dos deberán ser realizables en un corto espacio de tiempo. Tener localizados todos los documentos impresos de todas las bibliotecas parece un objetivo razonable y conseguible.

*Worldcat* de *OCLC* se aproxima a ello desde una perspectiva tan global que quizá sea excesiva a efectos prácticos, pero la verdad es que tener al menos dos catálogos colectivos para las bibliotecas españolas (uno para bibliotecas universitarias, especializadas y nacionales, y otro para públicas y escolares) sería útil y nada difícil.

En un mundo con preponderancia de lo digital se entenderá cada vez menos que las bibliotecas no puedan informar de forma exhaustiva sobre los bienes públicos impresos y proporcionar acceso a los mismos. Lo que hoy llamamos préstamo interbibliotecario debería ser un conjunto concatenado de acuerdos entre redes y sistemas bibliotecarios que proporcionara de forma transparente y rápida cualquier documento que un usuario necesite. Y esto continuará siendo necesario, porque aunque tendremos acceso a mucha información en formato digital, una buena parte de la misma no lo estará por carecer de suficiente interés comercial para digitalizarla o por existir obstáculos legales para hacerlo.

La ciencia y la innovación producen beneficios económicos y mejoran el bienestar social

En estos momentos las bibliotecas españolas custodian 175 millones de volúmenes impresos<sup>3</sup>, su prescindibilidad irá en aumento, pero no la necesidad de mantener suficientes copias de cada título. Los interesantes estudios de *OCLC* sobre solapamiento de colecciones impresas y digitales<sup>4</sup> muestran que el acceso a la totalidad de la información impresa generada por la humanidad va a necesitar depósitos donde almacenar de forma barata y coordinada los múltiples libros y revistas que tendrán un uso demasiado bajo como para estar en los estantes de las bibliotecas y que no hayan encontrado motivo de pasar a la Red.

El dominio en extinción de lo impreso requiere medidas de preservación que la tecnología hace posibles. Una red federada de catálogos colectivos y de almacenes de impresos debería permitir que, a través de acuerdos de préstamo entre los sistemas bibliotecarios, las colecciones bibliotecarias impresas fueran, a efectos prácticos, un todo.

### 3. Políticas de información para la ciencia

De forma similar el entorno de la información científica genera hoy consensos alrededor de los cuales se pueden articular políticas de la información. La idea central ha sido expresada de forma clara y directa por el *Finch report*<sup>5</sup>: la ciencia y la innovación producen beneficios económicos y de mejora del bienestar social y se espera que una ciencia abierta genere más y mejor ciencia. Así las instituciones patrocinadoras de la investigación (las bibliotecas entre ellas) pueden fácilmente ponerse de acuerdo en facilitar el acceso abierto a la información y a los datos.

Pero, si para el caso de lo impreso se daba coincidencia amplia sobre los objetivos finales y sobre la manera de conseguirlos, para el caso de la información científica el acuerdo es mucho más fuerte en las metas que en los caminos para conseguirlas. Y esta diferencia no es banal.

El *Open Access* (OA) tiene poco más de diez años. La idea, que surgió alrededor de una carta abierta firmada por algunos científicos, ha pasado de ser un ideal romántico a un horizonte tangible. Las cifras sobre el porcentaje de artículos científicos en abierto varían, aunque en 2009 *Björk et al.*<sup>6</sup> las estimaron ya en un 20%. A pesar de ello, en estos momentos nadie duda (tampoco los editores comerciales) de que el acceso abierto a las revistas o a los artículos va a ser la forma dominante de la comunicación científica a corto plazo (digamos el año 2020). La meta está pues clara, pero los caminos divergen en los colores (vías verde y dorada, con variantes) y contenedores (repositorios o revistas). Pero la visión de resultado final permite construir políticas de información favorecedoras del OA siempre que éstas se mantengan abiertas a las diferentes maneras de conseguir el acceso abierto para el lector y combinen mandatos con incentivos y facilidades.

Con el acceso abierto a los datos pasa algo parecido. La meta de ofrecerlos en abierto es compartida extensamente, pero aquí la divergencia no está en los caminos para conseguirlo sino en la incertidumbre de una ruta aún no trazada. Una publicación reciente sobre el tema tiene un título significativo: "Starting the conversation: university-wide research data management policy"<sup>7</sup>. Como en otras ocasiones en la historia reciente (la tele-documentación, el OA o las compras consorciadas) las bibliotecas no tienen por qué ser los agentes de la gestión y almacenamiento de los datos producidos por la investigación científica, pero son los agentes mejor situados para ejercer de catalizadores. Y esta posición de liderazgo en un entorno incierto podría permitir también alianzas amplias sobre las que construir políticas de la información (en este caso, datos).

Las bibliotecas no tienen por qué ser los agentes de la gestión y almacenamiento de los datos producidos por la investigación científica, pero son los agentes mejor situados para ejercer de catalizadores

Creo también que hay consenso en considerar que la compra conjunta de recursos digitales (consorcios) o la compartición de infraestructuras (repositorios y portales) son caminos que refuerzan la capacidad de acción de las bibliotecas. Como en el OA y para con los datos, no existe consenso sobre el camino a seguir. Hay consorcios especializados en una función y multi-tipo, ámbitos de compras estatales y regionales, tutelados por el estado o cooperativas de base... Y también diversas opciones en lo relativo a infraestructuras (repositorios institucionales o temáticos, por ejemplo). Pero, en cualquier caso, la cooperación y la formación de alianzas parecen un eje de futuro que debería formar parte de una política de información en el área de la investigación.

El nuevo paradigma en construcción para la comunicación científica es un campo abierto a nuevas soluciones, un terreno para la experimentación. Pero la exploración de terrenos desconocidos es mejor hacerla acompañados. Las direcciones están trazadas pero los caminos son poco transitables.



## III PLAN ESTRATEGICO DE REBIUN 2020



CRUE REBIUN Red de Bibliotecas Universitarias

[http://www.mcu.es/bibliotecas/docs/MC/ConsejoCb/CTC/Bib\\_Univ/Planestrategico2020.pdf](http://www.mcu.es/bibliotecas/docs/MC/ConsejoCb/CTC/Bib_Univ/Planestrategico2020.pdf)

Aquí es perfectamente posible establecer unas políticas de información amplias siempre que sus agentes sean flexibles y no definan programas de actuación demasiado escorados hacia alguna de las opciones en juego.

“ En la edición comercial no se ha encontrado aún el equilibrio que satisfaga a bibliotecas y editores ”

### 4. Políticas de información para la lectura y la cultura

El dominio emergente de lo digital reconfigurará las relaciones del ciudadano con la cultura y para éste debe suponer más información y más capacidad de usarla. Los espacios de uso libre de la información dentro de lo que han sido las bibliotecas hasta ahora deben extenderse al espacio virtual donde el ciudadano ha de poder encontrar la información que rellena su ocio, le forma y configura su memoria. La biblioteca no edificio y sí organización ha de poder prestar libros digitales, ofrecer información digital para el uso de todos y garantizar que el acervo de lo nacido digital pase a las generaciones futuras.

Para los universos anteriores hemos afirmado que se daba coincidencia amplia sobre los objetivos finales. Sin embargo, en éste, tales objetivos pueden incluso estar en entredicho ya que la información digital erosiona los modelos de

mercado vigentes.

No se puede banalizar el impacto del préstamo de libros en formato digital sobre la sostenibilidad económica de las empresas editoriales y las cadenas de distribución de la cultura. Las editoriales han contribuido a la difusión de la cultura a la vez que han sido empresas con finalidad de lucro e incluso a veces muy rentables. El fomento de la lectura y las funciones educativas y sociales realizadas a través del préstamo gratuito de libros por parte de las bibliotecas debe poder continuar haciéndose en beneficio del ciudadano y de la sociedad y debe hacerse manteniendo algún tipo de negocio para el editor. **Carne Fenoll** definía el problema de esta manera: “los editores no acaban de dar luz verde al préstamo de libros electrónicos en las bibliotecas públicas porque creen que éste desequilibraría el sector y repercutiría disminuyendo sus ventas”<sup>8</sup>. Lo cierto es que -a diferencia del caso de las revistas científicas con el pago por publicar- en la edición comercial no se ha encontrado aún el equi-

librio que satisfaga a las dos partes. La solución no es ni será fácil ni tampoco será local. Debería crearse una alianza de autores, editores, libreros y bibliotecarios que intentara definir un acuerdo nacional para el préstamo digital. Un acuerdo que sería provisional y que probablemente sólo pueda configurarse de momento de forma piloto. Al mismo tiempo esta alianza debería tener la vista puesta en las operaciones parecidas emprendidas por países próximos<sup>9</sup>.

El segundo elemento de una política de información para la ciudadanía sería el fomento de la digitalización de documentos no nacidos digitales y sobre todo su puesta a disposición en formatos interoperables y regímenes de uso amplios. Lo primero parece formar parte de lo asumido por todos y podríamos citar aquí diferentes iniciativas ejemplares de digitalización de documentos. Creo que los consensos y planes de acción institucionales deben centrarse en la interoperabilidad de los documentos digitalizados (muchos de ellos con recursos públicos). El enorme universo de la cultura humana se ha desplegado en nichos que tienen más que ver con la forma que han tomado los documentos que con sus contenidos. El mundo de lo digital nos permitirá recomponer los nichos en un todo, al menos en el dominio del acceso. Para que una persona pueda acceder a los contenidos que le interesan de forma independiente de la forma que éstos tomen (o de las instituciones que los almacenen), los metadatos deben ser interutilizables por aplicaciones indistintamente de la institución en la que se hayan producido. Probablemente la web semántica y los datos abiertos y enlazados (*linked open data*) sean la solución, pero antes

de un uso extenso de los mismos, los diferentes colectivos profesionales que tratan con documentos culturales deberán hacer esfuerzos de aproximación en la forma como los tratan.

Finalmente la preservación de lo nacido digital deberá afrontarse también en alianza entre diferentes sectores. No serán las instituciones culturales las que posean la infraestructura y la tecnología que se requerirá para preservar la cada vez mayor cantidad de información nacida digital que deberíamos garantizar que se conservara para el futuro. Ni serán tampoco los tecnólogos quienes tendrán los conocimientos y la sensibilidad que se necesitarán para manejar documentos digitales de diferente procedencia y contexto. Ni hay consenso sobre lo que debemos preservar ni instrumentos preparados para hacerlo. Y en este caso la solución tampoco podrá proceder de una sola instancia.

En este campo de información para la ciudadanía los agentes se multiplican: autores, editores y libreros; archivos, bibliotecas y museos; documentalistas e informáticos... En todos los casos se trata de establecer alianzas con sectores que han sido vecinos en el reino de lo impreso, pero vecinos incomunicados. Las políticas de la información que se deben establecer aquí quizá sean las más difíciles de tejer debido a la heterogeneidad de culturas corporativas e intereses de sus agentes.

## 5. El caso de las bibliotecas escolares

Hemos dibujado tres ámbitos relativamente autónomos de construcción de acciones concertadas o de políticas de la información: uno alrededor del libro impreso, otro alrededor de la investigación y un tercero alrededor de la cultura. Pero hay uno que debería conciliar los acuerdos de los tres y sumar aún a nuevos agentes: las bibliotecas escolares.

Algunas mentes lúcidas y algunos gobiernos creen que la sostenibilidad y desarrollo de nuestra sociedad pasan por las innovaciones que pueda aportar la ciencia y que ésta dará más y mejores resultados si se realiza en abierto. Esto supone un impulso importante de políticas de información, pero deberíamos saber aprovechar este empujón para extender las acciones. La innovación puede mejorar si la información-objeto se hace más accesible, pero lo hará también, si y solo si, los científicos, profesionales y ciudadanos pueden integrar la información de forma creativa y crítica.

Esto solo se conseguirá con una formación para la información, formación que debe iniciarse en la escuela y que debe apoyarse en planes y profesionales especializados. ¿Alguien

The screenshot shows the website for the Consejo de Cooperación Bibliotecaria. It features a header with the Spanish coat of arms, the logos of the Spanish Government and the Ministry of Education, Culture and Sports, and the CCB logo. A navigation menu on the left lists: Presentación (selected), Pleno, Comisión Permanente, Comisiones Técnicas de Cooperación, Grupos de trabajo, Proyectos 2013, and Foros internos. The main content area is titled 'Presentación del Consejo de Cooperación Bibliotecaria' and includes sections for 'Constitución', 'Normativa', and 'Objetivos'. The 'Normativa' section mentions 'El Real Decreto 1573/2007, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento del Consejo de Cooperación Bibliotecario (BOE de 1 de enero de 2008)'. The 'Objetivos' section lists several functions such as promoting integration of public library systems, elaborating specific plans, and promoting professional development.

<http://www.mcu.es/bibliotecas/MC/ConsejoCB/Presentacion.html>

puede imaginarse una educación física sin instalaciones deportivas y sin profesorado preparado? Menos deberíamos podernos imaginar una educación para la información sin bibliotecas escolares y sin profesionales preparados para atenderlas.

Seguramente *Rebiun* sea el mejor ejemplo en España de la capacidad de las bibliotecas asociadas para conducir nuestro futuro

## 6. Quién y cómo

¿Quién debería establecer una política de información, es decir aquello que hemos definido como una acción concertada de diferentes agentes con la información como objeto y con determinadas finalidades como metas? Creo que desde la 'vieja Europa' tenemos cierta tendencia a considerar que debería hacerlo el Estado, pero la administración<sup>10</sup> se ha mostrado conservadora y remisa a tomar un papel de liderazgo en esta época de cambios profundos. En el caso español esto se agudiza por la falta de tradición planificadora, interés por la cultura y fragmentación de competencias.

**Francis Fukuyama** afirma que "una única característica cultural aglutinante condiciona el bienestar de una nación, así como su capacidad para competir: el nivel de confianza inherente a la sociedad"<sup>11</sup> y que ésta se mide por el dinamismo de su sociedad civil y la cuantía del capital social que acumulan. La capacidad de establecer alianzas y asociaciones de intereses configura el desarrollo de una sociedad y, siguiendo esta argumentación, deberíamos dejar en manos de los agentes la concertación de acciones que configuran una política de información.

Si las metas que hemos presentado como potencialmente comunes realmente lo son, el camino para conseguir las de-

bería ser la adición de agentes a su alrededor, es decir, a través de las asociaciones profesionales y del establecimiento de alianzas entre diferentes agentes. De hecho, sólo el mismo ejercicio de la asociación puede mostrarnos cuáles son las acciones concretas que concilian consenso y que se revelan como determinantes para configurar determinado futuro.

No hay certeza sobre el devenir, pero sí hay valores a defender y objetivos a perseguir. Hay consensos posibles en la diversidad de tipos de instituciones e intereses comunes por encima de los propios de un sector o una organización. Quizá siempre, pero más en este momento en que la tecnología y el mercado están reconfigurando una sociedad diferente, los puntos de vista sectoriales sólo prevalecerán si son expuestos y defendidos por el sector que los representa. El acceso generalizado a la información por parte de una ciudadanía capaz de utilizarla para su crecimiento personal y colectivo no será un bien que se consiga sin explorar organizadamente las alternativas existentes y sin apostar dentro de la incertidumbre por las que se considere más adecuadas.

En el campo de la información para la ciudadanía las políticas de la información quizá sean las más difíciles de tejer debido a la heterogeneidad de culturas corporativas e intereses

Esto defendiendo –tal como se hace evidente– el reforzamiento del asociacionismo profesional y el papel de las asociaciones profesionales e institucionales en el establecimiento de políticas de información. En un mundo globalizado no se encontrarán caminos para la preservación de lo nacido digital o del préstamo de libros electrónicos en las bibliotecas, por ejemplo, desde lo local. Esto, de forma evidente, no excluye la experimentación a nivel institucional o territorial, pero el campo de juego es mucho más grande, es multitemático, es intersectorial y es de alcance estatal y mundial.

Seguramente *Rebiun*, la asociación de bibliotecas universitarias, sea el mejor ejemplo en España de la capacidad de las bibliotecas asociadas para conducir nuestro futuro. Sus planes estratégicos, con mayores o menores aciertos en cada momento, pero continuados en el tiempo han conseguido no sólo cambios notables sino además visibilizarse como agentes de cambio<sup>12</sup>. La acción concertada de varios ha fortalecido al grupo, sí, pero sobre todo ha fortalecido a las partes.

Otro ejemplo destacable –este a nivel europeo– es el esfuerzo que actualmente está haciendo *Liber* para reposicionar las bibliotecas nacionales, universitarias y de investigación en este entorno cambiante. Las líneas de trabajo han derivado de un trabajo previo definiendo una visión estratégica del que han derivado tres líneas de acciones que *Liber* propone a sus miembros: redefinir la biblioteca física, posicionar la biblioteca como un socio activo en la investigación científica y actuar de forma conjunta frente la Unión Europea.

De una forma parecida, es decir elaborando una visión estratégica de la que se deriva un plan de acción, está actuando el *Consejo de Cooperación Bibliotecaria*. Éste aprobó su primer plan estratégico para el período 2013-15, compuesto de tres líneas: promoción y fomento de las bibliotecas, sostenibilidad de los servicios bibliotecarios en el nuevo entorno informacional y social, y evolución del funcionamiento del *Consejo*<sup>13</sup>. El Plan del CCB generó un grupo de trabajo que ha hecho una labor de prospectiva que destaca las diez áreas que más van a cambiar en nuestras bibliotecas en los próximos años y del que se derivan propuestas de trabajo conjuntas<sup>14</sup>. De forma muy sintética, el estudio de tendencias nos indica tres direcciones:

- la biblioteca debe ser creadora y educadora de comunidades;
- los edificios serán espacios sociales, y
- sus servicios se adaptarán a la realidad digital.

Y dos caminos:

- flexibilizar las estructuras y procesos de las bibliotecas; e
- incrementar la cooperación dentro y fuera de la institución<sup>15</sup>.

En estos momentos de cambio, rodeados de incertidumbres y con algunas debilidades notables, parte de nuestros deberes profesionales deben dedicarse al tejido de acuerdos que permitan actuar coordinadamente en direcciones determinadas. El asociacionismo y la cooperación no son terrenos de intercambio placentero de conocimientos para cuando se termina la jornada laboral, son terrenos de definición de políticas de información, políticas sin las cuales nuestra instituciones no podrán cumplir sus finalidades.

## Notas

1. “Conclusions de les Primeres jornades de teledocumentació a Catalunya”. *Butlletí de l'Associació de Bibliotecaris de Catalunya*, 1983, n. 4, pp. 52-54.

<http://www.raco.cat/index.php/ButlletíBibliotecaris/article/view/52887/60834>

2. **Rose, John B.** (1989). “The Unesco general information programme and its role in the development of regional cooperative networks”. *Proceedings of the IATUL conferences*. Paper 6.

<http://docs.lib.purdue.edu/iatul/1989/papers/6>

3. Fesabid (2013). *El valor económico y social de los servicios de información: bibliotecas: Informe de resultados*, p. 35.

<http://www.fesabid.org/system/files/repositorio/fesabid-valor-economico-social-servicios-informacion-bibliotecas.pdf>

4. Ver la recopilación de estudios en: **Dempsey, Lorcan; Lavoie, Brian; Malpas, Constance.** *Understanding the collective collection: Towards a system-wide perspective on library print collections*. Dublin, OH: OCLC Research, 2013.

<http://oclc.org/research/publications/library/2013/2013-09r.html>

5. **Finch, Janet** (2012). “Gobiernos, empresas, organizaciones benéficas y otros invierten grandes sumas de dinero en la investigación con el fin de alcanzar estos beneficios: aumentar el conocimiento y la comprensión, y también para hacer contribuciones tangibles al bienestar social y al crecimiento económico. Para la investigación y sus productos no son sólo bienes económicos: contribuyen inconmensura-



blemente a la vida intelectual y cultural de la nación. Por lo tanto, los gobiernos de todo el mundo ven la vitalidad de la base de investigación como algo fundamental para la salud de la economía y la sociedad modernas". Janet Finch (Chair) / Accessibility, sustainability, excellence: how to expand access to research publications: Report of the Working Group on Expanding Access to Published Research. Findings, 2012. <http://apo.org.au/sites/default/files/Finch-Group-report-FINAL-VERSION.pdf>

6. Björk, Bo-Christer; Welling, Patrick; Laakso, Mikael et al. (2010). "Open access to the scientific journal literature: situation 2009". En Scalas, Enrico. *PLoS one*, v. 5, n. 6, e11273. <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0011273>

7. Erway, Ricky (2013). *Starting the conversation: university-wide research data management policy*. Dublin, Ohio: OCLC Research. <http://www.oclc.org/content/dam/research/publications/library/2013/2013-08.pdf>

8. Fenoll, Carme (2013). "Políticas de préstamo digital en las bibliotecas públicas: el caso de Inglaterra". *Blok de BiD*, 15/05/2013. <http://www.ub.edu/blokdebid/es/content/pol%C3%ADticas-de-pr%C3%A9stamo-digital-en-las-bibliotecas-p%C3%ABlicas-el-caso-de-inglaterra>

9. Recomiendo la lectura de los excelentes informes para el *Blok de BiD* hechos por Carme Fenoll y por Cristóbal Urbano sobre el préstamo de libros electrónicos en Estados Unidos, Francia e Inglaterra.

10. Quizá deberíamos hacer una excepción con las directri-

ces que emanan de la *Comisión Europea* que en el ámbito de la investigación científica están mostrando ser rupturistas, decididas y forzadoras de consenso.

11. Fukuyama, Francis (1995). *The social virtues and the creation of prosperity*. Londres: Hamosh Hamilton. Versión española: *Trust: la confianza*. Barcelona: Ediciones B, 1998.

12. Sus inicios están explicados en: Cabo, Mercè; Celestino, Sonsoles; Guerra, Carmen; Taladriz-Mas, Margarita (2003). "Un puente hacia el futuro: el Plan estratégico de Rebiun". *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, juny, n. 10. <http://bid.ub.edu/10cabo2.htm>

13. <http://www.mcu.es/bibliotecas/docs/MC/ConsejoCb/pleno/PlanEstrategicoCCBweb.pdf>

14. Gallo-León, José-Pablo (coord.) (2014). *Prospectiva 2020: Las diez áreas que más van a cambiar en nuestras bibliotecas en los próximos años*. Consejo de Cooperación Bibliotecaria, Ministerio de Cultura. [http://www.mcu.es/bibliotecas/docs/MC/ConsejoCb/GruposTrabajo/GE\\_prospectiva/Estudioprospectiva2020.pdf](http://www.mcu.es/bibliotecas/docs/MC/ConsejoCb/GruposTrabajo/GE_prospectiva/Estudioprospectiva2020.pdf)

Ver un resumen en:

Marquina, Julián (2014). "Transformación física y social de la biblioteca en los próximos años". *JulianMarquina.es*, 6 marzo. <http://www.julianmarquina.es/transformacion-fisica-y-social-de-la-biblioteca-en-los-proximos-anos>

15. Esta visión sintética se la debo a Alfonso Stinus, de *Momentum*.

## Directorio EXIT (EXpertos en Tratamiento de la Información) <http://directorioexit.info>

Una ventana a las oportunidades profesionales

**exit** 2875 expertos  
Directorio de expertos en el tratamiento de la información

**Julián Marquina Arenas**

**Exit ID:** 1064  
**IraLIS:** Marquina-Arenas, Julián ¿Qué es?  
**Institución:** Baratz, Servicios de Teledocumentación SA  
**Dirección:** Raimundo Fernández Villaverde, 28  
**Código postal:** 28003  
**Ciudad:** Madrid  
**Provincia:** Madrid  
**País:** España  
**Teléfono:** +34-914 560 360  
**Móvil:** +34-629 960 337  
**Correo-e:** [rechib@gmail.com](mailto:rechib@gmail.com)  
**Correo-e personal:** [julian.marquina@yahoo.es](mailto:julian.marquina@yahoo.es)  
**Web institucional:** <http://www.baratz.es> ✓ Dirección válida  
**Web personal:** <http://www.julianmarquina.es/> ✓ Dirección válida  
**Descriptor personal:** Blogs and wikis, digital libraries, e-resources, open source  
**Especialidades:** Comunicación; Documentación en general; Gestión de contenidos; Recuperación de información y búsquedas; Web 2.0 y redes sociales

© Tomás Baiget & Josep-Manuel Rodríguez-Gairín, 2005-2013  
Diseño de interacción: Jorge Franganillo

**Sobre Exit**  
Misión  
Comité evaluador  
Confidencialidad

**Participa**  
Inscripción  
Cooperaciones  
Enlaza a Exit

Español · English

La nueva versión localiza la dirección postal en *Google maps* y permite buscar perfiles de expertos similares a uno dado.

## Colección de libros de bolsillo

### El profesional de la información (Editorial UOC)



Más información:

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/libros.html>



**Isidro F. Aguillo**



**Isidro F. Aguillo** es licenciado en zoología por la *Universidad Complutense de Madrid*, master en información y documentación por la *Universidad Carlos III de Madrid*, y doctor honoris causa por la *Universidad de Indonesia*. Dirige el *Laboratorio de Cibermetría del Instituto de Bienes y Políticas Públicas del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)*, realizando estudios sobre indicadores web, revistas electrónicas y posicionamiento en motores de búsqueda. Es editor de la revista-e *Cybermetrics* y es el responsable del *Webometrics Ranking of World Universities* (desde 2004), entre otros rankings. Fue miembro de la *Oficina Española de Ciencia y Tecnología (SOST)* en Bruselas y Metcalfe visitor professor en la *University of New South Wales* (Sidney, Australia). Ha publicado más de un centenar de artículos, impartido más de 400 conferencias y seminarios en más de 80 universidades españolas y extranjeras.

<http://orcid.org/0000-0001-8927-4873>

IPP, CSIC

Albasanz, 26-28. 28037 Madrid, España

[isidro.aguillo@csic.es](mailto:isidro.aguillo@csic.es)

<http://cybermetrics.cindoc.csic.es>

<http://www.webometrics.info>

### Resumen

Ensayo crítico sobre la ausencia de una política integrada de información destinada a la evaluación de la actividad científica. Tal ausencia de una coordinación institucionalizada ha hecho posible que una amplia serie de productos y servicios documentales sean utilizados con dichos fines, aunque originalmente no fueron diseñados a tal efecto. Aunque es cierto que tienen carencias que dificultan su utilización, y que en varios casos son tecnológica y metodológicamente obsoletos, posiblemente el mayor problema es su sostenibilidad en tiempos de crisis económica, especialmente si no asumen nuevas tareas estratégicas, entre las que la evaluación es hoy por hoy prioritaria. Se revisan los portales de revistas científicas, aconsejando los sistemas de mayor valor añadido como *SciELO* sobre los simples gestores; la actual oferta de bases de datos, cuestionando la necesidad de los productos nacionales sin métricas; los repositorios institucionales, que han olvidado dar servicio a sus propios autores, los verdaderos usuarios finales; y los rankings institucionales que podrían no haber aprendido de las razones del éxito de aquellos basados en indicadores compuestos. Se recomienda profesionalidad frente a la incompetencia, coordinación institucional de los servicios y acabar con la sangría económica que suponen tanto ciertas licencias infrutilizadas como unas políticas anticuadas basadas en criterios ya superados a nivel internacional.

### Palabras clave

Políticas de información, Evaluación, Revistas científicas, Bases de datos, Repositorios, Rankings, Usuarios finales, *Latindex*, *SciELO*, *Redalyc*, *Dialnet*, Bases de datos del CSIC.

**Title: Information policies and scientific publication**

### Abstract

The lack of an integrated information policy for scientific activity evaluation has led to a wide range of information products and services that are used for such purposes, although they were not originally designed for that. While it is true that these tools have limitations and deficiencies, and in several cases are technologically and methodologically obsolete, possibly the biggest problem is sustainability in the present times of economic crisis, especially if they do not take on new strategic tasks, such as assessment, which is a priority today. Various products are reviewed in this critical essay: scientific journal portals, with the recommendation to implement value added systems like *SciELO* instead of simple database management; current databases on offer, with questions about having national products without metrics; institutional repositories, with the observation that they have forgotten to serve authors, their real end users; and institutional ranking systems, suggesting that some have not learned from the successes of those based on composite indicators. Recommendations include institutional coordination of services; professionalism versus incompetence; and an end to the economic drain caused both by licensing underused databases and by maintaining outdated policies based on criteria that have been abandoned at the international level.



## Keywords

Information policy, Evaluation, Scientific journals, Databases, Repositories, Rankings, End users, *Latindex*, *SciELO*, *Redalyc*, *Dialnet*, *CSIC* databases.

**Aguillo, Isidro F. (2014).** "Políticas de información y publicación científica". *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 23, n. 2, pp. 113-118.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.02>

## 1. Introducción

Este es un ensayo sobre el impacto de políticas y estrategias concretas relativas a los procesos de comunicación científica, las publicaciones de los resultados de investigación y las herramientas y criterios de evaluación de la actividad a partir de dichas actividades y publicaciones. Se adopta un punto de vista fundamentalmente documental y cuantitativo y se centra en la situación española en particular, aunque extendiendo el análisis puntualmente al escenario iberoamericano.

Lo primero que hay que indicar es que no existe una política única, bien delimitada e instrumentalizada adecuadamente. Están involucrados distintos actores, cuyas diferentes iniciativas han dado lugar a productos dispares, servicios que son insuficientes o han quedado obsoletos y reglamentos (e incluso leyes) ambiguos o de difícil aplicación. Esa falta de coordinación, además de dificultar el funcionamiento del sistema, también ha impedido que se homologuen, por ejemplo, las fuentes y criterios para la evaluación. Tristemente se ha generalizado una situación en la que para evaluar se usan indicadores manifiestamente anticuados, inadecuados a los fines deseados y manejados por personal que a veces raya la incompetencia, quizá debido a una formación insuficiente.

Evaluaremos por separado distintos componentes del puzzle en la medida en que todos ellos (y algunos más, no tratados en este análisis) tienen alguna relevancia para el sistema. Algunos productores, editores o responsables pueden argüir que no era el objetivo original y último que sus desarrollos

se utilizaran con fines de evaluación, lo cual siendo correcto, no oculta que:

- a) efectivamente se utilizan desde hace tiempo como sucedáneos debido a las carencias y falta de institucionalización;
- b) su supervivencia parece depender de dicho uso, toda vez que el avance metodológico, técnico, sobre todo tecnológico y la actual oferta del mercado, desaconsejan otros usos, máxime teniendo en cuenta el elevadísimo coste de su mantenimiento.

Los repositorios no deben ser una base de datos bibliográfica más, sino un instrumento al servicio de la comunidad de usuarios finales que son obviamente los propios autores

## 2. Revistas científicas

El papel de la revista ha ido cambiando desde una posición central (unidad de comunicación y de evaluación) hasta otra, en la actualidad, en la que se cuestiona, desde diferentes puntos, incluso su continuidad futura. La revolución web desplaza el foco de la revista (un mero estuche contenedor) al artículo, la verdadera unidad de comunicación científica, como cualquier usuario final reconoce con cierta obviedad. El éxito de alguna de las llamadas "mega-revistas" como *PLoS One* que publica más de 30.000 artículos por año, no es sino una corroboración de lo señalado, pues el mecanismo central que mantenía la revista tradicional, la revisión por pares, se realiza ahora de forma distribuida, esperando la implementación de sistemas abiertos profesionalizados.

Si la tendencia es a convertir las publicaciones periódicas en meros cascarones, parece sorprendente que las principales iniciativas relacionadas con las mismas en nuestro país se centren en mejorar los aspectos técnicos y formales, prestando proporcionalmente menos atención a la calidad de los artículos propiamente dichos. Antes de continuar indicaré que ese salto cualitativo exige recursos tanto humanos como económicos que son limitados y que resulta importante establecer claramente las prioridades, aunque ello signifique fusionar o cancelar centena-

<http://www.latindex.unam.mx>

<http://www.scielo.org>

res de títulos, por muy larga trayectoria o pasado prestigio hayan acumulado. El criterio es obviamente la excelencia, que por la propia exigencia del término, supone establecer umbrales que no deben estar por encima del 10%.

El primer objetivo debe ser *Latindex*, el excelente directorio iberoamericano de revistas, que reúne más de 22.000 títulos. Sin embargo, cuando se decidió establecer una serie de criterios de calidad para definir el llamado Catálogo, el listón no sólo se ha demostrado demasiado bajo (más de 7.000 revistas de la región lo superan) sino notablemente sesgado hacia aspectos puramente formales. La explosión de revistas electrónicas auto-editadas empieza a suponer un grave problema por su carácter local, excesivamente endogámico, y en muchos casos obviando aspectos éticos relacionados con la propiedad intelectual de los contenidos. Paradójicamente para muchas de ellas no resulta difícil cumplir o aparentar cumplir con la mayoría de los criterios *Latindex*.

Hay que cuestionarse también la necesidad y oportunidad de los llamados portales de revistas. Los institucionales creados con el software *OJS* (u otro similar), como por ejemplo *Revistas CSIC*, han jugado un papel importante en la normalización de la producción, resuelto problemas técnicos y, sin duda, incrementado la visibilidad. Pero son plataformas que aportan poco valor añadido, cuya gestión es onerosa y que acaban difuminando la personalidad e identidad de los títulos que albergan. En realidad el mayor problema estriba en que ya hay una solución similar, pero superior en prestaciones, que más allá de cuestiones políticas debe ser considerada en profundidad. Se trata de *SciELO*, la red de portales nacionales (iberoamericanos, pero también externos a la región), que desde Brasil están seleccionando, editando, anotando y siguiendo (monitorizando) un cada vez mayor número de revistas de acceso abierto. La clave está en su política de mercado semántico, una apuesta de futuro a un coste razonable, que garantiza una verdadera interoperabilidad de todos los artículos. El éxito de esta alternativa se confirma con el recientemente lanzado *SciELO Citation Index*, que ciertamente revolucionará la evaluación en la región.


<http://www.redalyc.org>

Un tercer actor, cada vez más importante, es *Redalyc*, que ha crecido basándose en una supuesta superioridad moral del acceso abierto, al parecer el único camino posible para difundir la ciencia iberoamericana. Aunque la iniciativa ha sido exitosa atrayendo a un elevado número de títulos hay que señalar su peligrosa deriva hacia una posición de monopolio en la que se detectan ya numerosos abusos. El afán por crecer ha hecho posible que se incluyan ya títulos de calidad cuestionable, aceptando algunas revistas que apenas cumplen los mínimos de *Latindex*. Más grave es la violación metódica de la propiedad intelectual de los trabajos, ya que a los ficheros de éstos se añaden sin permiso unos exagerados *banners*, que ya no sólo publicitan la labor técnica de *Redalyc*, sino que recomiendan abiertamente citas usurpadoras de los mismos. Por último, auto-otorgándose, a partir de la supuesta autoridad moral, cierta autoridad científica, se están redactando estudios nacionales de actividad investigadora con la única participación de las revistas recogidas. La aquiescencia e incluso el apoyo de organismos locales o regionales sorprende, dados tanto la pobreza del análisis bibliométrico realizado como los sesgos y carencias de los informes, que sólo incluyen una parte de la producción científica de cada país.

Están involucrados distintos actores, cuyas diferentes iniciativas han dado lugar a productos dispares, servicios que son insuficientes o han quedado obsoletos y reglamentos ambiguos o de difícil aplicación

### 3. Bases de datos

Las bases de datos bibliográficas, especialmente aquellas que incluyen citas, son las herramientas preferidas en los procesos de evaluación. Tradicionalmente este sector ha sido un monopolio de los *Citation Index* de *Thomson Reuters*, aunque en realidad sólo se utiliza una pequeña parte de sus posibilidades, puesto que para la mayoría de evalua-

<input type="radio"/>	The innovation landscape of Pakistan's North West Frontier Province	Bashir, T., Khan, K., Malik, K.	2010	Science and Public Policy	0
View at Publisher					
<input type="radio"/>	National innovation policy and global open innovation: Exploring balances, tradeoffs and complementarities	Herstad, S.J., Bloch, C., Ebersberger, B., van de Velde, E.	2010	Science and Public Policy	8 Cited by
View at Publisher   Show abstract   Related documents					
<input type="radio"/>	Governing innovation in the biomedicine knowledge economy: Stem cell science in the USA	Salter, B., Salter, C.	2010	Science and Public Policy	10
View at Publisher					
<input type="radio"/>	Joint horizon scanning: Identifying common strategic choices and questions for knowledge	van Rij, V.	2010	Science and Public Policy	9
View at Publisher					
Display 20 results per page			Page 1		Top of page
Language 日本語に切り替える	Customer Service Help and Contact Live Chat	About Elsevier Terms and Conditions Privacy Policy			

*Scopus*, por ejemplo, muestra el número de citas recibidas por cada artículo <http://www.scopus.com>

dores sólo parece existir su indicador estrella, el *Impact factor*, que es publicado anualmente en los *Journal Citations Reports (JCR)*. Asumir que las citas esperadas<sup>1</sup> puedan ser un sustituto adecuado de las citas reales obtenidas por un artículo era una política aceptable cuando no se tenía acceso a las segundas. Sin embargo, parece poco acertado haber invertido millones de euros en suscribir las plataformas *WoS/WoK* y *Scopus*, que dan acceso a los datos reales, para mantener un criterio tan incorrecto y aplicar dichos indicadores de manera tan poco informada. Que el *BOE* publique que los *JCR* son la piedra de toque de la evaluación, citando incluso uno que no existe<sup>2</sup>, debiera llevar tanto al cese de los responsables, como a una profunda reorganización del sistema.

Quizá es hora ya de realizar una enmienda a la totalidad del sistema en cuanto está basado en productos y servicios excesivamente onerosos, infrautilizados y con notables sesgos

Es difícil decidir si se trata de desidia o incompetencia, puesto que en muchos casos la transparencia no existe y tanto los expertos como los criterios son desconocidos. Citaremos algunas lagunas de difícil comprensión:

- la mínima utilización de *Scopus* como fuente complementaria, máxime teniendo en cuenta su mayor cobertura, especialmente en ciertas áreas infrarrepresentadas en *WoS/WoK*;
- la ausencia de indicadores adicionales, especialmente tanto los de nueva generación (h, g y similares) como los obtenidos de otras fuentes, bibliométricas (*Google Scholar*) o no (indicadores altmétricos); y
- resulta ya urgente enfrentar algunos problemas que dificultan la correcta evaluación, tales como el tratamiento de los trabajos multi-autorados y la identificación y consideración de las malas prácticas (publicación duplicada, cár-

teles de citas, auto-edición...).

Sin embargo, quizá es hora ya de realizar una enmienda a la totalidad del sistema en cuanto está basado en productos y servicios excesivamente onerosos, infrautilizados y con notables sesgos. Aunque es necesario perseguir la excelencia, los sistemas basados en cuartiles (primer cuartil por disciplinas) siguen usando la unidad revista, lo que unido al inexplicable incremento de títulos aceptados (con desagradables sorpresas en el caso de *Scopus*), desaconsejan su adopción: El 60% de publicaciones de media en el primer cuartil difícilmente puede representar una élite mundial. La ya citada base

de *Google Scholar (GS)* es una alternativa gratuita, considerablemente más amplia en cuanto a su cobertura y con servicios equivalentes a los ofrecidos por las bases de datos de pago. Las críticas a su supuesta facilidad de manipulación no hacen sino demostrar la necesidad de fijar controles adicionales para detectar malas prácticas y establecer medidas radicales contra los tramposos. Por otro lado, *GS* apuesta claramente por las unidades artículo/citas y autor (perfiles), siendo su producto más deficiente aquel que atiende a revistas (y repositorios).

Habría que reconocer que no hay vacas sagradas ni principios inamovibles, que mantener tradiciones puede suponer derroches inaceptables, y que ninguna supuesta superioridad moral puede imponerse a la profesionalidad

Además de las bases de datos internacionales es necesario reconocer la existencia y situación de las nacionales, como es el caso en España de *Dialnet* y las bases de datos del *CSIC*. Se trata de ofertas que intentan cubrir supuestas lagunas de las bases internacionales, primando la producción en revistas nacionales y especialmente en disciplinas que tienen un fuerte carácter local. Bienintencionadas y profesionales como son, su oferta de valor añadido estrella, el acceso al texto completo de los trabajos, canibaliza su ventaja histórica de ofrecer una indización amplia y de calidad. El problema estriba en que los costes de dichos servicios superan ampliamente los beneficios de los mismos, por lo que su producción supone un considerable derroche de recursos siempre escasos. Habría varias soluciones, incluyendo su desaparición o lógica cooperación con fusión última, pero en el contexto de este trabajo se puede hacer un llamamiento a una tercera vía aún poco explotada. Se trataría de ofrecer métricas de utilidad en la evaluación, tanto de individuos como de instituciones, obligando a normalizar



nombres con identificadores específicos (preferiblemente internacionales como *Orcid*), desarrollar indicadores bibliométricos, pero también altmétricos, y publicar listados actualizados de los objetos de evaluación. Esta tarea es problemática pues es inviable el desarrollo de una base de datos de citas, por lo que la unidad tendría que ser la revista, lo que de acuerdo con lo expresado anteriormente recomendaría la continuación de iniciativas como *InRecs*, en vez de las menos objetivas *RESH*, *DICE* o similares.

#### 4. Repositorios de acceso abierto

La implantación de repositorios institucionales en las universidades y centros de investigación españoles avanza a buen ritmo, aunque el éxito es relativo dada la baja tasa de depósito de la mayoría de ellos. Ello justificaría una medida, necesariamente temporal, para promover dicho depósito reconociendo, de alguna manera, este hecho en la evaluación de los autores. Temporal pues el depósito del artículo no es una cualidad intrínseca del mismo y puesto que además tal política podría incrementar a niveles insostenibles (para el sistema) la demanda por aparecer en revistas de la llamada ruta dorada, en la que el autor paga por publicar.

En la actualidad, la única métrica habitualmente ofrecida en los repositorios es la poco normalizada e integrada estadística de visitas. El hecho de que se asocie a ítems y no se combine para individuos es sólo una de sus debilidades, pero indica claramente la necesidad de efectuar un cambio radical en el concepto y diseño de los repositorios. Éstos no deben ser una base de datos bibliográfica más, sino un instrumento al servicio de la comunidad de usuarios finales que son obviamente los propios autores, académicos e investigadores, a los que se somete a examen y evaluación. Por tanto, la unidad debe ser el autor, debidamente identificado, normalizado y descrito, con toda su producción adecuadamente clasificada de acuerdo con su relevancia para la evaluación, y ligada a un perfil métrico, que hoy en día siguiendo el modelo ALM (*article level metrics*) de la revista *PLoS one* puede beneficiarse de una amplia serie de indicadores obtenibles vía APIs. Posible-

**Rankings I-UGR de Universidades Españolas según Campos y Disciplinas Científicas (4ª Ed. 2013)**

**Campos:** Ciencias Agrarias (2008-2012)

**Disciplinas:** Actividad física y Deporte (2008-2012)

**Documentación:**

- English Version (PDF)
- Documento con resumen de posiciones 2013 (PDF)**

Se presenta la 4ª edición (Mayo 2013) de los "Rankings I-UGR de Universidades Españolas según Campos y Disciplinas Científicas". Se trata de un ranking de las universidades españolas públicas y privadas basado en la investigación publicada en las revistas internacionales de mayor impacto y visibilidad. Este ranking se diferencia de otros en cuatro aspectos fundamentales:

- Se organiza por campos (12) y por disciplinas científicas (37), cuyo número se ha incrementado en esta edición. De esta forma no se presenta por grandes ramas de conocimiento que diluyen los distintos perfiles de investigación que exhiben las universidades, de manera que pueda captarse mejor en qué especialidades son más activas e influyentes.
- Propone un método de ordenación que sintetiza 6 indicadores bibliométricos de producción e impacto que miden los aspectos cualitativos y cuantitativos de la producción científica de las universidades.
- Emplea como fuente de información las bases de datos de Thomson-Reuters (antiguo ISI) Web of

<http://www.rankinguniversidades.es>

**Actividad Investigadora en la Universidad Española**

**Novedades:**

- Se han actualizado las series temporales hasta 2011 recogiendo citas hasta mediados de 2012
- Se ha trabajado en un nuevo diseño de la web con gráficos más dinámicos y se han incluido filtros de datos en las tablas
- Se ha incorporado la desagregación de datos de actividad científica por grandes áreas temáticas
- Se ha realizado la asignación "completa" de documentos a una universidad cuando en la firma aparece la propia institución y/o cualquiera de sus centros y dependencias incluidos los centros mixtos y hospitales adscritos a ella.

**Producción:**

Área	Núm. Docs
ART-HUM	14135
BIO	53192
EXP	136134
ING	75688
MED	73044
SOC	30569

TOTAL DOCUMENTOS 2002-2011

<http://www.iune.es>

**U-Multirank**

Initiative of: **cheps** Center for Higher Education Policy Studies

**U-portal**

**U-Multirank**

A multidimensional, user-driven approach to international ranking of higher education institutions based on empirical data.

In contrast to most well known rankings, U-Multirank not only focuses on research. It also takes into account other aspects like teaching and learning, research, knowledge transfer, international orientation and regional engagement. Furthermore no composite overall indicators are being calculated since those are seen as not very robust. Finally the methodology combines institutional ranking (of whole institutions) with field-based rankings that focus on particular academic disciplines or groups of programmes.

More information can we found on [www.umultirank.org](http://www.umultirank.org)

<http://www.u-portal.org/u-multirank>

mente habría que empezar por la capacidad para generar la propia bibliografía personal en formato usable, algo que ni siquiera ofrecen repositorios líderes como *DigitalCSIC*.

## 5. Rankings

La popularidad de los rankings mundiales de universidades ha dado lugar a la publicación de distintas iniciativas centradas únicamente en las instituciones académicas españolas. Curiosamente, aquellas propuestas más complejas, con muchas variables y sofisticados modelos matemáticos, han generado clasificaciones de escasa aceptación debido a las extrañas posiciones de ciertas universidades. Es significativo que al menos dos sistemas (*I-UGR* e *IUNE*) no ofrezcan una única clasificación integrada, sino varias de ellas, al estilo de lo que el proyecto inacabable *U-Multirank* pretende ofrecer. Es muy posible que en la búsqueda de excelencia se olvide la utilidad práctica y que ofrecer múltiples rankings al final signifique que no se disponga de ninguno.

Este último argumento se puede generalizar a la situación de la inexistente política unitaria de descripción y evaluación de la actividad científica, operativa merced a iniciativas puntuales no coordinadas, a menudo poco transparentes y aún menos informadas de los desarrollos actuales. La corrección política no debe impedir que se denuncien prácticas, situaciones y actitudes lesivas tanto para el desarrollo de la profesión como para su reconocimiento por los que son usuarios finales relevantes.

No obstante, para no ofrecer únicamente un análisis crítico, sino sugerir algunas soluciones prácticas, recomendaríamos:

- 1) institucionalizar el sistema en una organización pública adecuadamente financiada, transparente, con peso político, y asesorada (dirigida) por profesionales de la información (B&D);
- 2) con la misión de coordinar los diferentes productos y servicios propios, decidir la adquisición (personalización) de terceros (comerciales) y en caso necesario iniciar aquellos que de manera eficiente y económica puedan cubrir las lagunas existentes;
- 3) aprovechar los recursos ya disponibles, rentabilizando y mejorando los servicios, abandonando prácticas obsoletas y asumiendo nuevos papeles de acuerdo con la demanda real de los usuarios finales;
- 4) reconocer que no hay vacas sagradas ni principios inamovibles, que mantener tradiciones puede suponer derroches inaceptables, y que ninguna supuesta superioridad moral puede imponerse a la profesionalidad.

Agradezco la colaboración de **Luis Rodríguez-Yunta**, aunque las opiniones vertidas son exclusivamente de mi responsabilidad.

## Notas

1. Se llaman citas esperadas para un artículo las que se supone puede recibir por haberse publicado en una revista que tiene un determinado factor de impacto. Éste mide el promedio de citas que recibe el conjunto de los artículos.
2. En una resolución de 15 de noviembre de 2013 de la *Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (Cneai)* publicada en el *Boletín Oficial del Estado (BOE)* del 21 de noviembre de 2013, se publicaron los criterios especí-

ficos para cada campo de evaluación:

<http://www.boe.es/boe/dias/2013/11/21/pdfs/BOE-A-2013-12234.pdf>

En la página 92886, cuando se hace referencia a los criterios del campo 7. Ciencias Sociales, Políticas, del Comportamiento y de la Educación, se dice: “Podrán considerarse también los artículos publicados en revistas que ocupen posiciones relevantes en los listados de *Scopus*, en revistas listadas en el «*Journal Citation Reports (Arts and Humanities Citation Index)*» del «*Web of Knowledge (WoK)*»”

Vergonzosamente los responsables de la *Cneai* ignoran que no existe tal repertorio *JCR* de artes y humanidades. Los *JCR* sólo cubren ciencias y ciencias sociales.

## 6. Bibliografía

**De Robbio, Antonella** (2012). “Open access policies as tools for innovative research and educational challenges”. In: *The future of political science: an international and interdisciplinary conversation*, Università degli Studi di Padova, 14-15 december. Presentación.

<http://eprints.rclis.org/19336>

**Martínez-Pestaña, María-Jesús** (2013). “Políticas de información: desarrollo y estrategias de los programas de la UE e impacto en España”. *Revista general de información y documentación*, v. 23, n. 1, pp. 9-25.

**Molina-Del-Pozo, Carlos-Francisco** (2013). “La política de I+D+i en la Unión Europea. Su inserción en la Ley de la Ciencia de España. En: Calonge-Velázquez, Antonio (dir.). *Ciencia, tecnología e innovación: nuevo régimen jurídico*, pp. 171-193. ISBN: 978 84 9045 102 1

**Molina-Molina, Silvia; De-Moya-Anegón, Félix** (2013). “Política nacional y visibilidad internacional: El caso colombiano”. *El profesional de la información*, v. 22, n. 6, pp. 529-536. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2013.nov.05>

**Parejo, José-Luis** (2008). “Apuntes para una nueva agenda en la política científica y tecnológica: reflexiones desde el debate”. *La cuestión universitaria*, n. 4.

**Santesmases-Navarro-de-Palencia, María-Jesús** (2008). “Orígenes internacionales de la política científica”. En: Romero-De-Pablos, Ana; Santesmases-Navarro-De-Palencia, María-Jesús (coord.). *Cien años de política científica en España*, pp. 293-328. ISBN: 978 84 96515 62 8

**Saxby, Steve** (2011). “Three years in the life of UK national information policy - the politics and process of policy development”. *International journal of private law*, v. 4, n. 1, pp. 1-31. <http://dx.doi.org/10.1504/IJPL.2011.037891>

**Serrastosa, José-María** (2008). “Transición a la democracia y política científica”. En: Romero-De-Pablos, Ana; Santesmases-Navarro-De-Palencia, María-Jesús (coord.). *Cien años de política científica en España*, pp. 293-328. ISBN: 978 84 96515 62 8

**Trillo, Flor** (2013). “El impacto de las políticas públicas de información en la medición del desarrollo científico”. En: *Congreso nacional de bibliotecas en ciencias de la salud*, México, DF, 6 septiembre. Presentación. <http://eprints.rclis.org/22509>

# ARTÍCULOS



## POLÍTICAS PÚBLICAS DE DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DE CONTENIDOS DIGITALES: UNA PROSPECTIVA INTERNACIONAL



**Alberto Urueña-López y Antonio Hidalgo-Nuchera**



**Alberto Urueña-López** es subdirector adjunto del *Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información de Red.es*. Doctor ingeniero industrial en el *Programa de Economía y Gestión de la Innovación* e ingeniero de telecomunicación por la *Universidad Politécnica de Madrid (UPM)*, executive MBA por el *Instituto de Empresa* y máster en economía de las telecomunicaciones por la *UNED*. Investigador del *Grupo Innopro* de la *UPM*, sus líneas de trabajo son el estudio de la sociedad de la información y su impacto en ciudadanos y empresas.

<http://orcid.org/0000-0002-1299-2380>

[alberto.uruenal@upm.es](mailto:alberto.uruenal@upm.es)



**Antonio Hidalgo-Nuchera** es catedrático de organización de empresas en la *Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales* de la *Universidad Politécnica de Madrid (UPM)* y director del *Grupo de Investigación en Innovación, Propiedad Industrial y Política Tecnológica (Innopro)*. Ha participado en proyectos financiados por la *Comisión Europea* y organismos nacionales sobre innovación tecnológica, transferencia de tecnología y desarrollo de políticas tecnológicas.

<http://orcid.org/0000-0002-3598-9862>

[antonio.hidalgo@upm.es](mailto:antonio.hidalgo@upm.es)

*Universidad Politécnica de Madrid, ETSI Industriales  
Depto. Ingeniería de Organización, Administración de Empresas y Estadística  
José Gutiérrez Abascal, 2. 28006 Madrid, España*

### Resumen

Se realiza un análisis de políticas públicas para el desarrollo de la industria de contenidos digitales en Alemania, Reino Unido, Francia e Italia (países cercanos al entorno cultural, económico y político de España) e Israel y Estados Unidos (países con un destacado sector de contenidos digitales). Del análisis de las políticas en estos países se han detectado tres líneas de acción: creación y fomento de polos empresariales, búsqueda de nuevas formas de suministrar contenidos a la demanda y programas específicos de internacionalización. Para estas líneas se describen medidas específicas de políticas de los países objeto de la comparativa que, a juicio de los expertos nacionales e internacionales, han tenido impacto en la evolución de la industria de los contenidos digitales de los países seleccionados y que podrían ser de interés para su aplicación en España.

### Palabras clave

Políticas públicas, Industria de contenidos, Contenidos digitales, Análisis de políticas industriales, Impacto de políticas.

**Title: Public policies for the development of digital content industry: an international perspective**

### Abstract

This research has been an analysis of public policies for the development of the digital content industry developed in Germany, UK, France and Italy (countries close to our cultural, economic and political) and Israel and the United States (countries with high development of digital content sector). The analysis of policy measures in these countries has identified three lines of action: creating and fostering entrepreneurial centers, finding new ways to deliver content to specific programs demand and internationalization. For each action line describes specific policy measures in the countries under comparison that, according to national and international experts, have had an impact on the development of the digital content industry in selected countries and could be of interest for application to the content sector in Spain.

### Keywords

Public policy, Content industry, Digital content, Industrial policy analysis, Policy impact.

Artículo recibido el 21-10-2013

Aceptación definitiva: 19-02-2014



**Urueña-López, Alberto; Hidalgo-Nuchera, Antonio (2014).** "Políticas públicas de desarrollo de la industria de contenidos digitales: una perspectiva internacional". *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 23, n. 2, pp. 119-125.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.03>

## 1. Introducción. Políticas de contenidos digitales en España

La industria de contenidos digitales en España facturó 8.553 millones de euros en 2011 (Ontsí, 2012), lo que supone el 52,8% de la facturación total del mercado de contenidos en España, siendo el sector audiovisual el motor de la industria (Ontsí, 2012). El peso de los contenidos digitales frente a los tradicionales continúa en aumento, siendo en 2010 por primera vez cuando los contenidos digitales superaron a los tradicionales (el 53,7% de las actividades de contenidos y servicios audiovisuales es digital).

La economía de la información y del conocimiento puede llegar a representar un nuevo modelo económico que ayude a superar la crisis actual (Urueña-López; Hidalgo-Nuchera, 2013). En el sector de contenidos digitales, como parte esencial de la nueva economía, se producen todavía incertidumbres sobre planes específicos de negocio para esta industria que sean sostenibles a lo largo del tiempo (Gaptel, 2006). Dado el carácter innovador del sector y su importancia estratégica, en la gran mayoría de los países de nuestro entorno se ha considerado necesario apoyarlo a través de políticas públicas gubernamentales.

“Dado el carácter innovador del sector de contenidos y su importancia estratégica es necesario apoyarlo a través de políticas públicas gubernamentales”

En esta línea, la *Agenda Digital para España* aprobada en Consejo de Ministros en febrero de 2013 (Ministerio, 2013a) tiene como objetivos el impulso, producción y distribución de contenidos en internet mediante las siguientes actuaciones:

- plan integral para la industria de contenidos digitales en España;
- adaptación del régimen de derechos de autor -dentro del marco europeo- para la utilización de contenidos digitales;
- simplificación de las condiciones para la reutilización de la información del sector público.

Estas medidas se han desarrollado en un plan detallado de impulso de la economía digital y los contenidos digitales publicado en julio de 2013 (Ministerio, 2013b). El plan propone tres grupos de iniciativas:

- de talento, orientadas a aumentar las competencias y habilidades en el sector de los contenidos digitales;
- de financiación, a través de medidas que promuevan la inversión;
- de carácter industrial, que promuevan el desarrollo del sector industrial de contenidos digitales en España.

Esta investigación se centra en las iniciativas políticas de carácter industrial del sector de contenidos digitales, y tiene como objetivo identificar buenas prácticas en políticas públicas ya desarrolladas en otros países que hayan sido de utilidad, de tal manera que puedan servir como ayuda a la elaboración de políticas públicas en España.

## 2. Metodología de la investigación

Para llevar a cabo la investigación se ha realizado un análisis de políticas públicas basándose en observaciones sobre fenómenos similares en otros países. Utilizando este análisis y la comparación de las políticas públicas en varias zonas geográficas es posible comprender sus especificidades en diferentes contextos económicos, políticos y sociales, así como su evolución a lo largo del tiempo (Bulcourn; Cardozo, 2008).

Como indican Grau y Mateos (2002), el análisis comparado de políticas públicas permite, a través de la búsqueda de variables explicativas, establecer similitudes y diferencias entre políticas similares. Este método es utilizado habitualmente para la medición de los resultados e impactos de políticas públicas (Parsons, 2008).

Bouchard (2000) señala que la selección de los países es esencial para realizar el análisis de las políticas públicas que lleven a un resultado concluyente. Es necesario explicitar el método de elección utilizado para la selección de zonas geográficas que tiene que tener coherencia con los objetivos de la investigación, para que posteriormente puedan explicarse semejanzas y diferencias en las políticas analizadas (Smelser, 2003). En este sentido, el alcance de la investigación se ha circunscrito a países de nuestro entorno geográfico, con similares características políticas, económicas y de adopción y de utilización de nuevas tecnologías que están sometidas a una misma regulación a nivel europeo, siendo elegidos Alemania, Reino Unido, Francia e Italia. Además, el análisis se ha completado con países que tienen un reconocimiento internacional en los contenidos digitales como Israel y Estados Unidos.

## 3. Investigación: desarrollo y resultados

Para cumplir con la metodología planteada, la investigación se ha llevado a cabo en cuatro fases:

### Fase 0

Se realizaron entrevistas a cinco expertos españoles en la industria de contenidos digitales, garantizando su anonimato para que se expresasen libremente. Entre los criterios de selección de los expertos del grupo se eligieron perfiles profesionales con amplia experiencia y de reconocido prestigio en el sector de contenidos digitales, capaces de valorar planes y medidas de desarrollo de la sociedad de la información en general y de contenidos digitales en particular. De esta forma, dos expertos provienen de asociaciones de

empresas de tecnologías de la información y de contenidos digitales, uno de la administración pública y dos provienen de una firma de consultoría especializada en el mercado de contenidos digitales.

En la entrevista, de carácter semiestructurado, tras una breve introducción sobre el objetivo y fases del estudio, se le pedía que se centrasen en los retos que tenía por delante la industria en los próximos años, pidiéndoles opinión a título estrictamente personal sin que necesariamente fuese coincidente con las de las organizaciones en las que desempeñan su trabajo. Las respuestas más relevantes indicadas por los entrevistados, entre los que hubo un importante grado de coincidencia, fueron:

- superar las dificultades de la internacionalización y salida al exterior;
- incrementar el espíritu emprendedor y ayudar a las empresas sobre todo en las primeras etapas de vida;
- fomentar la colaboración público-privada para buscar nuevas fórmulas de explotar el patrimonio cultural;
- incentivar la creación de polos de competitividad y fomentar la I+D;
- disponer de una regulación en el marco de la *Unión Europea* que garantice la defensa de los derechos de propiedad intelectual.

### Fase 1

Se han recopilado proyectos y políticas públicas de desarrollo de la industria de los contenidos digitales de los países seleccionados (Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, Israel y Estados Unidos). En total se han recogido 127 medidas de 47 fuentes de información, básicamente webs de organismos e instituciones públicas (ministerios, empresas públicas...) que juegan un papel clave en el fomento de la industria de contenidos digitales, tecnológicos y culturales de cada país.

En Italia se encontraron medidas de tipo legislativo de fomento del emprendimiento, más que de desarrollo de políticas públicas de contenidos digitales, por lo que se decidió su eliminación para las siguientes fases de investigación.

Para llevar a cabo la investigación se ha realizado un análisis de políticas públicas basándose en las observaciones sobre fenómenos similares en varios países

### Fase 2

Para el contraste del impacto de las medidas de las políticas públicas recopiladas en la fase 1 se contactó con las principales asociaciones empresariales de los países.

El objetivo de esta fase era encontrar las medidas de políticas públicas de mayor impacto en opinión de la industria de cada país, bien porque a juicio de los entrevistados consideraban que habían tenido un impacto de carácter macroeconómico o social, porque se hubiese realizado un análisis interno de impacto de las medidas o porque, en la experiencia de la asociación, era más favorable a determinado tipo de actuación.



<http://www.agendadigital.gob.es>

En concreto se contactó en Alemania con asociaciones de empresas como *Bitkom*, *Eco* (asociación de la industria alemana de internet) y *BVDW* (*Bundesverband Digitale Wirtschaft*, asociación federal de la economía digital). En Reino Unido se contactó con *ISPA* (*Internet Service Providers Association*) y *Ukita* (*United Kingdom Information Technology Association*). En Francia se solicitó opinión a la *Afnét* (*Association Française de Utilisateurs du Net*) y *Afdel* (*Association Française des Editeurs de Logiciels et Solutions Internet*). Finalmente en Estados Unidos se contactó con *Techamerica* y en Israel con *Israel Advance Technology Industries* (*ITAA*).

La recopilación de la opinión sobre el impacto y oportunidad de las medidas—obtenida a través de entrevistas telefónicas o por correo electrónico a un portavoz de la asociación empresarial a los que se había contactado explicando el estudio y sus objetivos— se ha complementado con informes y análisis públicos sobre el impacto de las iniciativas cuando estaban disponibles (*Tech City*, 2011). De las 127 medidas recopiladas en la fase 1 se seleccionó un total de 21 de impacto relevante.

### Fase 3

Tras una valoración detallada del contenido de las 21 medidas obtenidas en la fase 2, se procedió a su clasificación en tres grupos:

- creación y fomento de polos empresariales;
- medidas sobre nuevas formas de proporcionar contenidos a los consumidores;
- programas específicos de internacionalización.

Tabla 1. Valoración de las medidas y su impacto

Clasificación de la medida	Valoración	Aplicabilidad	Comentarios
Creación y fomento de polos empresariales	Muy alta	Muy alta	Esencial para el desarrollo del sector y para crear una industria de contenidos digitales
Búsqueda de nuevas formas de suministrar contenidos	Media	Media	Las grandes multinacionales de creación de contenidos digitales pueden liderar estas medidas
Programas específicos de internacionalización	Alta	Muy alta	Necesarios para expandir la industria española en mercados latinoamericanos

Para ello se solicitó al mismo grupo de expertos españoles indicado en la fase 0, que valorasen de manera cualitativa la tipología de las iniciativas y su impacto para la industria española (tabla 1), eligiendo las ocho más relevantes (tabla 2). La investigación se cerró en septiembre de 2013.

A continuación, se describen de forma resumida las medidas finales seleccionadas clasificándolas según la tipología especificada.

Las medidas obtenidas se han clasificado en tres grandes epígrafes: creación y fomento de polos empresariales, medidas sobre nuevas formas de proporcionar contenidos a los consumidores y programas específicos de internacionalización

### 3.1. Polos de competitividad

Las principales iniciativas en este ámbito se han llevado a cabo en el entorno europeo: Alemania, Francia y Reino Unido. En Francia el programa de formación de polos de competitividad (*Ministère*, 2006) se enmarca dentro de la política económica global francesa desplegada en 2006 para fomentar el crecimiento de aquellos sectores económicos considerados como fuente de trabajo y generadores de empleo. Los polos de competitividad debían canalizar las iniciativas públicas sectoriales y fomentar la colaboración entre empresas del mismo sector.

Para la constitución de los polos se lanzó una convocatoria a la que debían concurrir los posibles organismos gestores de estos polos, en la que se debía presentar un plan de desarrollo. Desde 2009 se han destinado 1.500 millones de eu-

ros a este programa y, como resultado del proyecto, 5.000 empresas formaban parte de los polos en 2007, el 80% de las cuales eran pequeñas y medianas. Entre ellos destaca el *cluster* de contenidos digitales denominado *Cap Digital*, en Île de France (alrededores de París), que asocia 20 grandes empresas, más de 600 pequeñas y medianas y 50 institutos de investigación. El *cluster* incluye varias comunidades: videojuegos, diseño digital, multimedia, noticias culturales, sonido e interactividad, robótica y objetos de comunicación, educación y formación digital, servicios móviles y aplicaciones, ingeniería del conocimiento, software libre y nuevas pautas de cooperación empresarial. De acuerdo con sus propios datos, en la región Île de France trabajan 423.000 personas en el sector tecnológico.

En Reino Unido, en noviembre de 2010, el primer ministro David Cameron anunció el compromiso del gobierno de promover en el este de Londres el programa *Tech City UK* (*Tech City*, 2011) con objeto de llegar a ser uno de los mayores centros tecnológicos del mundo. La estrategia iba dirigida a apoyar el *cluster* mediante la creación de las condiciones adecuadas para el crecimiento de los negocios digitales. Como resultado de este compromiso se creó el organismo *Tech City Investment Organisation* en abril de 2011, dependiente del *UK Trade and Investment* (agencia de comercio exterior británica), para ayudar al desarrollo del *cluster* a través de las siguientes actuaciones:

- atrayendo capital extranjero y estableciendo acuerdos de colaboración con empresas de capital riesgo para que se establezcan en *Tech City*;
- ayudando a los inversores a acceder al flujo de operaciones que se desarrollan en *Tech City*.
- apoyando a las compañías que quieren expandirse en mercados internacionales (organizando eventos con inversores extranjeros de Europa y Estados Unidos).

Tabla 2. Políticas públicas para la industria de contenidos digitales más relevantes

Clasificación de la medida	Reino Unido	Alemania	Francia	Estados Unidos	Israel
Creación y fomento de polos empresariales	<i>Tech City UK</i>	<i>Leading Edge Cluster Competition</i>	Polos de competitividad		
Búsqueda de nuevas formas de suministrar contenidos	<i>The Space, Digital Public Space</i>			<i>eTextbooks</i> educativos	
Programas específicos de internacionalización		German Silicon Valley Accelerator			Israel Export & International Cooperation Institute



Actualmente *Tech City* alberga más de 200 empresas de contenidos y empresas internacionales de capital riesgo (Solon, 2013). En cuanto al apoyo a la internacionalización de empresas, han organizado más de 25 eventos tanto en Reino Unido como en el extranjero, aunque los análisis de impacto indican que debe potenciar su actividad exportadora.

Dentro de este programa, el gobierno de Reino Unido puso recientemente en marcha el programa *Launchpad (UK Innovation, 2013)* para fortalecer e impulsar el *cluster* de contenidos digitales (*Tech City, 2012*). Su objetivo es continuar nutriendo al *cluster* de ideas innovadoras y asegurar que se desarrollen en el área proyectos novedosos. Estas ideas o proyectos deben estar orientados a la creación de productos o servicios digitales y están abiertas a compañías creativas.

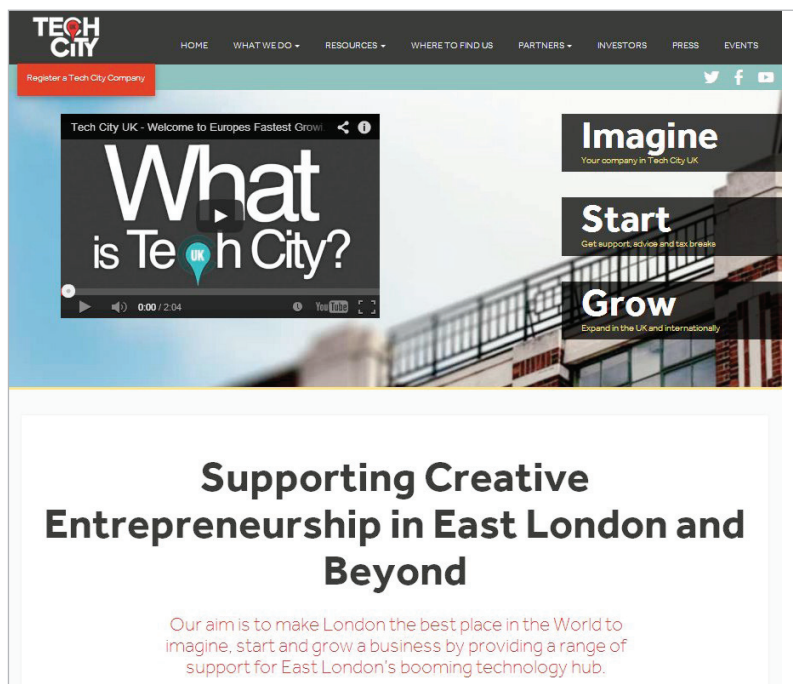
En Alemania la estrategia digital, tanto a nivel federal como estatal y regional, está orientada al fomento de las agrupaciones empresariales, lo que es común también en otras políticas públicas. En concreto la iniciativa *Leading Edge Cluster Competition* ha proporcionado asistencia y apoyo financiero a las regiones, estados y empresas para la creación de núcleos empresariales. Lanzada en 2007, se realizó con el objetivo de fomentar la formación de agrupaciones empresariales a lo largo de Alemania siendo desarrollada por el *Ministerio de Educación e Investigación* como parte de la estrategia de alta tecnología. Uno de sus principales objetivos es fomentar la creación de puentes entre las empresas, las entidades científicas y las administraciones. A través de tres rondas de financiación se prestó apoyo a quince *clusters* (con una ayuda financiera pública de hasta 40 millones de euros para cada uno) entre los que se encuentran algunos de los más destacados de la industria digital a nivel europeo.

En la estrategia digital alemana el fomento de las agrupaciones empresariales es común en varias políticas públicas

Uno de los principales contratiempos que las administraciones alemanas han percibido en la industria es el acceso al capital privado, especialmente en las primeras etapas de vida de las empresas, lo que impide que accedan al mercado muchas con formas de negocio prometedoras. Para ello, el gobierno federal y los gobiernos regionales han lanzado una serie de fondos de capital público que aportan financiación a empresas en las primeras etapas hasta que cuentan con madurez suficiente para acceder al capital privado.

### 3.2. Nuevas formas de suministrar contenidos

Las principales iniciativas en este ámbito se han encontrado en Reino Unido y Estados Unidos. En Reino Unido, el proyecto *The Space (Arts Council; BBC, 2012)* es una alianza entre



<http://www.techcityuk.com>

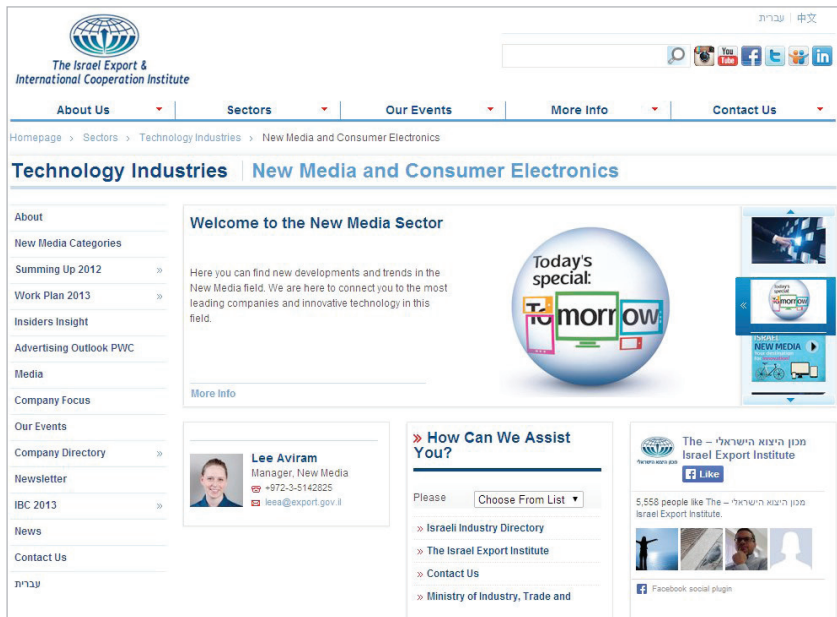
la *British Broadcasting Corporation (BBC)* y el *Arts Council of England* que tiene como principal objetivo incentivar la experimentación y la innovación en el ámbito de las artes (música, cine, baile, literatura...) y proporcionar una oportunidad de aprender sobre cómo conectar con las audiencias a través de las tecnologías digitales, además de permitir que estas disciplinas alcancen mayores audiencias.

En los EUA el proyecto de libros de texto educativos electrónicos es un ejemplo en la elaboración de contenidos atractivos en formato digital

*The Space* proporciona a los artistas una plataforma digital donde mostrar al público sus obras y les brinda la posibilidad de experimentar formas de conectar con la audiencia en un entorno digital muy innovador. Se trata de un programa piloto que estaba inicialmente planificado para el período comprendido entre el 1 de mayo y el 31 de octubre de 2012, prorrogado luego hasta el 31 de marzo de 2013. La plataforma y la infraestructura técnica son gestionadas por la *BBC* que proporciona también la solución tecnológica.

Otro proyecto es el *Digital Public Space (BBC, 2012)*, cuyo objetivo es compartir el patrimonio cultural del Reino Unido. Nació como una alianza entre la *BBC* y otras instituciones del país, como museos, archivos, bibliotecas, galerías y organizaciones educativas, que comparten la visión de no utilizar simplemente internet como un canal de distribución de contenidos, sino pasar a formar parte del entorno digital que les rodea.

En Estados Unidos el proyecto de libros de texto educativos electrónicos (*Federal Communications Commission, 2012*)



<http://www.export.gov.il/eng/Branches/Technologies/Newmedia/.aspx>

constituye un ejemplo en el desarrollo de contenidos atractivos en formato digital. El objetivo del gobierno es que todos los estudiantes del país tengan un libro de texto electrónico en 2017. En 2011 en el discurso sobre el estado de la Unión, el presidente Obama dijo: “Quiero que todos los estudiantes puedan aprender a través de dispositivos digitales”. La iniciativa, que está siendo liderada por la comisión *Leading Education by Advancing Digital*, prevé la utilización de libros de texto electrónicos en las escuelas, incluyendo la adquisición de los dispositivos y la tecnología necesaria. La ejecución del plan se está haciendo de forma coordinada con la industria, tanto con empresas tecnológicas como con compañías de telecomunicaciones y agentes del mundo editorial.

La creación de agrupaciones de empresas de contenidos digitales y tecnológicos se ha producido en todos los países relevantes del sector de contenidos

### 3.3. Programas de internacionalización

Las principales iniciativas en el ámbito de la internacionalización se pusieron en marcha en Israel y Alemania. El *Israel Export and International Cooperation Institute (leici, 2013)* fue creado en 1958 como una organización sin ánimo de lucro mediante un acuerdo entre el sector público y privado. Es el organismo encargado de promocionar las exportaciones de bienes y servicios israelíes, fomentar las relaciones comerciales y establecer alianzas estratégicas y acuerdos de colaboración con compañías extranjeras. El *leici* nació con un objetivo y una misión clara, superar las limitaciones del mercado local israelí y ayudar a las empresas a expandirse y competir de manera global. La mayor parte de las nuevas empresas en Israel nacen ya con idea de competir en los mercados internacionales utilizando el mercado local israelí a modo de prue-

ba. Un ejemplo de ello lo confirma el hecho de que el sector de contenidos digitales en Israel exportó en 2009 una cifra cercana a los 2.000 millones de dólares.

El instituto está estructurado en dos divisiones: bienes de consumo e industria tecnológica. Sobre esta última, el objetivo es incrementar las oportunidades de negocio para las compañías locales, y para ello organiza encuentros de negocios con inversores y grupos de interés extranjeros, ferias y reuniones de negocios, y establece acuerdos de cooperación y colaboración.

En Alemania el *German Silicon Valley Accelerator (Bundesministerium, 2012)* tiene su origen en el análisis e intento de superación de tres dificultades que afectan a las nuevas empre-

sas tecnológicas alemanas:

- falta de experiencia de los emprendedores alemanes y falta de apoyo profesional;
- mercado europeo heterogéneo;
- limitaciones en la obtención de capital riesgo.

El programa trata de apoyar a las empresas alemanas para que se conviertan en competidores globales, aprovechen las oportunidades financieras que brinda el mercado de Estados Unidos y aceleren su crecimiento aprovechando lo mejor de los dos mercados. La iniciativa proporciona a las empresas seleccionadas un programa acelerador de tres meses en Silicon Valley, pudiéndose prorrogar a otros tres meses adicionales para las compañías más prometedoras. Para determinar las compañías que iban a participar se valoraron más de 80 solicitudes y se seleccionaron diez compañías para el primer programa piloto.

### 4. Conclusiones y recomendaciones

La creación de polos de competitividad sectoriales es una idea llevada a cabo desde los albores de la industria del automóvil, con objeto de ganar en eficiencia, productividad y competitividad. El sector de contenidos no ha sido ajeno y la creación de agrupaciones de empresas de contenidos digitales y tecnológicos se ha producido en todos los países relevantes del sector como Alemania, Francia, Estados Unidos (Silicon Valley, Nueva York), Israel (Tel Aviv), Irlanda (Dublín) e India (Bangalore), entre otros. Los beneficios que proporcionan los polos de competitividad son reconocidos tanto en los aspectos cuantitativos (innovación en productos y servicios, crecimiento económico) como los cualitativos (incremento de la colaboración). Todos los expertos consultados coinciden en que un impulso desde las políticas públicas a la creación de polos de competitividad o *clusters* sería una medida acertada para el desarrollo del sector de contenidos digitales en España.

La internacionalización en un mercado tan globalizado como el digital puede tener efectos exponenciales en el cre-

cimiento de las empresas. Uno de los factores fundamentales de las grandes compañías y de los principales proyectos de contenidos es su dimensión internacional. El mejor ejemplo de la importancia de la internacionalización en el sector de contenidos digitales es Israel, donde las limitaciones del mercado local han provocado que las empresas de contenidos israelíes consideren al mercado israelí como un test de aceptación de sus productos, siendo una mera fase previa al mercado mundial.

A juicio de los expertos consultados es necesario generar políticas que ayuden a las empresas TIC españolas y, en particular, a las de contenidos digitales, a posicionarse en el mercado internacional, incluyendo este sector entre las prioridades de las instituciones encargadas de la promoción exterior, aumentando la inteligencia sobre las oportunidades disponibles, facilitando la financiación y las ayudas a la expansión internacional. Para un refuerzo efectivo del sector de los contenidos digitales, España se debe convertir además en un destino atractivo para inversiones TIC de empresas internacionales. Para ello la combinación de políticas fiscales, la simplificación administrativa y la disponibilidad de talento son imprescindibles.

Ejemplos como los de Israel y Estados Unidos han demostrado la importancia de emprender y de obtener capital para el avance de la industria de contenidos digitales. La continua exploración de oportunidades que supone la investigación a lo largo de los diferentes segmentos de la industria digital hace que dos aspectos cobren una gran importancia:

- Disponer de una cultura emprendedora en la sociedad en la que emprender sea concebido como una verdadera alternativa laboral y donde la concepción del fracaso sea la de una forma de aprendizaje.
- Atraer inversores que apoyen a las empresas en sus proyectos a lo largo de las diferentes etapas y necesidades de financiación.

Las políticas orientadas a la creación de nuevos contenidos se consideran también de interés aunque, según los expertos consultados, su aplicabilidad e impacto en la industria española sería menor.

## 5. Bibliografía

Arts Council England; British Broadcasting Corporation (2012). *The space*. <http://thespace.org/items/e0001n06?t=cwshd>

**Bouchard, Gerard** (2000). *Genèse des nations et cultures du nouveau monde. Essai d'histoire comparée*. Montreal: Boréal. ISBN: 9782764601105

British Broadcasting Corporation (2012). *Digital public space*. [http://www.bbc.co.uk/blogs/internet/posts/space\\_arts\\_projects](http://www.bbc.co.uk/blogs/internet/posts/space_arts_projects)

**Bulcours, Pablo; Cardozo, Nelson** (2008). "Dinámica estatal y políticas públicas: estrategias para la construcción de un modelo de análisis comparado". *Nuevo espacio público*, n. 1, octubre, pp. 15-54. <http://goo.gl/CTUe16>

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2012). *German Silicon Valley accelerator*.

<http://germanaccelerator.com/program/program-overview>

Bundesministerium für Bildung und Forschung (2012). *Leading edge cluster competition*. <http://www.bmbf.de/en/20741.php>

Federal Communications Commission; U.S. Department of Education (2012). *Digital Textbook Playbook*. <http://www.fcc.gov/encyclopedia/digital-textbook-playbook>

Gaptel (2006). *Contenidos digitales. Nuevos modelos de distribución online*. Madrid: Red.es. [http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/3\\_2\\_0.pdf](http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/3_2_0.pdf)

**Grau, Mireia; Mateos, Araceli** (2002). *Análisis de políticas públicas en España: enfoques y casos*. Valencia: Tirant lo Blanch. ISBN: 978 8484426622

Israel Exports and International Cooperation Institute (2013). *New media*. <http://www.export.gov.il/eng/Branches/Technologies/Newmedia.aspx>

Ministère de l'Économie et des Finances (2006). *Les pôles de compétitivité*. <http://competitivite.gouv.fr>

Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2013a). *Agenda digital para España*. [http://www.agendadigital.gob.es/agenda-digital/recursos/Recursos/1.%20Versi%C3%B3n%20definitiva/Agenda\\_Digital\\_para\\_Espana.pdf](http://www.agendadigital.gob.es/agenda-digital/recursos/Recursos/1.%20Versi%C3%B3n%20definitiva/Agenda_Digital_para_Espana.pdf)

Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2013b). *Plan de impulso de la economía digital y los contenidos digitales*. <http://www.agendadigital.gob.es/planes-actuaciones/Paginas/plan-impulso-contenidos-digitales.aspx>

Ontsi (2012). *Informe anual de los contenidos digitales en España (edición 2012)*. <http://goo.gl/9hJSE>

**Parsons, Wayne** (2008). *Políticas públicas: una introducción a la teoría y la práctica del análisis de las políticas públicas*. Buenos Aires: Miño y Dávila. ISBN: 978 9709967067

**Smelser, Neil J.** (2003). "On comparative analysis, interdisciplinarity and internationalization in sociology". *International sociology*, v. 18, n. 4, pp. 643-658. <http://goo.gl/iL5pGg>

**Solon, Olivia** (2013). "Private sector advocacy group aims to support London tech scene". *Wired magazine*. <http://www.wired.co.uk/news/archive/2013-04/17/tech-london-advocates>

Tech City (2011). *Tech City impact report*. <http://brandfeed.co/brand/post/view/164/13170>

UK Innovation Agency (2013). *Launchpads*. <http://goo.gl/S103JT>

**Urueña-López, Alberto; Hidalgo-Nuchera, Antonio** (2013). "La información en la economía del conocimiento: retos y oportunidades para España". *El profesional de la información*, julio-agosto, v. 22, n. 4, pp. 339-345. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2013.jul.10>





# CRISIS FINANCIERA Y BRECHA NORTE-SUR EN LOS GRANDES GRUPOS MEDIÁTICOS DE LA UE



## Fátima Fernández-Fernández y Francisco Campos-Freire



**Fátima Fernández-Fernández** es licenciada en periodismo por la *Universidad de Santiago de Compostela (USC)*, con especialidad en periodismo electrónico y multimedia. Máster en desarrollo regional e integración económica por la *USC*. Colaboradora del grupo de investigación *Novos Medios* de la *USC*, su estudio se centra en el papel de los medios para el desarrollo económico y social, aunque también ha trabajado en las repercusiones de la crisis económica en la gestión de la empresa informativa.

<http://orcid.org/0000-0001-9259-5790>

[fatima.fer.1990@gmail.com](mailto:fatima.fer.1990@gmail.com)



**Francisco Campos-Freire** es periodista y profesor de gestión de la empresa informativa y audiovisual de la *Fac. de Ciencias de la Comunicación* de la *Univ. de Santiago de Compostela (USC)*. Licenciado en ciencias de la información por la *Univ. Complutense de Madrid*, doctor por la *USC*, acreditado como catedrático de universidad por la *Aneca* en 2011, es también MBA en dirección y gestión de empresas industriales y de servicios, y experto europeo en gestión de responsabilidad social corporativa y de la calidad. Ha editado libros sobre cambios en el escenario mediático, gobernanza y gestión de redes sociales.

<http://orcid.org/0000-0003-1831-1838>

[francisco.campos@usc.es](mailto:francisco.campos@usc.es)

*Universidad de Santiago de Compostela*

*Facultad de Ciencias de la Comunicación, Departamento de Ciencias de la Comunicación*

*Avda. Castela s/n. 15705 Santiago de Compostela, España*

## Resumen

La crisis y los ajustes económicos en los grandes grupos de medios comunicación de la *Unión Europea* han incrementado la brecha Norte-Sur en cuanto a solidez financiera, competitividad y capitalización, a favor de los modelos centro europeo y anglosajón. Los resultados financieros de los 93 mayores grupos y empresas del sector en la UE evidencian no sólo los efectos perniciosos de la financiarización y la coyuntura económica, sino también el incremento de las divergencias regionales en la UE-28. Los países mediterráneos, con los peores resultados, son los más expuestos a estos peligros y muestran los escasos avances en la convergencia del sector mediático europeo en cuanto a gestión económica y solidez para cumplir sus cometidos sociales. La crisis ha reforzado la posición de los grupos mediáticos del Norte frente a un debilitado Sur, que ya partía de una mayor dependencia por su mayor exposición a intereses partidistas. La difusión diaria de prensa en la UE bajó de 115,33 millones de ejemplares distribuidos en 2008 a 82,54 millones en 2012, un 27,73% menos. El 64,5% de los grandes medios cotizados en la UE-28 se concentra en cinco países. El 52,7% de los medios cuenta con participaciones significativas de instituciones financieras.

## Palabras clave

Crisis económica, Financiarización, Cotización bursátil, Apalancamiento, Concentración, Convergencia.

**Title: Financial crisis and North-South gap within the main media groups in the EU**

## Abstract

The financial crisis and the economic adjustments within the most important media groups of the European Union (EU) have enlarged the North-South gap regarding financial strength, competitiveness and capitalisation, favouring Center European and UK patterns. The financial results of the 93 biggest media groups and enterprises in the EU provide evidence of not only the pernicious effects of financialization, but also the increase of regional divergences within the EU-28. The Mediterranean countries, which have got the worst results in all of the indicators analysed, are the most exposed to those dangers and confirm the poor advances of the media sector regarding convergence of management and economic solidity, at the expense of their capability to fulfil their social aims. The crisis has strengthened the position of the media groups in the North in front of the weakened South, that already had a greater dependence by its greater exposure to partisan interests. The daily circulation of press in the EU fell from 115.33 million copies distributed in 2008 to 82.54 in 2012, 27.73% less. 64.5% of the major media listed in the EU-28 is concentrated in five countries. 52.7% of the media has significant holdings in financial institutions.

Artículo recibido el 09-11-2013

Aceptación definitiva: 09-03-2014

## Keywords

Economic crisis, Financialization, Exchange quotation, Indebtedness, Concentration, Convergence.

**Fernández-Fernández, Fátima; Campos-Freire, Francisco (2014).** "Crisis financiera y brecha Norte-Sur en los grandes grupos mediáticos de la UE". *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 23, n. 2, pp. 126-133.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.04>

## 1. Introducción

La progresiva desvinculación entre economía real y mercados financieros no es un fenómeno inmediato, pero en buena medida sus efectos sí lo son. La globalización de los mercados financieros y el triunfo del pensamiento económico neoliberal prometían en los años ochenta encaminar a las economías del *Mercado Común* europeo hacia la convergencia, a través de la lógica de la asignación eficiente de recursos. Sin embargo, las hipótesis que subestimaron la probabilidad de choques asimétricos en una unión económica se revelaron poco acordes con la realidad que sobrevino en 2008. Esta investigación estudia la evolución económica de las principales empresas de comunicación privadas de la UE entre 2008 y 2012, para comprobar los efectos de la crisis en términos de convergencia económica y social del sector.

Para ello, en este trabajo se analizan en profundidad la evolución bursátil y los estados de cuentas de 93 firmas mediáticas identificadas en los mercados de valores bursátiles europeos durante el período señalado. Este conjunto de empresas, que en el ámbito audiovisual se complementan con las de propiedad pública, en el característico modelo dual europeo (Doyle, 2012), representan la mayoría del capital y de la capacidad presupuestaria de la industria mediática de la Unión Europea.

De acuerdo con Núria Almiron (2009), creemos necesario recuperar la "aproximación heterodoxa y multidisciplinar" de la economía política de la comunicación (Schiller, 1989; Garnham, 1990; McChesney, 1999; Waterman, 2001; Mosco, 2006; Richeri, 2008) para considerar en conjunto la perspectiva histórica y política, las relaciones de poder, los resultados económicos, el análisis estructural y la componente ética que subyacen a la evolución del papel de los medios en la sociedad como servicio de reconocido interés público (Bucley *et al.*, 2008).

## 2. Cambios cíclicos, crisis y financiarización

La tormenta perfecta de los últimos diez años en el mundo de los medios de comunicación (Nielsen, 2012) fue engrosada por los cambios cíclicos de la economía, la financiarización de las políticas empresariales, los procesos de adaptación a la innovación disruptiva (Christensen, 1999) provocada por los retos de internet, los cambios en los modelos de negocio y la crisis general de 2008.

Según el profesor danés Rasmus-Kleis Nielsen (2012), investigador del *Reuters Oxford Institute*, los cambios cíclicos han tenido un efecto más dramático e inmediato en los ingresos de las compañías de medios que el auge de internet, aunque con tendencias convergentes de largo plazo y cambios notables en los modelos de negocio (fragmentación de medios y

audiencias de masas y debilitamiento del sistema publicitario tradicional, basado en la economía de la atención).

Gran parte de las compañías de medios de comunicación occidentales fueron sorprendidas por las dos crisis económico-financieras del siglo XXI —en 2000/03 y sobre todo en 2008— en pleno crecimiento y expansión de su nivel de endeudamiento para afrontar el desarrollo de sus estrategias de internacionalización, concentración y digitalización (Doyle, 2013; Bouquillion, 2008). Ese endeudamiento se genera a través de recursos ajenos, préstamos bancarios y/o ampliación de capital bursátil, forzando la revalorización financiera de las compañías (Downing, 2011).

El análisis de la relación deuda/*ebitda* de las empresas de medios de comunicación en la segunda parte de la primera década del siglo XXI revela los síntomas de la teoría del ciclo económico. Los economistas de la escuela de Viena explicaron que la acumulación del crédito bancario, el crecimiento económico inducido y los errores en las inversiones en las fases de auge del ciclo económico, acaban destruyendo valor cuando estalla la burbuja financiera (Alonso-Neira; Bagus; Rallo, 2011).

El indicador financiero *ebitda* (*earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization*), que refleja el beneficio bruto de explotación de una compañía (antes de deducir los intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones), ofrece una imagen bastante fiel de lo que se está ganando o perdiendo en el negocio puro y duro. El beneficio de explotación es el margen de maniobra para la presión de la amortización de la deuda, aunque ésta también puede estar influida por la mayor o menor liquidez de los operadores financieros (el endeudamiento y riesgo bancario).

En términos de la relación deuda/*ebitda*, la calificación del apalancamiento financiero de las empresas de medios de comunicación entre 2007 y 2012 se mantiene en el nivel más negativo de los trece principales sectores industriales de la economía mundial, según la valoración de solvencia que anualmente realiza *Moody's Financial Metrics* (2012). A la deuda de las compañías del sector mediático se le atribuye la calificación "Ba", que equivale a "calidad de crédito cuestionable".

La mayor parte del crecimiento durante la década anterior a 2008 se basó en el endeudamiento y en las ganancias aparentes, impulsados por las lógicas del capitalismo global y las narrativas de la financiarización impuestas por una nueva élite de gestión retribuida en función de opciones sobre resultados bursátiles de corto plazo, en lugar de por las ganancias a medio y largo plazo (Davis, 2012; Almiron, 2013). Kedrosky y Stangler (2011) analizan las relaciones y consecuencias de la financiarización y el crecimiento econó-

mico en los períodos de fuerte innovación, recordando los efectos de las “burbujas” de internet (2000/03) y la crisis de 2008 con las palabras de **John-Maynard Keynes**: “cuando la gestión del capital se convierte en un juego de casino, algo va muy mal en la economía”.

El dilema financiero y tecnológico se impuso en las políticas estratégicas de comunicación en las dos últimas décadas del pasado siglo XX, reemplazando el eje de interés socio-político y de servicio público de los sistemas mediáticos que había prevalecido desde la Segunda Guerra Mundial, por el de los intereses mercantiles y la concentración para hacer frente al reto de la globalización (**Van-Cuilenberg; McQuail**, 2003). La intervención europea se enfocó al ámbito económico y al éxito del mercado interior, en detrimento de los objetivos de interés público, pluralismo, diversidad y universalidad (**Brevini**, 2013; **Donders; Pauwels; Loisen**, 2014).

La difusión diaria de prensa en la UE bajó de 115,33 millones de ejemplares distribuidos en 2008 a 82,54 millones en 2012, un 27,73% menos

Las tendencias que señala **Richeri** (2008) sobre la industria de los medios hasta el año en que eclosiona la crisis financiera se centran en la concentración de propiedad y mercados, la búsqueda de sinergias operativas, la globalización empujada por la economía y las finanzas, y el desplazamiento de los modelos de pago de la economía de la atención (industria de la publicidad) hacia el pago directo por los contenidos.

Datos globales comparativos de la evolución de la prensa en los distintos mercados europeos reflejan esas tendencias, según la *Asociación Mundial de Periódicos (WAN-IFRA)*, (2012). El número de títulos de periódicos editados en Europa descendió entre 2008 y 2012 de 1.850 a 1.612, un 13,61% menos. El descenso es mayor en el volumen de difusión diaria, que bajó de 115,33 millones de ejemplares distribuidos a 82,54 millones en 2012, un 27,73% menos. Los ingresos por publicidad cayeron también un 28,11%, de 129.791 millones en 2008 a 91.600 en 2012. Los países con mayor número de cierres de periódicos y descenso en su difusión entre 2008-2012 son Rumanía, Lituania, Polonia, Ucrania, Portugal, España, Estonia, Croacia, Bulgaria, Italia y Dinamarca, esto es, los países mediterráneos y orientales.

### 3. Medios de comunicación y crisis económica

#### 3.1. Dónde están los grandes medios

Los medios que han alcanzado un tamaño y solidez suficientes para cotizar en el mercado de valores poseen mayor capacidad para beneficiarse de economías de escala, financiación internacional e influencia política y social. Pero también están sometidos a mayor presión financiera interna y externa. Por ello, saber dónde están contribuye a localizar, tanto a los países con más capacidad e incentivos para influir en términos económicos y políticos en la UE, como a los potenciales perjudicados.

Esta investigación localiza y examina 93 grupos de comunicación presentes en los mercados de valores de la UE-28 para observar su evolución ante la crisis económica. Mediante un rastreo exhaustivo de las empresas cotizadas en los parqués de cada país miembro de la UE, se han identificado y analizado todas las que se definen como pertenecientes al sector mediático. De ellas, se han descartado aquellas cuyo negocio está exclusivamente dirigido a la publicidad o a otros sectores no relacionados directamente con los medios de comunicación, para trabajar únicamente con las empresas y grupos que dedican al menos una parte de su actividad a la televisión, la radio o la prensa escrita. De esta manera, se ha perseguido analizar el universo, y no sólo una muestra, de las principales empresas del sector en la UE.

La elección de las empresas de medios cotizadas en los mercados de valores obedece a dos razones:

- el peso relativo de dichas empresas en sus respectivos sectores;
- la cantidad de información sobre gestión y resultados económicos que toda empresa debe hacer públicos una vez sale a los mercados, lo que permite no sólo conocer sus números, sino compararlos con relativa facilidad gracias a la homogeneidad de los datos.

Del análisis destaca el abismo entre los miembros de la UE-15 y la docena de países del este incorporados más tarde. Los primeros han alimentado grandes corporaciones mediáticas capaces de rebasar fronteras; mientras que los segundos, que partían de una posición desfavorable con economías en transición, apenas han conseguido superar las barreras de entrada y alcanzar las economías de escala que requiere un mercado maduro y competitivo.

El 64,5% de los grandes medios cotizados en la UE-28 se concentra en cinco países

Los 93 grupos de comunicación identificados en los parqués europeos pertenecen a sólo 14 países. De ellos, 19 cotizan en Reino Unido, 14 en Francia, 12 en Italia, 9 en Grecia y 6 en Alemania. Es decir, el 64,5% de los grandes medios cotizados en la UE-28 se concentran en cinco países. De los 9 estados restantes con grandes medios en el mercado de valores, 8 son también de la Europa occidental: Bélgica (5), Dinamarca (2), España (4), Finlandia (5), Holanda (5), Irlanda (2), Portugal (4) y Suecia (3). Del lado oriental, sólo destaca *Central European Media Enterprises (CEME)*, nacida en la República Checa, con gran influencia en países del este. Actualmente tiene su sede en las Bermudas y a *Time Warner* como accionista mayoritario, lo que cuestiona su afiliación regional.

Este resultado concuerda con las proposiciones de los investigadores del *Reuters Institute for the Study of Journalism* de la *Universidad de Oxford* (**Jebri; Stetka; Loveless**, 2013) sobre la configuración del escenario mediático actual en la Europa oriental. Tras la caída de los sistemas comunistas, estos países asistieron a una rápida privatización a través de capitales internacionales (británicos y alemanes, principalmente), unida al debilitamiento de los sistemas de radiotele-



levisión pública y a un proceso de concentración de propiedad y mercados. Hasta la crisis de 2008, esta situación dio lugar a tasas de crecimiento del sector más elevadas que en otras zonas de Europa; pero, a partir de entonces, también la recesión fue más acusada que en otros países occidentales. Las desinversiones de multinacionales a favor de élites de fuertes conglomerados locales, favoreció un control político y empresarial de los medios más allá de las propias lógicas económicas. “El modelo de negocio al estilo occidental es más una excepción que una regla en algunos de esos países, por la crisis y la salida de inversores extranjeros”, explican los investigadores.

Por otra parte, 42 de los 93 grupos operan fuera de sus fronteras; nueve de ellos, en diez o más países. Por lo tanto, se percibe un desequilibrio de fuerzas que perjudica a los países que no han conseguido llevar sus medios de comunicación a posiciones más sólidas.

### 3.2. A quién pertenecen los medios

De las 93 empresas analizadas, en al menos 31 el principal accionista es un agente financiero, ya sean bancos o fondos de inversión. Si ampliamos el análisis a los medios con participaciones significativas de instituciones financieras, la cifra se eleva a 49 (52,7%), muestra de su creciente poder económico y político en los últimos años, como señalan **García-Santamaría** (2012) y **Almiron y Segovia** (2012). Que los principales grupos de comunicación de la UE dependan de fondos de inversión y bancos (a través del accionariado o de la continua refinanciación de ingentes deudas) implica que su gestión priorice, a corto plazo, la rentabilidad económica sobre la social.

El segundo tipo más común de accionista significativo corresponde a familias fundadoras o sus herederos. Los datos muestran que en los países del Sur la propiedad familiar continúa más extendida que en el resto de la UE. En el caso opuesto, en consonancia con su papel de centro financiero y liberal europeo, en el Reino Unido predomina claramente el capital de bancos y fondos de inversión.

Tras estos, son otros medios de comunicación los que ocupan puestos importantes en las juntas de accionistas. Por un lado, la búsqueda de economías de escala hace frecuentes las fusiones y actúa en detrimento del pluralismo. Por otro, el elevado endeudamiento contraído en época de bonanza, imposible de afrontar para muchos en crisis, ha llevado a la fusión o absorción de compañías al borde de la quiebra. De esta situación sacan ventaja los grupos más saneados, que crecen en dimensión y cuotas de poder a muy bajo coste.

### 3.3. Capital financiero y capital social

Una cuestión central en el debate sobre crisis de los medios es qué tipo de bien se consideran. **Habermas** (2009) defiende el “carácter especial del bien de consumo que denomi-

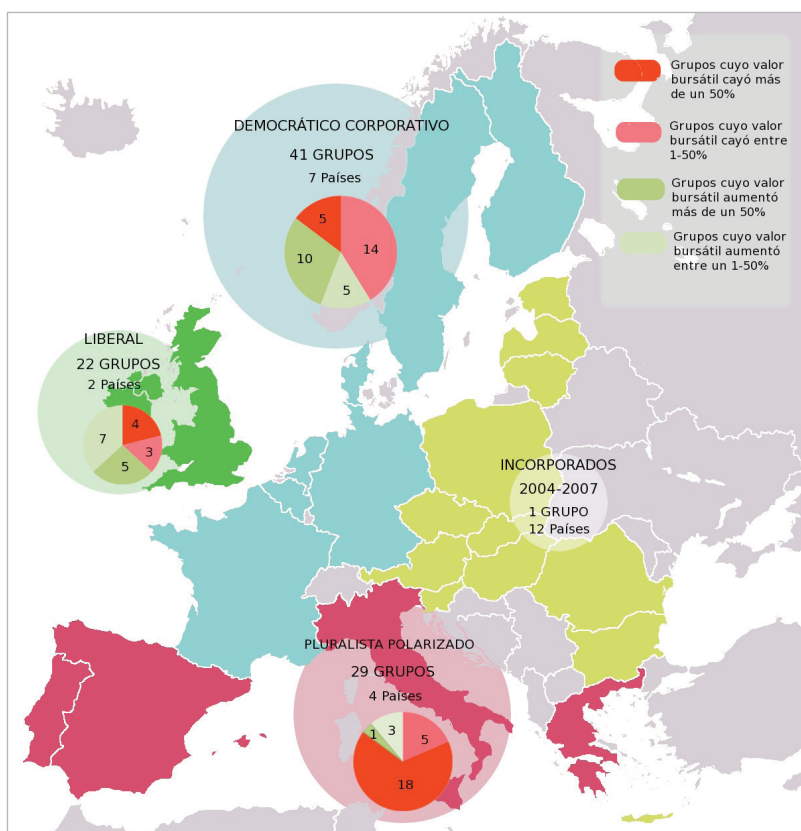


Figura 1. Evolución de los grupos mediáticos en bolsa por regiones (Hallin; Mancini, 2008). Fuente: Bloomberg y mercados nacionales de valores.

namos ‘comunicación política y cultural’” (p. 131), no sólo porque “esta mercancía también pone a prueba las preferencias de sus compradores y las transforma”, sino también porque las audiencias “no son sólo consumidores, esto es, participantes en el mercado, sino que al mismo tiempo son ciudadanos con derecho a participar en la cultura, a observar los acontecimientos políticos y a tomar parte en la formación política de la opinión” (p. 132). También la *Unesco* (2013) y el *Banco Mundial* (Islam; Djankov; McLeish, 2002) destacan el rol de los medios para incentivar la transparencia y evitar la corrupción de los gobiernos. Además, al reducir las asimetrías de información, contribuyen a explotar las externalidades económicas positivas de la “economía del aprendizaje” (Stiglitz, 2011).

El 52,7% de los medios cuenta con participaciones significativas de instituciones financieras

El argumento académico se enfrenta, en el esquema liberal anglosajón y en países europeos como España, al propio sector, que defiende que la mejor regulación es la no regulación (Díaz-Nosty, 2011). Entre ambas posiciones, tanto el papel de los medios en la integración, como el rol del marco legislativo en la libertad de expresión y el derecho a la información, han sido discutidos en numerosas ocasiones en la Unión Europea con escaso consenso (Cafaggi; Casarosa, 2012).

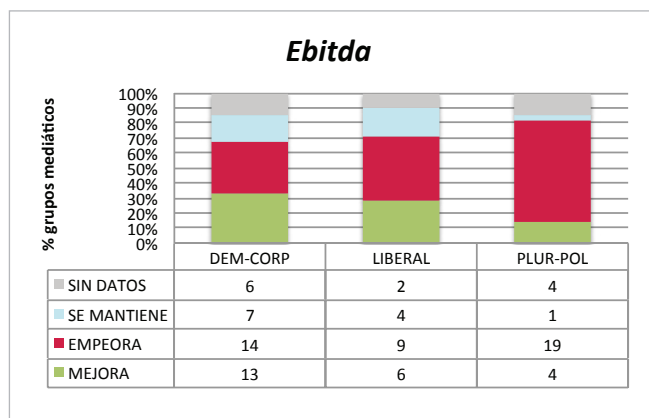


Figura 2. Evolución *ebitda* por regiones (2007-2011). Fuente: estados de cuentas de grupos mediáticos en bolsa.

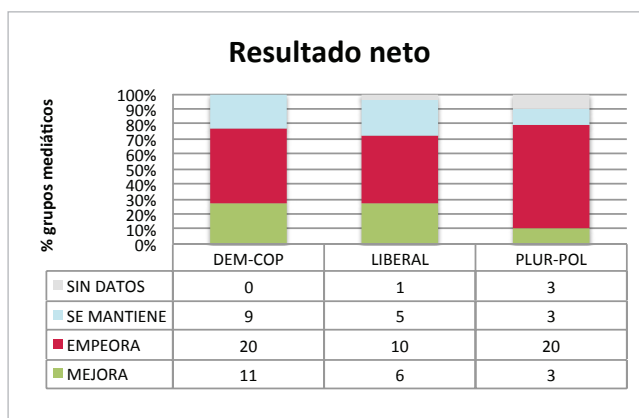


Figura 3. Evolución resultado neto por regiones (2007-2011). Fuente: estados de cuentas de grupos mediáticos en bolsa.

#### 4. La crisis acentúa las diferencias regionales

Las perspectivas de **Hallin y Mancini** (2004) y **Díaz-Nosty** (2005) nos aproximan al fenómeno de la dependencia de la senda (**North**, 1990) en los sistemas mediáticos. Los primeros dividen el territorio europeo en tres modelos, entre los que **Díaz-Nosty** señala al del Sur como el más empobrecido en términos cualitativos y democráticos. Avanzada ya la integración, las circunstancias estructurales de cada subregión no parecen acercarse al equilibrio a través de los mecanismos de mercado, por lo que la UE-28 queda dividida también en sus consideraciones democráticas.

La vigencia de las aseveraciones de **Hallin y Mancini**, que han servido de base para numerosos estudios empíricos, se confirma en análisis recientes en el ámbito europeo (**Mutu; Botella**, 2013) y estatal (**Bonet; Arboledas; Fernández-Quijada**, 2013). Aunque los resultados difieren en su grado de identificación con las características descritas para cada región —**Bonet, Arboledas y Fernández-Quijada** (2013) creen que el audiovisual español sigue un esquema híbrido, ya que su análisis no confirma el fuerte pluralismo externo-, su elección ratifica su validez como punto de partida.

La crisis ha reforzado la posición de los grupos mediáticos del Norte frente a un debilitado Sur, que ya partía de una mayor dependencia por su mayor exposición a intereses partidistas

##### 4.1. Patrones regionales en los resultados bursátiles

Para observar las pautas regionales durante la crisis, se ha recogido el último valor bursátil de cada año del período 2008-2012 para las empresas estudiadas. Después se ha analizado a qué países pertenecen las empresas que más valor han perdido en el último lustro y a cuáles las que han mejorado sus cotizaciones a pesar de la coyuntura.

De las 93 firmas estudiadas, se han conseguido datos para 87, aunque de estas sólo 80 ofrecen cifras para todo el período. Se ha observado que 49 de estas compañías han perdido valor en los parqués frente a las 31 que consiguieron incrementarlo.

El análisis muestra dónde se concentran los grupos mediáticos con mayor poder de expansión y cuáles están en condiciones de llevarla a cabo. Los grupos más afectados por la crisis han sido, con diferencia, los de la región mediterránea, donde 23 compañías han empeorado sus valoraciones bursátiles, frente a las cuatro que las han mejorado. La región democrático-corporativa y los países anglosajones, en el lado opuesto, han mejorado los resultados de buena parte de sus grupos en los mercados. Aunque la liberal es la única región donde las mejorías superan a los fracasos, en términos absolutos es la democrático-corporativa la que más grupos fortalecidos posee. Además, son también sus compañías las que han adquirido mayor solidez en bolsa, doblando 10 de ellas su valor en cuatro años.

Hay que matizar la división canónica de **Hallin y Mancini** en aspectos como el engañoso encuadre de Irlanda en la región liberal. Con un mercado pequeño, dominado por el Reino Unido y una caída en picado del valor de sus medios, se parece más al resto de los países incluidos en el acrónimo *pigs*, concentrados en el Sur de Europa (**Fernández-Fernández; Campos-Freire**, 2013).

Con todo, existen paralelismos significativos entre la evolución bursátil de los grupos mediáticos y sus entornos económicos. Además, observamos que la crisis ha reforzado la posición de las compañías del Norte frente a un debilitado Sur, que partía ya de una mayor dependencia económica por su tradicional exposición a intereses partidistas. En los grupos de países del este, con su ínfima presencia en los parqués, la situación resulta aún más crítica.

##### 4.2. Patrones regionales en las cuentas de resultados

Las cuentas de resultados muestran que la tendencia negativa, en parte como consecuencia de la crisis económica en un sector muy financiarizado, ha sido generalizada. Aún sin informes para 2012 cuando se realizó este proyecto, los de 2007 a 2011 certifican que, de las 58 empresas para las que hay datos completos, 40 empeoraron sus *ebitdas*. El resultado neto cayó en 54 de las 73 empresas de las que se han logrado datos. En cuanto a posición financiera neta, también es el Sur el más perjudicado, pese a que sus grupos mediáticos han sido los que más han priorizado reducirla.

La región mediterránea es la peor parada en cualquiera de

las magnitudes. Con todo, de nuevo es necesario matizar la división inicial de **Hallin y Mancini** (2008). Por una parte, aún con datos negativos, Italia ha mostrado un mejor comportamiento que sus vecinos del Sur; mientras que Irlanda empuja de nuevo a la baja los resultados de la región liberal. Por último, aunque las compañías de la región democrático-corporativa se muestran en general más sólidas, Alemania presenta, con diferencia, los mejores resultados.

La convivencia entre grandes generadores de opinión a precio de saldo con otros de gran fortaleza (concentrados principalmente en Alemania, Francia y Reino Unido), exige medidas para evitar una carrera hacia el pensamiento único, hacia la pérdida de matices lingüísticos y culturales y hacia un deterioro de la democracia que, en caso de consumarse, sería difícilmente reversible (*Consejo de Europa*, 2004). Por ello, a nuestro juicio, avanzar en la regulación de la propiedad y la protección del pluralismo resulta necesario para que las circunstancias económicas no empobrezcan el derecho fundamental a la formación e información de calidad.

## 5. Conclusión

La necesidad de renovar el modelo tecnológico y económico de los medios de comunicación, que se hizo impostergable en los últimos diez años, fue engrosada por los cambios cíclicos de la economía, la financiarización de las políticas empresariales y la crisis general de 2008. Esta última ha tenido un efecto más dramático e inmediato en los ingresos de las compañías de medios que el auge de internet, aunque con tendencias convergentes de largo plazo y cambios notables en los modelos de negocio.

Gran parte de las compañías de medios de comunicación occidentales fueron sorprendidas por las dos crisis económico-financieras del siglo XXI en pleno crecimiento y expansión de su nivel de endeudamiento para desarrollar estrategias de internacionalización, concentración y digitalización.

La mayor parte del crecimiento durante la década anterior a 2008 se basó en el apalancamiento y en las ganancias aparentes, impulsados por las lógicas del capitalismo global y las narrativas de la financiarización, que prioriza los resultados bursátiles de corto plazo sobre las ganancias a medio y largo plazo. El dilema financiero y tecnológico se impuso en las políticas estratégicas de comunicación en las dos últimas décadas del siglo XX, reemplazando el eje de interés sociopolítico y de servicio público por el de los intereses mercantiles y la concentración para hacer frente al reto de la globalización.

Aunque en general la crisis ha golpeado al sector de los medios de comunicación en toda la UE-28, las diferencias regionales son notables. Un lustro después del inicio de la crisis financiera que devino en crisis general, el escenario de partida ha ahondado en sus carencias. Los países del Oeste de la UE poseen un sector competitivo con capacidad de exportar dentro y fuera de la UE. Mientras, los recién incorporados, incapaces de competir, ven dominado su panorama mediático por empresas extranjeras, en detrimento del pluralismo y de la diversidad lingüística y cultural que pretendía promover la regulación individual de los medios.

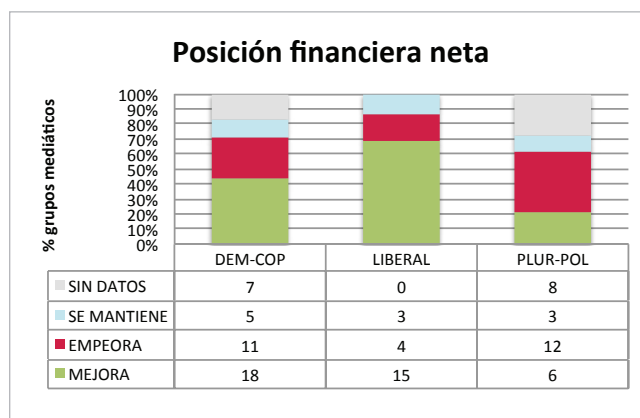


Figura 4. Evolución posición financiera neta por regiones (2007-2011). Fuente: estados de cuentas de grupos mediáticos en bolsa.

Las cuentas de resultados y las cifras bursátiles señalan que la crisis ha tendido a incrementar la brecha mediática entre Norte y Sur de la UE. Aunque con leves matices, la división regional propuesta por **Hallin y Mancini** (2008) mantiene su vigencia, dado que la coyuntura económica ha fortalecido a los países del Norte y ha debilitado a los mediterráneos, construyendo un escenario proclive a absorciones donde unos pocos países cuentan con la capacidad e influencia para inclinar a su favor la balanza política y económica de toda la UE. Además, la elevada dependencia del sector financiero —como accionista y/o acreedor— resta independencia a los medios y muestra que regular la propiedad, proteger el pluralismo y paliar la concentración son un imperativo para garantizar el derecho a la información.

« La elevada dependencia del sector financiero —como accionista y/o acreedor— resta independencia a los medios »

## 6. Notas

### Propuesta de Hallin y Mancini

- Modelo pluralista polarizado: propio de los países mediterráneos. La estrecha relación entre los medios y los partidos políticos impulsó “un sistema pluralista de medios de comunicación que cubre con seriedad asuntos políticos, pero paralelamente contribuyó al elitismo del periodismo” (2004, p. 129) y a la desigualdad entre lectores.
- Modelo democrático corporativo: característico del Norte y el Centro de Europa. En él coexisten una prensa comercial de gran tirada y otra vinculada a grupos políticos y civiles, que se combina con la coexistencia de tradiciones liberales de libertad de prensa y de fuerte intervención estatal de los medios de comunicación, concebidos “como una institución social y no exclusivamente como negocios privados” (2004, p. 179).
- Modelo liberal: propio del Atlántico Norte, con un fuerte desarrollo de la prensa comercial y de la radiotelevisión privada, así como una tradición de la información basada en la norma de la objetividad.



## Financiarización

**García-Santamaría** (2012) define financiarización como el “creciente dominio de los mercados sobre el conjunto de la dinámica económica”, dado su poder de acumulación de capital y una mayor capacidad de obtención de beneficios que los derivados de la producción y comercialización de mercancías.

## Pigs

El término peyorativo *pigs*, nacido del acrónimo *PIIGS*, alude al pésimo estado financiero de las economías que se esconden tras sus siglas, a saber Portugal, Italia, Irlanda, Grecia y España (**Fernández-Fernández; Campos-Freire**, 2013), el cual se hizo manifiesto tras el impacto de la crisis en la Unión Europea.

## Participaciones significativas

De acuerdo con el artículo 23 del *Real decreto 1362/2007*, de 19 de octubre, de desarrollo de la *Ley del mercado de valores* (título segundo), se consideran participaciones accionariales significativas aquéllas que alcancen, superen o se reduzcan por debajo de los umbrales de 3%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 30%, 35%, 40%, 45%, 50%, 60%, 70%, 75%, 80% y 90% de los derechos de voto del emisor. Estas son las operaciones de adquisición o de cesión que deben ser preceptivamente notificadas al emisor y a la *CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores)*.

## 7. Bibliografía

**Almiron, Núria** (2009). “Economía política y comunicación: una aproximación epistemológica a los orígenes”. *Revista latina de comunicación social*, v. 64, pp. 563-571.

[http://www.revistalatinacs.org/09/art/46\\_845\\_ULEPICC\\_01/38Almiron.html](http://www.revistalatinacs.org/09/art/46_845_ULEPICC_01/38Almiron.html)

<http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-845-563-571>

**Almiron, Núria** (2013). “Board compensations in the media industry: global elite networks and financialization”. *The political economy of communication*, v. 1, n. 2, pp. 28-43.

<http://polecom.org/index.php/polecom/article/view/20>

**Almiron, Núria; Segovia, Ana I.** (2012). “Financialization, economic crisis, and corporate strategies in top media companies: the case of *Grupo Prisa*”. *International journal of communication*, n. 6, pp. 2894-2917.

<http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1793>

**Alonso-Neira, Miguel-Ángel; Bagus, Philipp; Rallo, Juan-Ramón** (2011). “Teorías del ciclo económico: principales contribuciones y análisis a la luz de las aportaciones de la escuela austríaca de economía”. *ICE: Tendencias y nuevos desarrollos de la teoría económica*, enero-febrero, n. 858, pp. 71-87.

<http://goo.gl/xjfsjgD>

**Bonet, Montse; Arboledas, Luis; Fernández-Quijada, David** (2013). “Innovación tecnológica y servicio público: el abismo entre políticas y realidad”. *Derecom*, junio-agosto, n. 14, pp. 40-57.

<http://www.derecom.com/numeros/pdf/bonet.pdf>

**Bouquillion, Philippe** (2008). *Les industries de la culture et de la communication: les stratégies du capitalisme*. Grenoble: Presses Universitaires.

**Brevini, Benedetta** (2013). “European Commission media policy and its pro-market inclination: the revised 2009 Communication on state aid to PSBs and its restraining effect on PSB online”. *European journal of communication*, pp. 183-197.

<http://dx.doi.org/10.1177/0267323112470227>

**Bucley, Steve; Duer, Kreszentia; Mendel, Toby; Siochrú, Séan** (2008). *Broadcasting, voice and accountability. A public interest approach to policy, law and regulation*. Washington: World Bank Institute. ISBN: 0 472 03272 0

[http://www.amarc.org/documents/books/Broadcasting\\_Voice\\_and\\_Accountability.pdf](http://www.amarc.org/documents/books/Broadcasting_Voice_and_Accountability.pdf)

<http://dx.doi.org/10.3998/nmw.5661153.0001.001>

**Caffagi, Fabrizio; Casarosa, Federica** (2012). “Private regulation, freedom of expression and journalism: Towards a European approach?” Firenze: European University Institute.

<http://www.mediadem.eliamep.gr/wp-content/uploads/2010/05/WP-LAW-2012-20.pdf>

Consejo de Europa (2004). *Transnational media concentrations in Europe*. Strasbourg: Media Division, Directorate General of Human Rights.

<http://www.incd.net/docs/transnationalmedia.pdf>

**Christensen, Clayton M.** (1999). *El dilema de los innovadores cuando las nuevas tecnologías pueden hacer fracasar las grandes empresas*. Barcelona: Granica. ISBN: 9789506412937

**Davis, Aeron** (2012). “Mediation, financialization, and the global financial crisis: An inverted political economy perspective”. En: Winseck, Dwayne; Yin, Dal-Yong (eds). *The political economies of media: the transformation of the global media industries*. Londres: Bloomsbury Academic, pp. 241-254.

**Díaz-Nosty, Bernardo** (2005). *El déficit mediático: donde España no converge con Europa*. Barcelona: Bosch. ISBN: 84 9790 120 7

**Díaz-Nosty, Bernardo** (2011). *Libro negro del periodismo*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid. ISBN: 978 84 87641 47 3

**Donders, Karen; Pauwels, Caroline; Loisen, Jan** (2014). *The Palgrave handbook of European media policy*. London: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 1 137 03217 1

**Downing, John D. H.** (2011). “Media ownership, concentration, and control. New challenges for research”. In: Wasiko, Janet; Murdock, Graham Murdock; Sousa, Helena. *The handbook of political economy of communications*. London: Wiley-Blackwell. ISBN: 978 1 4051 8880 7

**Doyle, Gillian** (2007). “Undermining diversity: inaction on media concentrations and pluralism at the EU”. In: Sarikakis, Katharine (ed). *European studies: a journal of European culture, history and politics. Media and cultural policy in the EU: the quest for diversity*, pp. 135-66.

**Doyle, Gillian** (2012). “Economía audiovisual: los mercados audiovisuales en la Unión Europea”. *Quaderns del CAC* 38, v. XV, n. 1, pp. 15-24.

[http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/Q38\\_doyle\\_ES.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q38_doyle_ES.pdf)

- Doyle, Gillian** (2013). *Understanding media economics*. 2ª ed. London: Sage. ISBN: 978 1412930772  
<http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0606110057A>
- Fernández-Fernández, Fátima; Campos-Freire, Francisco** (2013). "La crisis de los países periféricos europeos: descapitalización en bolsa de los grupos mediáticos del Sur". *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*, septiembre, n. 95, pp. 23-34.  
<http://goo.gl/VIQh17>
- García-Santamaría, José-Vicente** (2012). *Los procesos de 'financiarización' en los grupos de comunicación españoles y el caso Prisa-Liberty*. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social. ISBN: 978 84 939795 7 7
- Garnham, Nicholas** (1990). "Contribution to a political economy of mass communication". In: Inglis, Fred; Garnham, Nicholas (eds.). *Capitalism and communication: global culture and the economics of information*. London: Sage, pp. 20-55.
- Habermas, Jürgen** (2009). *¡Ay, Europa!* Madrid: Trotta. ISBN: 978 84 9879 037 5
- Hallin, Daniel; Mancini, Paolo** (2008). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer. ISBN: 978 84 96913 12 7
- Islam, Roumeen; Djankov, Simeon; McLeish, Caralee** (2002). *The right to tell. The role of mass media in economic development*. Washington: World Bank Institute. ISBN: 978 0 8213 5203 8  
<http://goo.gl/6ZfmES>  
<http://dx.doi.org/10.1596/0-8213-5203-2>
- Jebri, Nael; Stetka, Václav; Loveless, Matthew** (2013). *Media and democratisation: what is known about the role of mass media in transitions to democracy*. Oxford University: Reuters Institute for the Study of Journalism.  
<http://goo.gl/imG38n>
- Kedrosky, Paul; Stangler, Dane** (2011). "Fincialization and its entrepreneurial consequences". Erwing Marion Kauffman Foundation.  
[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1798605](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1798605)
- McChesney, Robert** (1999). *Rich media, poor democracy. Communication politics in dubious times*. Illinois: Univ. Illinois Press. ISBN: 978 0 252 02448 1
- Mody's Financial Metrics (2012). "Key ratios by rating and industry for global non-financial corporations".  
<http://moodyfm.moody.com>
- Mosco, Vicent** (2006). "La economía política de la comunicación". *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, n. 11, pp. 57-79.
- Mutu, Adriana; Botella, Joan** (2013). "Broadcasting regulation in Europe. A theoretical design for comparative research". *Tripodos*, n. 32, pp. 13-28.  
[http://www.tripodos.com/index.php/Facultat\\_Comunicacio\\_Blanquerna/article/view/63/38](http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/63/38)
- Nielsen, Rasmus-Kleis** (2012). *The years that shook the media world. Big questions and big trends in international media developments*. Oxford University: Reuters Institute for the Study of Journalism.  
<http://goo.gl/awWhSE>
- North, Douglass C.** (1990). "Institutions". *Journal of economic perspectives*, v. 5, n. 1, pp. 97-112.  
<http://www.econ.uchile.cl/uploads/documento/94ced618a1aa4d59bf48a17b1c7f605cc9ace73.pdf>
- Richeri, Giuseppe** (2008). "Nuevos desafíos para la investigación. Los medios de comunicación entre la empresa, el público y el Estado". *Telos*, enero-marzo, n. 74.  
<http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloautorinvitado.asp?idarticulo=2&rev=74.htm>
- Schiller, Herbert I.** (1989). *Culture, Inc.: the corporate takeover of public expression*. New York, Oxford. ISBN: 978 0195050059
- Stiglitz, Joseph E.** (2011). "Rethinking development economics". *World Bank. The World Bank research observer*. Washington: Oxford University Press. August, v. 26, n. 2, pp. 230-236.  
<http://elibrary.worldbank.org/toc/wbro/26/2>  
<http://dx.doi.org/10.1093/wbro/lkr011>
- Unesco (2013). *A guidebook of broadcast and newspaper indicators*. Montreal: Unesco Institute for Statistics. ISBN: 978 92 9189 130 6  
<http://www.uis.unesco.org/Communication/Documents/tp10-media-indicators-2013-en.pdf>
- Van-Cuilenberg, Jan; McQuail, Denis** (2003). "Media policy paradigm shifts: towards a new communications policy paradigm". *European journal of communication*, pp. 181-207.  
[http://shs.ntu.edu.tw/course/uploads/week\\_20121221054258\\_1828.pdf](http://shs.ntu.edu.tw/course/uploads/week_20121221054258_1828.pdf)
- WAN-IFRA (2012). *World press trends database*. Base de datos de la Asociación Mundial de Periódicos (WAN en sus siglas en inglés).  
<http://www.wptdatabase.org>
- Waterman, Peter** (2001). *Global social movements and the new internationalisms*. London: Mansell. ISBN: 978 0720123517



## RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD EN LAS BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS



**José-Luis Herrera-Morillas, Ana Castillo-Díaz y Margarita Pérez-Pulido**



**José-Luis Herrera-Morillas** es doctor en documentación por la *Universidad de Granada*, donde cursó también la licenciatura en Historia del Arte y la diplomatura en Biblioteconomía y Documentación. En la actualidad es profesor titular en la *Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación* de la *Universidad de Extremadura*, en la que imparte diferentes materias como organización de colecciones; información y sociedad; o fondo antiguo. Ha publicado varios libros y artículos especializados sobre estos temas.

<http://orcid.org/0000-0001-5310-643X>

[jlhermor@alcazaba.unex.es](mailto:jlhermor@alcazaba.unex.es)



**Ana Castillo-Díaz** es doctora en comunicación por la *Universidad de Extremadura*. Licenciada en ciencias de la información, especialidad de publicidad por la *Universidad de Sevilla*. Es profesora contratada en la *Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación* de la *Universidad de Extremadura*, en la que imparte diferentes materias como comunicación audiovisual y publicitaria digital; comunicación corporativa e interna o teoría de la comunicación y de la información. Entre sus líneas de investigación están la comunicación institucional, comunicación empresarial e institucional online y la comunicación y salud. Es co-autora de los libros *Imagen y comunicación en las pymes* (2005), *Comunicación integral y responsabilidad social en las organizaciones* (2009).

<http://orcid.org/0000-0002-3650-2964>

[acasdia@alcazaba.unex.es](mailto:acasdia@alcazaba.unex.es)



**Margarita Pérez-Pulido** es doctora en documentación por la *Universidad de Salamanca*, donde cursó también la licenciatura en historia del arte y la diplomatura en biblioteconomía y documentación. Es profesora titular en la *Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación* de la *Universidad de Extremadura*, en la que imparte diferentes materias como planificación, auditoría y Evaluación de Unidades de información; información y sociedad; o ética y deontología de la información. Ha publicado varios libros y artículos especializados y ha participado en congresos nacionales e internacionales sobre estos temas. Es miembro del grupo de ética de *Sedic* y pertenece a la *Oficina de Responsabilidad Social* de la *Universidad de Extremadura*.

<http://orcid.org/0000-0003-2831-6341>

[marga@alcazaba.unex.es](mailto:marga@alcazaba.unex.es)

*Universidad de Extremadura*

*Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación*

Plazuela de Ibn Marwan, s/n. 06071 Badajoz, España

### Resumen

Se recopilan y analizan las iniciativas y recursos relacionados con la responsabilidad social y sostenibilidad en las bibliotecas universitarias españolas. La información se ha obtenido de los sitios webs de las bibliotecas y de otros documentos elaborados por ellas: memorias de actividades, folletos, planes estratégicos y documentos sobre gestión de la colección. Para organizar y estudiar la información se ha elaborado una lista de análisis formada por 5 categorías que abarcan un total de 21 elementos. 61 de las 71 bibliotecas universitarias analizadas (85,9%), incluyen alguna actividad relacionada con la responsabilidad social y sostenibilidad.

### Palabras clave

Responsabilidad social, Sostenibilidad, Biblioteca verde, Bibliotecas universitarias, España.

**Title: Social responsibility and sustainability in the Spanish university libraries**

Artículo recibido el 22-09-2013

Aceptación definitiva: 12-02-2014



## Abstract

This compilation and analysis of the initiatives related to social responsibility and sustainability in 71 Spanish university libraries obtained information primarily from web sites and print materials: activities reports, brochures, strategic plans and collection management documents. To organise and analyse the information, a list of 5 categories was developed, covering 21 elements. In 61 (85.9%) of the universities analysed, some type of library activity related to social responsibility and sustainability was identified.

## Keywords

Social responsibility, Sustainability, Green library, University libraries, Spain.

**Herrera-Morillas, José-Luis; Castillo-Díaz, Ana; Pérez-Pulido, Margarita (2014).** "Responsabilidad social y sostenibilidad en las bibliotecas universitarias españolas". *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 23, n. 2, pp. 134-143.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.05>

## Introducción

En la sociedad actual crece la inquietud por las cuestiones ecológicas y sociales. "Existe una preocupación creciente por problemas tales como el deterioro medioambiental imputable a las actividades económicas, las prácticas laborales discriminatorias, la violación de los derechos humanos, el subdesarrollo, etc." (Nieto-Antolín; Fernández-Gago, 2004). Desde el punto de vista de las organizaciones, Zadek (2007) opina que han ido evolucionando desde una etapa defensiva hasta adquirir compromisos que promueven una participación amplia en la responsabilidad social (etapa civil).

La responsabilidad social (RS) es un término que hace referencia a los compromisos legales y éticos derivados de los impactos que la actividad de las organizaciones provoca en el sector social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos. En este contexto las organizaciones se preocupan cada vez en mayor medida por obtener la legitimación social dando muestras evidentes de su implicación en cuestiones relacionadas con la RS.

Para las universidades esa necesidad de legitimación es mucho más acuciante por su marcada función social. El concepto de responsabilidad social universitaria (RSU) define "una nueva manera de funcionamiento de la universidad, un nuevo modo de hacer y comportarse basado en una relación más fluida y directa de la universidad con su entorno social, para lo que se toman en consideración los efectos, repercusiones y expectativas que la actividad de la universidad genera tanto en sus propios miembros (docentes, investigadores, personal de administración y estudiantes) como en la sociedad" (Pérez-Domínguez, 2009).

Cada vez hay más iniciativas de RSU, por ejemplo destacamos en América Latina el caso del sistema educativo chileno, en donde la RSU se desarrolla a través del proyecto *Universidad: construye país* (Fernández; Delpiano; De-Ferrari, 2006, citado por Martínez-Pichardo; Hernández-Oliva, 2013), o también, las prácticas llevadas a cabo por Ausial (asociación de las 31 universidades confiadas a los jesuitas en 15 países de América Latina) (Gargantini; Zaffaroni, 2011).

Navarro-García (2012) habla de "RS aplicada" al referirse a la existencia de una gran variedad de términos para ajustarse al tipo de organización responsable. De este modo:

- responsabilidad social corporativa (RSC) es la aplicable a las empresas;
- responsabilidad social organizacional (RSO) es más amplia e incluye la RSC propia de las empresas y además la de todo tipo de organizaciones no lucrativas y la administración pública;
- responsabilidad social universitaria (RSU) se aplica a la universidad;
- responsabilidad social corporativa interna (RSCI), es la de la empresa con los trabajadores, propia de la gestión de recursos humanos;
- responsabilidad social individual (RSI), es un término de nuevo cuño por el que respondemos por nuestros actos como consumidor, trabajador, directivo o ciudadano.

Las organizaciones se preocupan por obtener legitimación social dando muestras de su implicación en cuestiones relacionadas con la responsabilidad social

Independientemente de la aplicación a un contexto determinado este autor atribuye unos conceptos esenciales a la RS:

- responsabilidad (la globalización es un fenómeno irreversible);
- legitimidad social (conocida y aceptada por la sociedad y la comunidad internacional);
- toma de decisiones prudente, libertad (las organizaciones son un elemento indispensable para el desarrollo de la sociedad);
- voluntariedad (la RS se mueve en el ámbito de la ética).

Con el objetivo de unificar y establecer criterios de uso, en 2005 ISO creó un *Grupo de Trabajo* sobre RS cuyo resultado ha sido años después la norma *ISO 26000:2010*, convertida en marzo de 2012 en *UNE-ISO 26000:2012*. En ella aparecen definiciones, principios, orientaciones, directrices sobre la aplicación de RS en gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad (Aenor; Garrigues, 2012).

Sin embargo, no todas las acciones de RS tienen que traducirse necesariamente en buena reputación para las organizaciones. Refiriéndose a las empresas, **Villafañe** (2004) sostiene que “la acción filantrópica entendida como una suerte de peaje social, que es otra forma de entender la RSC por algunas empresas, no perjudica a la reputación corporativa pero tampoco la beneficia”.

En el caso de las universidades, algunos autores creen conveniente sustituir el concepto RSU por el de sostenibilidad universitaria (SU) al considerar la RS un componente filantrópico e instrumento de construcción de imagen, por lo que se aconseja superar la filantropía y la extensión universitaria por un compromiso transversal, progresivo y multidireccional (**Marraud**, 2013).

“Sostenible es introducir la ética de la información en los programas educativos y elaborar códigos de ética con valores (**Nolin**, 2010)”

**Nolin** (2010) relaciona los conceptos de desarrollo sostenible e información. Define sostenibilidad como el conjunto de estrategias de protección ambiental, igualdad social y desarrollo económico en la idea de que es posible combinar el crecimiento económico con estos tres pilares que la sostienen. Se basa en las distintas actuaciones de las *Naciones Unidas* desde la *Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo* en 1987, 1992 y 1996, donde se añade a los tres pilares el desarrollo cultural, y en 2002 cuando anuncia la llamada *Década de la educación para el desarrollo sostenible, 2005-2014*. La relación entre desarrollo sostenible e información la encontramos, según este autor, en el desarrollo de tecnología de la información sostenible, el uso eficiente de estas tecnologías, las prácticas y funciones de la producción del conocimiento, el establecimiento de indicadores y normas para la toma de decisiones, la igualdad de acceso a la información, y el almacenamiento y conservación sostenible de la información, en diferentes culturas, contextos e instituciones. Sostenible es igualmente introducir la ética de la información en los programas educativos y elaborar códigos de ética con valores.

Podemos hablar de conceptos propios de sostenibilidad y RS como estrategia corporativa y como algo transversal incrustado en la cultura corporativa de una organización.

El objetivo de este trabajo es trazar un cuadro general de las iniciativas y recursos relacionados con la RS y sostenibilidad en las bibliotecas universitarias españolas. De este modo se pretende dar a conocer qué bibliotecas están trabajando en este ámbito y con qué planteamientos y actuaciones. También se persigue que los datos aportados sirvan de estímulo para las bibliotecas que quieran iniciar o mejorar sus implicaciones en este asunto.

### Responsabilidad social y biblioteca

En el contexto internacional hay que destacar el *Environmental Sustainability and Libraries* creado como grupo de interés especial de la *IFLA*. En 2002, con ocasión de su 75

aniversario, se aprueba en Glasgow el *Statement on libraries and sustainable development*, que dice que el desarrollo sostenible es una preocupación esencial de las bibliotecas en sus aspectos más concretos de igualdad de acceso a la información, multiculturalidad, educación, libertad intelectual y valores democráticos en general.

Otra iniciativa está relacionada con el concepto de *green library*, con origen en la sección *Biblioteca y medio ambiente* del *Boletín de la Biblioteca Wilson* (**Antonelli**, 2008). Para obtener información al día se puede consultar el sitio *Green libraries*, dedicado a la información sobre la biblioteca verde y la sostenibilidad, sobre todo en Norteamérica. <http://www.greenlibraries.org>

En mayo de 2011 tuvo lugar en Marília (Brasil) el *IX Encuentro de la Asociación de Educación e Investigación en Ciencia de la Información de Iberoamérica y el Caribe (Edicic 2011)* bajo la denominación *Investigación y enseñanza en las ciencias de la información: ética y responsabilidad social*, en el que se presentan varias comunicaciones que abordan la RS en relación con los profesionales y los servicios de información (**Múnera-Torres**, 2011; **Rodríguez-Bernardino**, 2011; **Núñez**, 2011; **Gracioso et al.**, 2011; **Caldas**; **Carlos**, 2011). [http://www.edicic.org/ix\\_edicic.html](http://www.edicic.org/ix_edicic.html)

En España podemos citar algunas iniciativas de profesionales de bibliotecas en RS en los últimos años. En primer lugar, la presentación del *Foro Sectorial de Cooperación para el Desarrollo y Bibliotecas* durante las *IX Jornadas españolas de documentación* de 2009.

“Existe concienciación sobre la importancia de la gestión de la responsabilidad social y sostenibilidad en casi la mitad de las bibliotecas universitarias españolas”

En 2010 se celebró la *III Jornada profesional de la Red de Bibliotecas del Instituto Cervantes (RBIC)* bajo la denominación *Desarrollo, sostenibilidad y cultura: el papel social de las bibliotecas*, con el propósito de dar a conocer “las fórmulas y herramientas que las bibliotecas han puesto en marcha en cooperación al desarrollo, sostenibilidad, derechos humanos, multiculturalidad, etc.” [http://www.cervantes.es/bibliotecas\\_documentacion\\_espanol/para\\_bibliotecarios/jornadas/jornada\\_3/jornada\\_3.htm](http://www.cervantes.es/bibliotecas_documentacion_espanol/para_bibliotecarios/jornadas/jornada_3/jornada_3.htm)

Organizadas por *Sedic*, en 2011 se llevaron a cabo las *XIII Jornadas de gestión de la información*, con el título *De la responsabilidad al compromiso social* dedicadas a los temas de identidad y memoria, derechos humanos, atención a grupos desfavorecidos y colaboración con otros agentes, papel de las TIC en las movilizaciones sociales y ética de la información. Esta misma institución organizó, también en 2011, la jornada profesional *La responsabilidad social corporativa en las organizaciones*, en las que se presentaron trabajos de interés como el de **Gallego-Rubio** y **Gimeno-Perelló** (2011) dedicado a la RSC como estrategia de la *Biblioteca de la Universidad Complutense*.

[http://www.sedic.es/xiiijornadas\\_gestinfo-convocatoria.asp](http://www.sedic.es/xiiijornadas_gestinfo-convocatoria.asp)  
[http://www.sedic.es/actividades-jornada\\_RSC\\_30marzo2011.asp](http://www.sedic.es/actividades-jornada_RSC_30marzo2011.asp)

Las bibliotecas que más destacan por sus aportaciones a la responsabilidad social y sostenibilidad son las de *Cádiz, Burgos, Huelva* y *Carlos III de Madrid*

En el contexto de las bibliotecas universitarias las actuaciones en materia de RS vienen marcadas por la política universitaria española y las acciones de *Rebiun*. La *Ley orgánica de universidades* trata de la necesidad de prestar servicios a la comunidad con las características propias de RS. El estudio de la Comisión técnica de la *Estrategia universidad 2015* denominado *La responsabilidad social de la universidad y el desarrollo sostenible*, incorpora una tercera misión de la universidad (además de la docencia y la investigación), la “transferencia del conocimiento y tecnología y RSU” y comienzan a crearse oficinas de RS en varias universidades.

El *III Plan estratégico Rebiun 2020* incorpora en una de sus líneas el desarrollo de la RS de la universidad. El informe *Contribución de las bibliotecas en materia de RS y sostenibilidad universitarias*, propone la adopción de los criterios de RS y sostenibilidad por parte de la propia organización, y la integración de las bibliotecas universitarias en las estrategias, planes y políticas de RS de sus instituciones. El informe busca un enfoque práctico en la incorporación de prácticas de RS en las bibliotecas universitarias españolas, a varios niveles: a) en la integración de la biblioteca en las iniciativas de su institución adaptándose a su contexto (certificación de sistemas de gestión ambiental, prácticas y políticas laborales, acción social y cooperación para el desarrollo, código deontológico, participación en comités y grupos de trabajo); b) en aspectos propios de la profesión (edificios, colecciones, procesos, servicios, programas y planes estratégicos, formación de usuarios); y c) en la propia actitud del profesional (compromiso moral con el desarrollo tecnológico y la evolución económica social de hoy). En su parte más teórica, el informe trata de la caracterización del concepto RSU y su sustitución por el de sostenibilidad universitaria.

## Metodología

Una de las primeras tareas de este trabajo ha consistido en localizar y recopilar información sobre las iniciativas y recursos relacionados con la RS y sostenibilidad de las bibliotecas universitarias, para seguidamente clasificarlas de un modo organizado que facilite su posterior análisis.

Se ha tenido en cuenta el citado informe de *Rebiun* (2012), en concreto, los cuatro apartados que establece para ubicar las contribuciones e iniciativas en esta materia:

- Edificios bibliotecarios
- Colecciones
- Procesos y servicios bibliotecarios
- Formación de usuarios

A partir de la explicación de estos apartados y de la bibliografía consultada se ha elaborado un modelo basado en los apartados de *Rebiun*, pero incluyendo algunos elementos nuevos que se han considerado significativos al estar presentes en las bibliotecas analizadas, y omitiendo otros al no aparecer en las mismas. El modelo ha servido de ayuda para localizar y, sobre todo, clasificar la información recopilada.

La información se ha obtenido de los sitios web de las bibliotecas y de otros documentos elaborados por ellas: memorias de actividades, folletos, planes estratégicos, y documentos sobre gestión de la colección. Es decir, los soportes que las bibliotecas utilizan para fijar sus estrategias y difundirlas.

El modelo o lista para el análisis consta de 5 categorías que abarcan 21 elementos (tabla 1):

- *Programas o declaraciones de principios sobre RS*. Recoge las bibliotecas que presentan documentos dedicados a la

Tabla 1: Distribución del número de bibliotecas por categorías

Categorías	Nº de bibliotecas
<b>C1-Programas o declaraciones de principios sobre RS y sostenibilidad</b>	7
1. Descripción	7
2. Logotipo	5
3. Comités, grupos de trabajo	4
<b>C2-Planes estratégicos</b>	30
4. Líneas, ejes	18
5. Objetivos	14
6. Otros	15
<b>C3-Edificios</b>	8
7. Ahorro energético	5
8. Adaptación para discapacitados	5
9. Residuos y reciclaje	7
10. Panel de difusión	2
<b>C4-Colecciones</b>	60
11. Consorcios y licencias	36
12. <i>Open access</i>	17
13. Repositorios	41
14. Adquisiciones	14
15. Política de expurgo, duplicados	17
16. Control del consumo	6
17. Fomento de la lectura	11
18. Redes colaboración	4
<b>C5-Procesos y servicios bibliotecarios</b>	20
19. Servicios y préstamos especiales	16
20. Cursos, campañas o actividades sobre RS	2
21. Medidas de concienciación	6



descripción de los principios, medidas, compromisos o actividades relacionadas con la RS. También se precisa si han diseñado un logotipo al respecto y si cuentan con comités o grupos de trabajo (grupo de trabajo biblioteca verde, comisión deontológica).

- *Planes estratégicos de las bibliotecas.* Indica si hay menciones en estos documentos relacionadas con la RS, fundamentalmente dentro de las líneas o ejes estratégicos, en los objetivos y también en otros apartados como valores, compromisos o visión. Estos documentos se diferencian de los de la categoría anterior en que son generales de planificación bibliotecaria, mientras que los anteriores plasman exclusivamente la postura sobre la RS.
- *Edificios bibliotecarios.* Abarca las actuaciones sobre las medidas de ahorro energético, adaptación para discapacitados (mobiliario y equipamiento para discapacidades de movilidad y visual), eliminación de residuos (separación, puntos limpios, etc.) o los paneles de difusión para informar de estos temas. Es decir, medidas concretas relacionadas con la RS y los edificios.
- *Colecciones.* Refleja las actuaciones que fomentan el ahorro, como la participación en consorcios (no se tiene en cuenta la pertenencia a *Rebiun*), la práctica y promoción del *open access*, creación y mantenimiento de repositorios, política de adquisiciones que cuente con una reglamentación de su gestión económica y presupuestaria (dentro de los planes o normas de gestión de la colección, favoreciendo de este modo centrarse en lo que se necesita), política de expurgo y duplicados, medidas limitadoras para el control del consumo de papel y tóner; e iniciativas de colaboración y solidaridad como el fomento de la lectura o la participación en redes de colaboración que promueven el compromiso humanitario, la cooperación al desarrollo y las donaciones.
- *Procesos y servicios bibliotecarios.* Categoría destinada a plasmar: los servicios y préstamos especiales (para usuarios con discapacidad física, hospitalizados); los cursos, campañas o actividades de carácter monográfico sobre las implicaciones de la RS de las bibliotecas; las medidas de concienciación, como la elaboración de guías, folletos, documentos de buenas prácticas..., o la inclusión de aspectos sobre el uso responsable y sostenible de la biblioteca en los cursos que se imparten en las bibliotecas.

El conjunto de universidades españolas se ha obtenido del documento *Listado alfabético de universidades por comunidades autónomas*.

<http://www.ua.es/es/internet/listado.htm>

La información de los sitios web se ha obtenido mediante consultas realizadas en agosto y septiembre de 2013.

## Resultados

De las 71 bibliotecas españolas analizadas, 61 (85,9%) incluyen algún tipo de aportación relacionada con la RS y sostenibilidad.

Los recursos e iniciativas más extendidos (tabla 1) están relacionados con las categorías:

- Colecciones: 60 bibliotecas (98,3%)
- Planes estratégicos: 30 (49,1%)

- Procesos y servicios bibliotecarios: 20 (32,7%)
- Edificios bibliotecarios: 8 (13,1%)
- Programa o declaración de principios: 7 (11,4%)

Las bibliotecas que más destacan por sus aportaciones a la RS son las de *Cádiz*, *Burgos*, *Huelva* y *Carlos III de Madrid* (tabla 2). Todas ellas coinciden en gestionarla de una manera organizada y cuentan hasta con un logotipo.





“ Aunque la responsabilidad social y sostenibilidad es una cuestión presente en las bibliotecas universitarias españolas, en buen número de ellas aparece de manera dispersa y poco visible ”

Como ejemplo ilustrativo de las bibliotecas analizadas se puede citar la de *Cádiz* y sus iniciativas, entre las que destacan:

- Creación del *Comité de responsabilidad social* para “identificar las áreas que en esta materia presentan posibilidades de mejora, proponiendo alternativas localizadas a través de *benchmarking*, entrevistas con expertos...”.
- Elaboración de código deontológico.
- Diseño de logotipo.
- Menciones en su plan estratégico, por ejemplo el objetivo “desarrollar políticas de conciliación, salud laboral e impacto medioambiental” que se concreta en varias medidas; o el valor “contribuir al desarrollo y defensa del medio ambiente potenciando las políticas medioambientales fomentadas por la Universidad”.
- Colocación de contenedores para la separación de residuos en todas sus instalaciones.

Tabla 2: Bibliotecas con más aportaciones sobre RS

Bibliotecas universitarias	Nº de aportaciones
<i>Cádiz</i>	17
<i>Burgos</i>	13
<i>Huelva</i>	11
<i>Carlos III de Madrid</i>	11
<i>Jaén</i>	10
<i>Complutense de Madrid</i>	9
<i>Politécnica de Catalunya</i>	8
<i>Oviedo</i>	8
<i>Málaga</i>	7
<i>Sevilla</i>	7
<i>Uned</i>	7
<i>Murcia</i>	7
<i>Politécnica de Cartagena</i>	7
<i>Granada</i>	6
<i>Pablo Olavide</i>	6
<i>Autònoma de Barcelona</i>	6
<i>Barcelona</i>	6
<i>Extremadura</i>	6
<i>La Rioja</i>	6

Burgos	Cádiz	Carlos III	Huelva	Oviedo
				

Logotipos

- Campaña *Escribe en verde* destinada a la reutilización del papel. Colocación de bandejas con papel a disposición de los alumnos en las salas de lectura.
- Medidas de adaptación de mobiliario y equipamiento para discapacidades de movilidad y visual, y para los alumnos del aula de mayores (curso 2009-10).
- Instalación en todas las sedes de un panel con el lema *Biblioteca responsable*, para colgar información relativa a RS.
- Servicio de préstamo para personas con discapacidad.
- Fomento del ahorro de papel con mensajes alusivos en el pie de los correos.
- Supresión de impresión de las "hojas de tránsito" en el procedimiento del préstamo.
- Elaboración de una guía abreviada sobre los tipos y niveles de discapacidad con que se puede encontrar el personal de la biblioteca.

## Conclusiones

Existe concienciación sobre la importancia de la gestión de la RS y sostenibilidad en casi la mitad de las bibliotecas universitarias españolas, y así lo plasman de maneras dispares en los planes estratégicos por medio de líneas estratégicas, objetivos o en apartados donde desarrollan sus valores, visiones o compromisos corporativos.

Una de las variables más significativas para indicar que las bibliotecas ya están llevando a cabo una gestión de la RS consciente, intencionada y elaborada es la de *Programas o declaraciones de principios*, que se concreta en aspectos como la creación de un logotipo específico o un comité de

trabajo. Sin embargo, la cifra de esta variable implica afirmar que la puesta en práctica de programas de gestión de la RS en las bibliotecas universitarias españolas es todavía escasa e incipiente.

La variable *Edificios bibliotecarios*, que mide actuaciones como las medidas de ahorro energético o eliminación de residuos, también está muy vinculada a la gestión consciente de la RS y al igual que sucede con la variable *Programas o declaraciones de principios*, alcanza un valor reducido y sirve para corroborar la anterior afirmación.

La pequeña presencia de *Cursos, campañas o actividades*, y *Medidas de concienciación* también se puede utilizar para apoyar la necesidad de potenciar más la gestión de la RS en las bibliotecas objeto de estudio y mejorar la formación en este ámbito.

El apartado *Colecciones* es el que destaca en mayor medida. Las nuevas tendencias de gestión de la colección contribuyen al ahorro y a la sostenibilidad y por ello contribuyen a su vez de manera consciente o no a fomentar la RS en la organización. La clave estaría en dilucidar si las bibliotecas que fomentan estas actuaciones son o no conscientes de que están apoyando la RS. Los datos anteriores pueden llevar a afirmar que existe una preocupación por el ahorro, pero que no siempre se plasma en un planteamiento formal y riguroso sobre la gestión de la RS.

Hay que señalar que las actuaciones de fomento de la lectura, con un gran componente de compromiso social, tradicionalmente han sido más propias de otros tipo de bibliotecas como las públicas o las escolares; el hecho de que ahora estén presentes en las bibliotecas universitarias refleja un

Tabla 3. Etapas en el desarrollo de la responsabilidad social corporativa

Etapa	Qué hacen las organizaciones	Por qué lo hacen
Defensiva	Niegan prácticas, efectos o responsabilidades.	Para defenderse contra ataques a su reputación que podrían en el corto plazo afectar las ventas, el reclutamiento, la productividad y la marca.
Cumplimiento	Adoptan un enfoque de cumplimiento basado en políticas, como un costo de hacer negocios.	Para mitigar la erosión de valor económico en el mediano plazo debido a riesgos continuos de reputación y litigios.
Gestión	Introducen el tema social dentro de sus procesos centrales de gestión.	Para mitigar la erosión de valor económico en el medio plazo y obtener ganancias de más largo plazo al integrar prácticas de negocios responsables en sus operaciones diarias.
Estrategia	Integran el tema social en sus estrategias centrales de negocios.	Para mejorar el valor económico a largo plazo y obtener ventajas al ser los primeros en alinear la estrategias y las innovaciones con el tema social.
Civil	Promueven una participación amplia de la industria en la responsabilidad corporativa.	Para mejorar el valor económico a largo plazo sobreponiéndose a cualquier ventaja inicial y obtener ganancias mediante acción colectiva.

mayor vínculo hacia el compromiso social. Lo mismo sucede, pero ya dentro de la variable *Procesos y servicios bibliotecarios* con la puesta en marcha de servicios y préstamos especiales para personas con discapacidad.

Tras esta revisión de la información analizada es posible concluir que aunque la RS y sostenibilidad es una cuestión que está presente en las bibliotecas universitarias españolas, en buen número de ellas aparece de manera dispersa y poco visible. Puede que incluso no sean conscientes de que la practican. Por ello se hace evidente una falta de gestión de la comunicación de todas las cuestiones relacionadas con la RS que ya realizan y una metodología de puesta en práctica. Una propuesta de mejora es que estas bibliotecas identifiquen y hagan más visibles la contribución que ya hacen a la RS, para luego completarla con otras actuaciones como las que presentamos en este trabajo.

Por otra parte, queda pendiente de analizar la identificación de las bibliotecas con la política de RSU de sus instituciones, ya que de acuerdo con los documentos analizados en la parte inicial de este trabajo es una cuestión importante la necesidad de identificarse con ellas y colaborar en todo aquello que tengan como objetivo las oficinas de RSU. Ésta es en principio una cuestión más compleja que no queda totalmente reflejada en las fuentes utilizadas y requiere un trabajo de investigación cualitativa más completo que se abordará en futuras investigaciones.

## Bibliografía

- Aenor; Garrigues, Abogados y Asesores Tributarios (2012). *Principios, prácticas y beneficios de la responsabilidad social*. Madrid: Aenor Ediciones. ISBN: 978 84 8143 755 3
- Antonelli, Monika** (2008). "The green library movement: an overview and beyond". *Electronic green journal*, v. 1, n. 27. <http://escholarship.org/uc/item/39d3v236>
- Berbes-Cardós, José-Antonio** (2002). "Servicios de sala y préstamo en el contexto actual". En: Magán-Wals, José-Antonio (coord.). *Temas de biblioteconomía universitaria y general*, pp. 440-459. Madrid: Editorial Complutense. ISBN: 84 7491 667 4
- Bernardino, Maria-Cleide-Rodrigues** (2011). "Responsabilidade social e aplicação da ciência da informação: amparada nos discursos dos teóricos". *Revista Edicic*, v. 1, n. 2, pp. 71-81. [http://www.edicic.org/revista/index.php?journal=RevistaEDICIC&page=article&op=view&path\[\]=27](http://www.edicic.org/revista/index.php?journal=RevistaEDICIC&page=article&op=view&path[]=27)
- Caldas, Rosângela-Formentini; Carlos, Gisnai-Da-Silva** (2011). "O enfoque da ciência da informação no contributo ao desenvolvimento sustentável regional: o caso do arquivo da ACIM". *Revista Edicic*, v. 1, n. 2, pp. 212-226. [http://www.edicic.org/revista/index.php?journal=RevistaEDICIC&page=article&op=view&path\[\]=36](http://www.edicic.org/revista/index.php?journal=RevistaEDICIC&page=article&op=view&path[]=36)
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001\\_0366es01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf)
- Comisión Técnica de la Estrategia Universitaria 2015 (2011). *La responsabilidad social de la universidad y el desarrollo sostenible*. Madrid: Secretaría General de Universidades. ISBN: 978 84 369 5227 8 <http://goo.gl/PzJdNe>
- Gracioso, Luciana-De-Souza; Zafalon, Zaira-Regina; Boccato, Vera-Regina-Casari; Gaspar, Nádea-Regina; Ferraz, Maria-Cristina-Comunian; Hoffmann, Wanda-Aparecida-Machado; De-Faria, Leandro-Innocentini-Lopes** (2011). "Reformular para flexibilizar: ampliação da formação profissional em prol da responsabilidade social". *Revista Edicic*, v. 1, n. 2, pp. 35-52. [http://www.edicic.org/revista/index.php?journal=RevistaEDICIC&page=article&op=view&path\[\]=25](http://www.edicic.org/revista/index.php?journal=RevistaEDICIC&page=article&op=view&path[]=25)
- Fernández, Carola; Delpiano, Catalina; De-Ferrari, José-Manuel** (eds.) (2006). *Responsabilidad social universitaria. Una manera de ser universidad. Teoría y práctica en la experiencia chilena*. Santiago de Chile: Universidad construye país. ISBN: 956 8140 08 5 <http://rsuniversitaria.org/web/images/stories/memoria/UCP%202006.pdf>
- Gallego-Rubio, Cristina; Gimeno-Perelló, Javier** (2011). "La responsabilidad social corporativa: una visión estratégica de la Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid". En: *Jornada profesional La responsabilidad social corporativa en las organizaciones*, Madrid, 30 marzo 2011. [http://www.sedic.es/actividades-jornada\\_RSC\\_30marzo2011.asp](http://www.sedic.es/actividades-jornada_RSC_30marzo2011.asp)
- Gargantini, Daniela; Zaffaroni, Cecilia** (coords.) (2011). *Informe final del proceso de autoevaluación de la responsabilidad social universitaria en Ausjal*. Córdoba (Argentina): Alejandría Editorial. ISBN: 978 987 1780 01 3 <http://goo.gl/Yhymp4>
- IFLA (2002). *Statement on libraries and sustainable development*. <http://www.ifla.org/III/eb/sust-dev02.html>
- Magán-Wals, José-Antonio; Gimeno-Perelló, Javier** (2008). "¿Es 'bibliotecariamente correcto' el compromiso social de la biblioteca universitaria?". *Educación y biblioteca*, v. 20, n. 166, pp. 95-101. <http://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/119558>
- Marraud, Gerardo** (2013). Las bibliotecas y la responsabilidad social universitaria: informe de *Rebiun*. [http://eprints.rclis.org/20107/1/RSC%20Rebiun\\_Fesabid%202013.pdf](http://eprints.rclis.org/20107/1/RSC%20Rebiun_Fesabid%202013.pdf)
- Martínez-Pichardo, Pascacio-José; Hernández-Oliva, Alejandra-Victoria** (2013). "Responsabilidad social universitaria: un desafío de la universidad pública mexicana". *Contribuciones desde Coatepec*, v. 12, n. 24, enero-junio, pp. 85-103. <http://www.redalyc.org/pdf/281/28126456001.pdf>
- Múnera-Torres, María-Teresa** (2011). "La responsabilidad social del profesional de la ciencia de la información". *Revista Edicic*, v. 1, n. 1, pp. 135-147. <http://goo.gl/8FKOAK>
- Navarro-García, Fernando** (2012). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. 2ª ed. rev. y aum. Madrid: ESIC. ISBN: 978 84 7356 824 1
- Nieto-Antolín, Mariano; Fernández-Gago, Roberto** (2004). "Responsabilidad social corporativa: la última innovación



en management". *Universia business review - Actualidad económica*, primer trimestre, pp. 28-39.

[http://ulegid.unileon.es/admin/UploadFolder/63\\_\(2004\).pdf](http://ulegid.unileon.es/admin/UploadFolder/63_(2004).pdf)

**Nolin, Jan** (2010). "Sustainable information and information science". *Information research*, v. 15, n. 2, june <http://informationr.net/ir/15-2/paper431.html>

**Núñez, Mónica** (2011). "Desafíos de las ciencias de la información y su responsabilidad social ante los nuevos escenarios societales: notas para la discusión". *Revista Edicic*, v. 1, n. 1, pp. 168-182.

[http://www.edicic.org/revista/index.php?journal=RevistaEDICIC&page=article&op=view&path\[\]=16](http://www.edicic.org/revista/index.php?journal=RevistaEDICIC&page=article&op=view&path[]=16)

**Pérez-Domínguez, Fernando** (2009). *La responsabilidad social universitaria (RSU)*. Huelva: Consejo Social de la Univer-

sidad de Huelva.

<http://rsuniversitaria.org/web/images/stories/Memoria%20RSU%20Huelva%202009.pdf>

Rebiun (2012). *Contribución de las bibliotecas en materia de responsabilidad social y sostenibilidad universitarias*. <http://goo.gl/Z5t22M>

Rebiun. *III Plan estratégico de REBIUN 2020*.

[http://www.mcu.es/bibliotecas/docs/MC/ConsejoCb/CTC/Bib\\_Univ/Planestrategico2020.pdf](http://www.mcu.es/bibliotecas/docs/MC/ConsejoCb/CTC/Bib_Univ/Planestrategico2020.pdf)

**Villafañe, Justo** (2004). *La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas*. Madrid: Pirámide. ISBN: 84 368 1839 3

**Zadek, Simon** (2005) "El camino hacia la responsabilidad corporativa". *Harvard business review*, agosto, pp. 3-10.

[http://rse-global.org/autoresponder/rse\\_el\\_camino\\_zadek.pdf](http://rse-global.org/autoresponder/rse_el_camino_zadek.pdf)

### Anexo 1. Lista de evaluación

C1-Programas...	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	Ñ	O	P	Q	R	S	T	U	V	W
Descripción	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Logotipo	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Comités, grupos	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
C1-Programas...	X	Y	Z	AA	BB	CC	DD	EE	FF	GG	HH	II	JJ	KK	LL	MM	NN	ÑÑ	OO	PP	QQ	RR	SS	TT
Descripción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Logotipo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Comités, grupos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C1-Programas...	UU	VV	WW	XX	YY	ZZ	AAA	BBB	CCC	DDD	EEE	FFF	GGG	HHH	III	JJJ	KKK	LLL	MMM	NNN	ÑÑÑ	OOO	PPP	
Descripción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
Logotipo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
Comités, grupos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
C2-P.Estratégicos	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	Ñ	O	P	Q	R	S	T	U	V	W
Líneas, ejes	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Objetivos	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C2-P.Estratégicos	X	Y	Z	AA	BB	CC	DD	EE	FF	GG	HH	II	JJ	KK	LL	MM	NN	ÑÑ	OO	PP	QQ	RR	SS	TT
Líneas, ejes	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	
Objetivos	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	
C2-P.Estratégicos	UU	VV	WW	XX	YY	ZZ	AAA	BBB	CCC	DDD	EEE	FFF	GGG	HHH	III	JJJ	KKK	LLL	MMM	NNN	ÑÑÑ	OOO	PPP	
Líneas, ejes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	
Objetivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Otros	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	
C3-Edificios	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	Ñ	O	P	Q	R	S	T	U	V	W
Ahorro energético	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Adaptación discapacitados	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Residuos	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Panel difusión	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
C3-Edificios	X	Y	Z	AA	BB	CC	DD	EE	FF	GG	HH	II	JJ	KK	LL	MM	NN	ÑÑ	OO	PP	QQ	RR	SS	TT
Ahorro energético	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Adaptación discapacitados	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Residuos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Panel difusión	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C3-Edificios	UU	VV	WW	XX	YY	ZZ	AAA	BBB	CCC	DDD	EEE	FFF	GGG	HHH	III	JJJ	KKK	LLL	MMM	NNN	ÑÑÑ	OOO	PPP	
Ahorro energético	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
Adaptación discapacitados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
Residuos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
Panel difusión	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

<b>C4-Colecciones</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>J</b>	<b>K</b>	<b>L</b>	<b>M</b>	<b>N</b>	<b>Ñ</b>	<b>O</b>	<b>P</b>	<b>Q</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>T</b>	<b>U</b>	<b>V</b>	<b>W</b>
Consortios y licencias	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0
Open Access	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Repositorios	0	1		1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
Adquisiciones	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Expurgo y duplicados	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Control consumo	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fomento lectura	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Redes colaboración	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>C4-Colecciones</b>	<b>X</b>	<b>Y</b>	<b>Z</b>	<b>AA</b>	<b>BB</b>	<b>CC</b>	<b>DD</b>	<b>EE</b>	<b>FF</b>	<b>GG</b>	<b>HH</b>	<b>II</b>	<b>JJ</b>	<b>KK</b>	<b>LL</b>	<b>MM</b>	<b>NN</b>	<b>ÑÑ</b>	<b>OO</b>	<b>PP</b>	<b>QQ</b>	<b>RR</b>	<b>SS</b>	<b>TT</b>
Consortios y licencias	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0
Open Access	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Repositorios	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1
Adquisiciones	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Expurgo y duplicados	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Control consumo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Fomento lectura	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0
Redes colaboración	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
<b>C4-Colecciones</b>	<b>UU</b>	<b>VV</b>	<b>WW</b>	<b>XX</b>	<b>YY</b>	<b>ZZ</b>	<b>AAA</b>	<b>BBB</b>	<b>CCC</b>	<b>DDD</b>	<b>EEE</b>	<b>FFF</b>	<b>GGG</b>	<b>HHH</b>	<b>III</b>	<b>JJJ</b>	<b>KKK</b>	<b>LLL</b>	<b>MMM</b>	<b>NNN</b>	<b>ÑÑÑ</b>	<b>OOO</b>	<b>PPP</b>	
Consortios y licencias	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
Open access	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	
Repositorios	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	
Adquisiciones	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	
Expurgo y duplicados	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	
Control consumo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
Fomento lectura	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	
Redes colaboración	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>C5-Procesos y servicios</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>J</b>	<b>K</b>	<b>L</b>	<b>M</b>	<b>N</b>	<b>Ñ</b>	<b>O</b>	<b>P</b>	<b>Q</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>T</b>	<b>U</b>	<b>V</b>	<b>W</b>
Servicios especiales	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Cursos, campañas o actividades	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Medidas de concienciación	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>C5-Procesos y servicios</b>	<b>X</b>	<b>Y</b>	<b>Z</b>	<b>AA</b>	<b>BB</b>	<b>CC</b>	<b>DD</b>	<b>EE</b>	<b>FF</b>	<b>GG</b>	<b>HH</b>	<b>II</b>	<b>JJ</b>	<b>KK</b>	<b>LL</b>	<b>MM</b>	<b>NN</b>	<b>ÑÑ</b>	<b>OO</b>	<b>PP</b>	<b>QQ</b>	<b>RR</b>	<b>SS</b>	<b>TT</b>
Servicios especiales	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Cursos, campañas o actividades	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Medidas de concienciación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
<b>C5-Procesos y servicios</b>	<b>UU</b>	<b>VV</b>	<b>WW</b>	<b>XX</b>	<b>YY</b>	<b>ZZ</b>	<b>AAA</b>	<b>BBB</b>	<b>CCC</b>	<b>DDD</b>	<b>EEE</b>	<b>FFF</b>	<b>GGG</b>	<b>HHH</b>	<b>III</b>	<b>JJJ</b>	<b>KKK</b>	<b>LLL</b>	<b>MMM</b>	<b>NNN</b>	<b>ÑÑÑ</b>	<b>OOO</b>	<b>PPP</b>	
Servicios especiales	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	
Cursos, campañas o actividades	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Medidas de concienciación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	

Nota: Sí = 1, No = 0. Bibliotecas universitarias: A: Almería, B: Cádiz, C: Córdoba, D: Granada, E: Huelva, F: Jaén, G: Málaga, H: Pablo Olavide, I: Sevilla, J: Zaragoza, K: San Jorge, L: La Laguna, M: Las Palmas de Gran Canaria, N: Cantabria, Ñ: Castilla-La Mancha, O: Burgos, P: Católica de Ávila, Q: Europea Miguel de Cervantes, R: IE Universidad, S: León, T: Pontificia de Salamanca, U: Salamanca, V: Valladolid, W: Abat Oliva CEU, X: Autònoma de Barcelona, Y: Barcelona, Z: Girona, AA: Internacional de Catalunya, BB: Lleida, CC: Oberta de Catalunya, DD: Politècnica de Catalunya, EE: Pompeu Fabra, FF: Ramon Llull, GG: Rovira i Virgili, HH: Vic, II: Alfonso X El Sabio, JJ: Alcalá de Henares, KK: Antonio de Nebrija, LL: Autónoma de Madrid, MM: Camilo José Cela, NN: Carlos III de Madrid, ÑÑ: Complutense de Madrid, OO: Univ. a Distancia de Madrid, PP: Europea de Madrid, QQ: Francisco de Vitoria, RR: Nacional de Educación a Distancia (UNED), SS: Politècnica de Madrid, TT: U. Pontificia de Comillas, UU: Rey Juan Carlos, VV: San Pablo-CEU, WW: Navarra, XX: Pública de Navarra, YY: Alicante, ZZ: Cardenal Herrera CEU, AAA: Jaume I, BBB: Miguel Hernández, CCC: Politècnica de Valencia, DDD: Valencia, EEE: Extremadura, FFF: A Coruña, GGG: Santiago de Compostela, HHH: Vigo, III: Illes Balears, JJJ: Internacional de La Rioja, KKK: La Rioja, LLL: Deusto, MMM: País Vasco, NNN: Oviedo, ÑÑÑ: Católica de San Antonio, OOO: Murcia, PPP: Politècnica de Cartagena.

## Anexo 2. Repositorios

Universidad	Repositorio	URL
A Coruña	RUC. Repositorio Institucional de la Universidad de La Coruña	<a href="http://ruc.udc.es/dspace">http://ruc.udc.es/dspace</a>
Alicante	RUA. Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante	<a href="http://rua.ua.es/dspace">http://rua.ua.es/dspace</a>
Autònoma de Barcelona	DDD. Depósito Digital de Documentos de la UAB	<a href="http://ddd.uab.cat">http://ddd.uab.cat</a>
Barcelona	DD. Depósito Digital de la UB	<a href="http://diposit.ub.edu/dspace">http://diposit.ub.edu/dspace</a>
Burgos	Repositorio institucional UBU	<a href="http://www.ubu.es/bubu/es/bub-biblioteca-digital/repositorio-institucional-ubu-documentacion">http://www.ubu.es/bubu/es/bub-biblioteca-digital/repositorio-institucional-ubu-documentacion</a>
Cádiz	Rodin. Repositorio de Objetos de Docencia e Investigación de la Universidad de Cádiz	<a href="http://rodin.uca.es:8081/xmlui">http://rodin.uca.es:8081/xmlui</a>
Cantabria	UCrea. Repositorio Abierto de la Universidad de Cantabria	<a href="http://repositorio.unican.es/xmlui">http://repositorio.unican.es/xmlui</a>
Cardenal Herrera CEU	CEU. Repositorio Institucional	<a href="http://dspace.ceu.es">http://dspace.ceu.es</a>
Complutense	E-Prints Complutense	<a href="http://eprints.ucm.es">http://eprints.ucm.es</a>
Córdoba	Helvia. Repositorio Institucional de la Universidad de Córdoba	<a href="http://helvia.uco.es/xmlui">http://helvia.uco.es/xmlui</a>
Carlos III de Madrid	Repositorio E-Archivo	<a href="http://e-archivo.uc3m.es">http://e-archivo.uc3m.es</a>
Castilla La Mancha	RUldeRA. Repositorio Universitario Institucional de Recursos Abiertos	<a href="https://ruidera.uclm.es/xmlui">https://ruidera.uclm.es/xmlui</a>
Católica de Murcia	Repositorio Digital UCAM	<a href="http://repositorio.ucam.edu/jspui">http://repositorio.ucam.edu/jspui</a>
Girona	Dugidocs	<a href="http://dugi-doc.udg.edu">http://dugi-doc.udg.edu</a>
Granada	Digibug. Repositorio institucional de la Universidad de Granada	<a href="http://digibug.ugr.es">http://digibug.ugr.es</a>
Huelva	Arias Montano. Repositorio Institucional de la Universidad de Huelva	<a href="http://rabida.uhu.es/dspace">http://rabida.uhu.es/dspace</a>
Las Palmas de Gran Canaria	Acceda. Documentación Científica de la Ulpgc en abierto	<a href="http://biblioteca.ulpgc.es/repositorioinstitucional">http://biblioteca.ulpgc.es/repositorioinstitucional</a>
Lleida	Repositorio Abierto UdL	<a href="http://repositori.udl.cat">http://repositori.udl.cat</a>
León	Bulería. Repositorio Institucional de la Universidad de León	<a href="https://buleria.unileon.es">https://buleria.unileon.es</a>
Murcia	Digitum. Repositorio institucional de la Universidad de Murcia	<a href="http://digitum.um.es/xmlui">http://digitum.um.es/xmlui</a>
Navarra	Dadum. Depósito Académico Digital de la Universidad de Navarra	<a href="http://dspace.unav.es/dspace">http://dspace.unav.es/dspace</a>
Oberta de Catalunya	Repositorio Institucional O2, la Oberta en abierto	<a href="http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2">http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2</a>
Oviedo	RUO. Repositorio Digital UniOVI	<a href="http://buo.uniovi.es/ebiblioteca/nuestrorepositorio">http://buo.uniovi.es/ebiblioteca/nuestrorepositorio</a>
País Vasco	ADDI. Archivo Digital Docencia Investigación	<a href="https://addi.ehu.es/?locale=es">https://addi.ehu.es/?locale=es</a>
Politécnica de Cartagena	Repositorio digital UPCT	<a href="http://repositorio.bib.upct.es/dspace">http://repositorio.bib.upct.es/dspace</a>
Politécnica de Catalunya	UPCommons. Portal de acceso abierto al conocimiento de la UPC	<a href="http://upcommons.upc.edu">http://upcommons.upc.edu</a>
Politécnica de Madrid	Archivo Digital UPM	<a href="http://oa.upm.es">http://oa.upm.es</a>
Politécnica de Valencia	RiuNet. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica de Valencia	<a href="http://www.upv.es/entidades/ABDC/infoweb/bg/info/798082normalc.html">http://www.upv.es/entidades/ABDC/infoweb/bg/info/798082normalc.html</a>
Pompeu Fabra	Repositorio Digital de la UPF	<a href="http://repositori.upf.edu">http://repositori.upf.edu</a>
Pontificia de Comillas	Repositorio Comillas	<a href="http://biblioteca.upcomillas.es/opacrepositorio/abnetcl.exe/O7020/ID561674ec/NT1?ACC=120&amp;FORM=1">http://biblioteca.upcomillas.es/opacrepositorio/abnetcl.exe/O7020/ID561674ec/NT1?ACC=120&amp;FORM=1</a>
Pontificia de Salamanca	Summa. Repositorio Documental UPSA	<a href="http://summa.upsa.es">http://summa.upsa.es</a>
Pública de Navarra	Repositorio institucional Academica-e	<a href="http://academica-e.unavarra.es">http://academica-e.unavarra.es</a>
Rovira i Virgili	Repositorio Institucional	<a href="http://www.urv.cat/repositori_institucional/index.html">http://www.urv.cat/repositori_institucional/index.html</a>
Salamanca	Repositorio Documental Gredos	<a href="http://gredos.usal.es/jspui">http://gredos.usal.es/jspui</a>
San Pablo Ceu	Repositorio institucional CEU	<a href="http://dspace.ceu.es">http://dspace.ceu.es</a>
Santiago de Compostela	Repositorio institucional USC	<a href="http://dspace.usc.es">http://dspace.usc.es</a>
UNED	Repositorio institucional e-Spacio UNED	<a href="http://e-spacio.uned.es/fez">http://e-spacio.uned.es/fez</a>
Valencia	Roderic. Repositorio de Contenido Libre	<a href="http://roderic.uv.es">http://roderic.uv.es</a>
Valladolid	UVaDoc. Repositorio Documental de la Universidad de Valladolid	<a href="http://uvadoc.uva.es">http://uvadoc.uva.es</a>
Vic	RiuVic. Repositorio Institucional de la Universidad de Vic	<a href="http://repositori.uvic.cat">http://repositori.uvic.cat</a>
Zaragoza	Zaguán. Repositorio Digital de la Universidad de Zaragoza	<a href="http://zaguan.unizar.es">http://zaguan.unizar.es</a>



# EMPRESAS ESPAÑOLAS DE GESTIÓN DOCUMENTAL: SERVICIOS, ORGANIZACIÓN, EMPLEO Y PERSPECTIVAS

## Antonio Paños-Álvarez y Pedro-José Saura-Meroño



**Antonio Paños-Álvarez** es profesor titular de universidad de organización de empresas y planificación de unidades informativas en la *Universidad de Murcia*. Ha participado en proyectos de investigación sobre webs, innovación y gestión de empresas y organizaciones de servicios documentales financiados por *Cicyt*, *Croem* o la *CARM* de Murcia y Valencia. Es miembro del comité científico de *Ciawi Iadis Iberoamericana conference*, y colaborador/revisor habitual de revistas como *Information research*.

<http://orcid.org/0000-0002-4827-8883>

[apalvar@um.es](mailto:apalvar@um.es)



**Pedro-José Saura-Meroño** es graduado en información y documentación, licenciado en periodismo y diplomado en biblioteconomía y documentación por la *Universidad de Murcia (UMU)*. Trabaja desde 2003 en la *Biblioteca Pública Municipal de Torre Pacheco* donde se encarga de la catalogación de fondos y de la organización de la hemeroteca. Trabajó en la *Biblioteca General del Campus de Espinardo (UMU)*. Ha participado en investigaciones sobre el sector de las empresas documentales en España.

<http://orcid.org/0000-0003-2461-9759>

[pedrojose.saura@gmail.com](mailto:pedrojose.saura@gmail.com)

*Universidad de Murcia, Facultad de Comunicación y Documentación  
Murcia, España*

### Resumen

Los estudios sobre la clasificación y evolución de las actividades de negocio de las empresas españolas de servicios documentales y sus características organizativas, políticas de empleo y otras cuestiones han sido escasos en los últimos años. Conscientes de la importancia que estos temas tienen para los centros universitarios y los estudiantes de las titulaciones de información y documentación, se presentan los resultados obtenidos del análisis de estas empresas y su comparación con los datos disponibles de estudios anteriores. Se presenta los tipos de servicios documentales que ofrecen estas empresas, su distribución geográfica, ámbito de negocio, tamaño y edad, datos actuales sobre sus políticas de empleo y selección y perspectivas de futuro ante la actual situación de crisis. Aportaciones novedosas de este estudio son el análisis del ámbito de negocio y la edad de estas empresas, así como los factores que tienen en cuenta en la selección de empleados.

### Palabras clave

Empresas, Servicios documentales, España, Edad, Tamaño, Localización, Empleo, Selección de personal, Expectativas de futuro.

**Title: Spanish companies offering information management: services, organization, employment and prospects**

### Abstract

In recent years, very few studies have classified and analysed the evolution of the business activities carried out by Spanish companies that provide information and document management services. Aware of the importance that these issues have for university centers and for graduate students of library and information science, this article presents the results obtained from an analysis of these companies, comparing them with available data from previous studies. Types of services currently offered by these companies, their geographical distribution, business scope, size and age, current data on their employment and selection policies, and future prospects in the midst of the current economic crisis are described. Novel contributions of this report are the analysis of business scope and age of these companies and the factors they take into account when selecting their employees.

### Keywords

Companies, Document services, Spain, Age, Size, Location, Employment, Recruitment, Future prospects.

Artículo recibido el 06-11-2013  
Aceptación definitiva: 26-02-2014

**Paños-Álvarez, Antonio; Saura-Meroño, Pedro-José (2014).** "Empresas españolas de gestión documental: servicios, organización, empleo y perspectivas". *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 23, n. 2, pp. 144-150.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.06>

## 1. Introducción

El desarrollo de la sociedad de la información y del conocimiento y de las tecnologías de la información, la consideración de la información como recurso estratégico para empresas y organizaciones y la importancia de su gestión eficiente, ha generado nuevos modelos de negocio. A su vez ello ha traído como consecuencia la proliferación de empresas y profesionales de las tecnologías de la información y documentación dedicadas a ofrecer servicios en esas áreas de actividad.

En España, como en otros países, se han diversificado las empresas de productos y servicios documentales, que ofrecen gestión, asesoramiento, consultoría técnica y tecnológica, formación, gestión del conocimiento, etc.).

Este sector puede ofrecer empleos a titulados universitarios en información y documentación lo cual ha propiciado el interés de investigadores y profesionales en analizarlo. Citaremos algunos estudios publicados a partir del año 2000:

Se han estudiado entre otros los factores tecnológicos y normativos que han favorecido la expansión del sector en los últimos quince años (Baiget, 2006), el auge del perfil profesional y empresarial relacionado con la gestión documental y la gestión del conocimiento en las empresas y organizaciones (Bustelo-Ruesta; García-Morales, 2000; Cornella, 2000; Rodríguez-Rovira, 2000; Bustelo-Ruesta; García-Morales, 2001; Bustelo-Ruesta, 2003; Espinás, 2008).

Otros trabajos han estudiado el empleo en información y documentación en España, bien centrándose en el seguimiento de los demandantes de empleo, principalmente de los titulados universitarios (Tejada-Artigas; Moreiro-González, 2003; Borrego, Comalat; Estivill, 2004; Moreiro-González et al., 2008), bien en el estudio de las ofertas de empleo publicadas en prensa u otros medios (Alonso-Arévalo; Vázquez-Vázquez, 2000; Tejada-Artigas; Rodríguez-Yunta, 2002), o bien mediante estudios que comparaban la situación con otros países como Francia (Tejada-Artigas; Rodríguez-Yunta, 2003) o Portugal (Frías; De-la-Mano; Moro-Cabero, 2008).

Algunos se centraron en el sector empresarial español, examinando sus tipos y los productos y servicios que ofrecen (Bustelo-Ruesta; García-Morales, 2000; Rodríguez-Yunta; Tejada-Artigas, 2003; 2004; Paños-Álvarez; Garrido-Alcolea, 2004). Otros posteriores, en fin, han estudiado las actividades empresariales que caracterizan el sector, la localización y datos de las empresas y cuestiones relativas a sus políticas de empleo (Tejada-Artigas; Rodríguez-Yunta, 2004; Rodríguez-Yunta; Tejada-Artigas, 2005).

Sin embargo, aunque el interés de estos estudios sigue teniendo importancia, en los últimos años han sido escasos. Por ello el objetivo de este trabajo es analizar cuál es la situación actual de este sector en el panorama español.

## 1. Objetivos

Partiendo de los datos suministrados en el *Directorio de empresas españolas de servicios documentales* elaborado en 2003 por el grupo Activa de Sedic, revisados en su edición de 2005 (Rodríguez-Yunta; Tejada-Artigas, 2005) y actualizados en este trabajo, el presente artículo pretende:

- clasificar el conjunto heterogéneo de empresas según los servicios ofertados;
- analizar su distribución geográfica, ámbito de negocio, antigüedad y tamaño;
- describir los perfiles formativos más demandados;
- estudiar las fuentes de reclutamiento y proceso de selección de nuevos empleados;
- analizar las expectativas de futuro de estas empresas.

## 2. Metodología

Después del escaso éxito de un primer intento de encuesta online, se realizó una encuesta telefónica con un cuestionario cerrado de 9 preguntas que permitió obtener los aspectos fijados como objetivos del presente trabajo. La población inicial (304 empresas) estaba formada por las empresas documentales del *Directorio de Sedic* (2005), que fue revisado y actualizado contactando con las empresas y a través de internet. 79 de ellas (un 26%) ya no existían, lo que determinó una población de 225 empresas. De ellas, 124 (55%) no quisieron contestar la encuesta aludiendo diversos motivos<sup>1</sup>. La muestra definitiva la formaron las 101 empresas que contestaron el cuestionario<sup>2</sup>. La encuesta se realizó durante los meses de junio y julio de 2012. Tras ello, se procedió al tratamiento de los datos, su tabulación y análisis con SPSS y la redacción de este trabajo.

## 3. Análisis de los resultados

### Clasificación de servicios documentales y tipos de empresas

Se pidió a las empresas encuestadas que indicaran su actividad principal y hasta 2 actividades secundarias. A fin de hacer útiles estos datos, clasificamos dichas actividades conforme a la clasificación de servicios documentales propuesta en trabajos anteriores (Tejada-Artigas; Rodríguez-Yunta, 2004; Rodríguez-Yunta; Tejada-Artigas, 2005) distinguiendo ahora 7 grupos de servicios<sup>3</sup> (tabla 1).

Como puede observarse en la tabla 1, las empresas documentales españolas han experimentado cambios en sus actividades empresariales en los últimos 7 años. Así, el primer lugar en importancia lo ocupan ahora la gestión documental (43,6% encuestadas lo señalan como su actividad principal y un 47,3% como secundaria). El diseño y distribución de software documental pasa a ocupar la segunda posición (el 29,7% lo marca como actividad principal, el 21,6% como secundaria y el 33,8% como tercera actividad).

Tabla 1. Servicios documentales que ofrecen las empresas españolas analizadas en este trabajo (n=101), identificando actividad principal, segunda (n=74) y tercera actividad (n=71)

	Actividad principal (%)	2ª actividad (%)	3ª actividad (%)
A. Consultoría en tareas de documentación	13 (12,9)	11 (14,9)	11 (15,5)
B. Gestión documental	44 (43,6)	35 (47,3)	28 (39,4)
C. Intermediación y distribución de contenidos	9 (8,9)	4 (5,4)	2 (2,8)
D. Diseño web y edición electrónica de productos documentales	3 (3,0)	3 (4,1)	0
E. Diseño y distribución de software documental	30 (29,7)	16 (21,6)	24 (33,8)
F. Formación en archivística, biblioteconomía y documentación	1 (1,0)	0	3 (4,2)
G. Otras actividades no relacionadas	1 (1,0)	5 (6,8)	3 (4,2)
Total empresas que han respondido indicando que ofrecen servicios de cada tipo y por orden de importancia de dicha actividad	101	74	71

Número y (% sobre el total de respuestas) de empresas que ofrecen cada tipo de servicios como actividad principal y como segunda o tercera actividad

Tabla 2. Servicios documentales que ofrecen las empresas españolas analizadas en este trabajo y comparación con los datos del estudio editado por *Sedic* (2005)

	Paños-Álvarez; Saura-Meroño	<i>Sedic</i> (2005)
A. Consultoría en tareas de documentación	35 (14,2)	129 (18,6)
B. Gestión documental	107 (43,5)	145 (20,9)
C. Intermediación y distribución de contenidos	15 (6,1)	79 (11,4)
D. Diseño web y edición electrónica de productos documentales	6 (2,4)	74 (10,7)
E. Diseño y distribución de software documental	70 (28,5)	201 (28,9)
F. Formación en archivística, biblioteconomía y documentación	4 (1,6)	67 (9,6)
G. Otras actividades no relacionadas	9 (3,7)	-
Total empresas que han respondido indicando que ofrecen servicios de cada tipo (Cifras globales de nuestro estudio y del estudio de <i>SEDIC</i> 2005)	246	695

Número y (% sobre total respuestas) de empresas que ofrecen actividades en cada tipo de servicios

Las cifras globales (tabla 2) de nuestro estudio y el de *Sedic* (2005) muestran ese cambio de tendencia, pues en 2005 el 20,9% de las empresas ofrecían servicios de gestión documental, mientras que ahora lo hace un 43,5% de las empresas encuestadas. Los servicios de diseño y distribución de software documental siguen manteniéndose, pues eran y son ofrecidos por alrededor del 28% de las empresas. Los servicios de formación han descendido su oferta (del 9,6% en 2005 al 1,6% de las empresas analizadas) y también los de intermediación y diseño web.

### Localización geográfica y ámbito de actividad

La mayoría de las empresas documentales encuestadas se ubican en las comunidades de Madrid (41%) y Catalunya (19%), seguidas de Valencia, Andalucía y el País Vasco (gráfico 1), manteniéndose así las características de distribución señaladas en trabajos anteriores (*Tejada-Artigas; Rodríguez-Yunta, 2004; Rodríguez-Yunta; Tejada-Artigas, 2005*)<sup>4</sup>.

Como novedad respecto a estudios anteriores se preguntó a las empresas por su ámbito geográfico de actividad (tabla 3). A este respecto, hay que destacar que más de la mitad (61,4%) orientan su negocio a España, mientras que un 38,6% también internacionalizan su actividad.

### Antigüedad y tamaño de las empresas

Ningún estudio anterior examinó la antigüedad de las empresas documentales españolas. Los datos de nuestra en-

cuesta señalan que el 5% inició su actividad antes de 1980 y el 23% lo hizo a lo largo de la década de 1980. Hay que destacar que en los 90 se produjo un fuerte avance de estas empresas, pues un 47% emprendió su negocio durante esos años y un 25% a partir del 2000. Estos datos ponen de manifiesto la influencia que a partir de los 90 han tenido las tecnologías en el entorno bibliotecario y documentalista (*Baiget, 2006*). Con relación al tamaño y utilizando como criterio de clasificación la *Recomendación 2003/303/EC* de la *Comisión Europea* (atendiendo al número de empleados) (tabla 4), la distribución de las empresas es parecida a la del estudio de *Sedic* (2005), que indicaba que un 70% eran pequeñas y medianas empresas (pymes), pues se observa que el 75% de las analizadas ahora lo son.

Tabla 3. Ámbito geográfico de actividad de las empresas documentales analizadas (n=101)

Autonómico	Regional	Nacional/Internacional	Nacional
5,9%	6,9%	38,6%	48,6%

Tabla 4. Tamaño de las empresas analizadas (n=101)

Pequeñas	37%
Medianas	38%
Grandes	25%



### Perfiles formativos más demandados

A diferencia de estudios anteriores, centrados en analizar el perfil de puestos de las empresas, hemos considerado interesante analizar las preferencias de perfil formativo que demandan estas organizaciones, más en línea con estadísticas de empleabilidad en entidades de demanda de empleo, que indirectamente informan sobre el perfil del puesto a desempeñar en la empresa, y cuyo análisis puede aportar valor añadido al currículum formativo de los universitarios y de las titulaciones actuales. Así distinguimos en primera instancia el nivel de formación (grado o master) y en segundo lugar, el perfil de formación (documentación, informática u otras opciones).

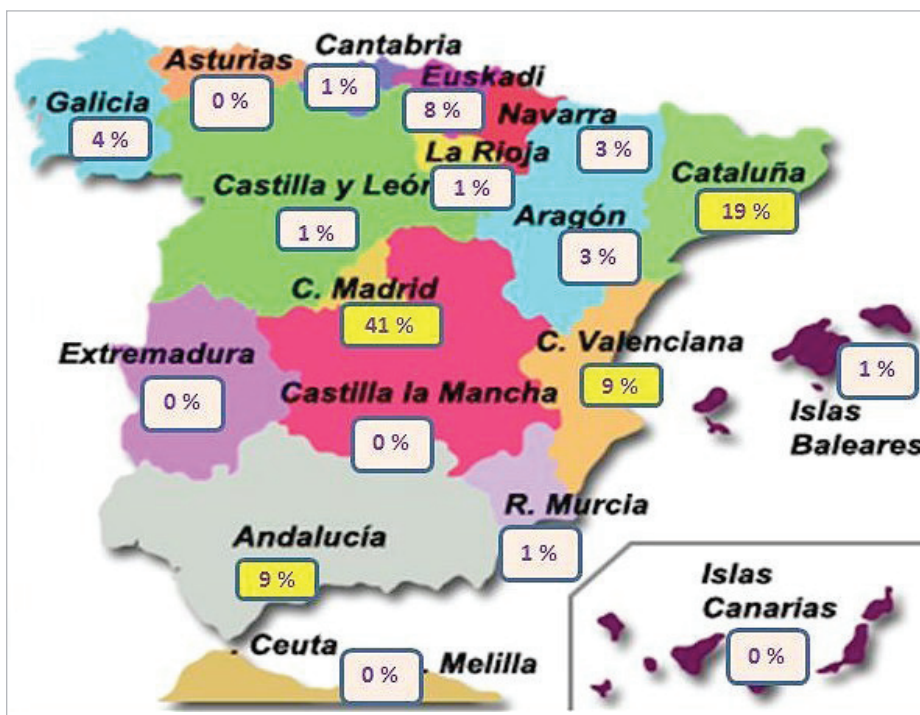


Gráfico 1. Mapa de empresas documentales analizadas por CCAA en España (n=101)

Un 66% de las empresas analizadas manifestaron que el nivel de formación más demandado al contratar personal nuevo es el de graduado. Con relación al perfil, el 58% indicó informática, el 39% documentación, mientras que un 32% indicó en porcentajes parecidos otros perfiles como: formación profesional administrativa, telecomunicaciones, economistas, periodistas, ingenieros o formación profesional.

### Fuentes de reclutamiento de nuevos empleados

Las empresas analizadas muestran un estacionamiento en el uso del sistema público de empleo (*Instituto Nacional de Empleo, INEM*) y un mayor uso de internet en la búsqueda de nuevos candidatos, pues ya en 2004<sup>5</sup>, el 73,3% de las 30 empresas utilizaban la bolsa propia de trabajo, un 43,3% convenios con universidades, un 40% las bolsas de internet y un 16,7% el *INEM*. En este análisis sobre 101 empresas, el 54% señaló el uso de webs de empleo y redes sociales, el 50% la propia web de la empresa, el 32% becas y convenios con universidades y un 16% el *INEM*.

### Modalidades de contratación

La operativa sigue mostrando tendencias similares a las de años anteriores. **Tejada-Artigas** y **Rodríguez-Yunta** (2004) al analizar los resultados sobre una muestra de 28 empresas, indicaban una preferencia por los contratos por obra, segui-

do por los contratos fijos y por becas. Los datos de las organizaciones encuestadas (101) indican que el 48% opta por los contratos temporales por obra o servicio, el 38% los fijos y un 14% los contratos de becarios y prácticas.

### Factores determinantes en el proceso de selección de candidatos

A diferencia de trabajos anteriores, que manejan una amplia gama de factores de selección de personal, dada la metodología de recogida de datos que utilizamos (telefónica) que imponía rapidez en el trato con los encuestados, nos vimos obligados a reducir el número de factores a considerar, sintetizándolos en factores genéricos. Se pidió que indicaran por orden de prioridad cuáles eran los elementos más importantes a la hora de seleccionar a los candidatos en los procesos de selección de personal. Los resultados aparecen en la tabla 5.

La tendencia es seleccionar profesionales atendiendo en primer lugar a su experiencia (57,4% de las empresas) y formación (24,8%), para después analizar sus aptitudes y discreción, habilidades en informática y los idiomas.

Como segundo requisito, las empresas mostraron una paridad a la hora de señalar la formación universitaria y las habilidades informáticas (27,7%), seguidas por las aptitudes y discreción de los candidatos en el desempeño de su trabajo (21,8%). Los elementos de evaluación para el requisito 2º, están más alineados.

En el tercer requisito hay también cierta igualdad entre aptitud/discreción (35,6%) e informática (34,7%), apareciendo con cierto peso (22,8%) en tercer lugar los idiomas.

Tabla 5. Requisitos más importantes en el proceso de selección de candidatos por orden de prioridad (n=101)

Orden de prioridad	Requisitos					
	Experiencia	Formación universitaria	Aptitud / Discreción	Informática	Idiomas	Total
1º	57	25	8	7	3	101
2º	12	28	22	28	11	101
3º	4	3	36	35	23	101

Número de empresas que priorizan cada factor como requisito en el proceso de selección de candidatos

Hay tres variantes que destacan por encima de las demás: experiencia, informática y aptitud/discreción. Esto invita a reflexionar sobre la posible incorporación de contenidos prácticos (prácticas curriculares y extracurriculares) y tecnológicos (informática y análogos) en los actuales y futuros planes de estudios universitarios de grado y postgrado, que puedan mejorar las posibilidades de integración laboral de nuestros estudiantes.

La tendencia es seleccionar profesionales atendiendo en primer lugar a su experiencia y formación

### Tendencias de futuro

Como novedad respecto a trabajos anteriores, y dada la situación actual de crisis, se consideró interesante preguntar a las empresas sobre la tendencia de su negocio en los próximos 5 años:

- 52% señaló que se fijaba como objetivo de futuro un crecimiento que necesariamente pasaba por estrategias de diversificación de sus productos y servicios, apostando por la integración constante de las nuevas tecnologías, la formación de sus empleados y la automatización de sus servicios.
- 28% pensaba crecer siguiendo con su gama actual de productos y servicios.
- 17% había apreciado visos de decrecimiento o estancamiento de sus negocios
- 3% se planteaba estrategias de cambio de negocio, fusión con otras empresas, internacionalización de su actividad, y también el cierre.

### 5. Conclusiones

Este estudio muestra los aspectos que siguen igual y los que han cambiado en el panorama de las empresas españolas de servicios documentales en 2012, siete años después de los últimos estudios disponibles. Asimismo aporta información de valor del sector y algunas recomendaciones para la formación y el acceso al empleo.

La localización geográfica de las empresas analizadas muestra un comportamiento similar en 2012 al de 2005, pues se ubican de forma mayoritaria en las comunidades de Madrid y Cataluña, buscando quizás la proximidad a áreas de concentración de la administración y de las empresas a las que poder ofrecer sus productos y servicios. El tamaño también mantiene una distribución similar pues el 75% son pymes.

Sin embargo los servicios ofrecidos por las empresas han cambiado. En 2005 el 67% de las 300 empresas incluidas en el directorio ofrecía servicios de diseño y distribución de software, el 48,3% servicios de externalización de tareas documentales y un 43% consultoría en documentación, mientras que en la actualidad la muestra analizada (101) señala como primera actividad la externalización de servicios documentales (43,6%) y en segundo lugar el diseño y distribución de software e informática (29,7%), quedando en tercer lugar los servicios de consultoría en documentación (12,9%). Sería interesante realizar estudios que analizaran

las causas de este cambio de tendencia en las actividades de estas empresas.

Como aportaciones novedosas del estudio podemos señalar el análisis del ámbito de negocio y edad de estas empresas. El 48,6% se dedica al mercado nacional y algo más de un tercio, el 38,6%, se orienta al mercado nacional/internacional. De estas últimas, el 87% se ubica en la comunidad de Madrid, el 34% en Cataluña y el 13% se distribuye entre País Vasco, Navarra y Valencia. Con relación a la antigüedad de las empresas cabe destacar que el 47% inició su actividad en la década de 1990, seguramente aprovechando la integración de las innovaciones tecnológicas en las empresas, y el 25% a partir de 2000.

Centrándonos en el ámbito laboral y de contratación de estas empresas podemos destacar varias cuestiones. Más de la mitad (66%) prefieren contratar graduados a titulados con master. El perfil profesional y técnico más demandado es informático (58%), seguido del titulado en documentación (32%). Estos datos, junto con las actividades ofertadas por las empresas, pueden hacernos reflexionar sobre el valor que estas organizaciones dan hoy en día a la formación de posgrado y la necesaria combinación de formación en informática y documentación que deben buscar los titulados egresados en información y documentación, si quieren conseguir un puesto de trabajo.

A la hora de desarrollar el proceso de captación de empleados, las empresas analizadas siguen la tendencia que ya iniciaron en 2004 de disminución en el uso del servicio público de empleo. Actualmente, el 54% señala que prioriza el uso de webs de empleo y redes sociales, la mitad la propia web de la empresa, un tercio becas y convenios con las universidades y sólo un 16% el *INEM*. Esta información puede orientar a nuestros egresados universitarios sobre cuáles son los canales más eficientes a la hora de buscar empleo.

El perfil de contratación en las empresas analizadas sigue manteniéndose en términos similares a 2004, priorizando la contratación temporal (por obra o servicio), señalada por el 48% de las empresas.

El perfil profesional y técnico más demandado es informático (58% de las empresas), seguido del titulado en documentación (32%)

También como aportación singular de este trabajo, analizamos los factores más importantes para las empresas a la hora de seleccionar a sus candidatos. A este respecto, cabe destacar, que como requisito primero, más de la mitad (57,4%) señalan la experiencia y el 24,8% la formación universitaria. Como requisito en segundo lugar, destacaron por igual la formación universitaria y las habilidades informáticas y en tercer lugar, también por igual destacaron las aptitudes y discreción de los candidatos y las habilidades informáticas. Dado que la experiencia sigue siendo el factor más cotizado, los egresados de información y documentación tendrán que aprender a sacar partido de las ofertas tem-

porales de trabajo y/o prácticas que desarrollen, poniendo tales actividades en valor en su curriculum.

Otra aportación de este trabajo fue conocer la opinión de las empresas sobre su proyección de futuro (en los próximos 5 años), a fin de recabar información sobre el estado del sector. Las empresas son conscientes del difícil momento que viven, pues un 20% señala síntomas de estancamiento y/o decrecimiento, un 28% se fija como objetivo una política de crecimiento conservador (centrado en su gama actual de productos) y algo más de la mitad se plantea objetivos de crecimiento, que necesariamente pasarían por estrategias de diversificación de sus productos, apostando por la integración de las innovaciones tecnológicas y la mejora de la formación de sus trabajadores.

## Notas

1. Los motivos alegados por la empresas fueron entre otros: “política de empresa; no contestan encuestas telefónicas; llame en otro momento; la persona responsable está reunida; no queremos contestar; no le puedo atender”, y otras similares.

2. El error muestral para un nivel de confianza del 95% es un aceptable  $e=0,072$ . Con relación al sesgo de no respuesta y la validez externa de la muestra, cabe señalar que el t-test no determinó diferencias significativas entre las medias teórica y observada de las características de la muestra. Además se aprecia proporcionalidad con los estudios anteriores. Así, en torno al 70% de la población y la muestra son pymes, al igual que en el estudio de *Sedic* (2005).

3. Se distinguen los 6 grupos de actividades de los trabajos de **Tejada-Artigas y Rodríguez-Yunta** (2004) y *Sedic* (2005) y un grupo de actividades no relacionadas donde se integran las empresariales como la logística de mercancías y transportes, franquicias, gestión de obras de arte, almacenamiento y otras, que las empresas documentales han ido abordando como consecuencia de la crisis.

4. No se preguntó si las empresas tienen más de una sede u oficina por motivos de hacer más operativo el cuestionario, dado que se trataba de una encuesta telefónica y su extensión excesiva jugaba en contra de la tasa de respuesta. Se optó por dedicar las preguntas a obtener información sobre otras cuestiones interesantes como el ámbito de negocio.

5. Datos referenciados en el trabajo de **Tejada-Artigas y Rodríguez-Yunta** (2004) sobre una muestra de 30 empresas.

## Bibliografía

**Alonso-Arévalo, Julio; Vázquez-Vázquez, Marta** (2000). “Características del comportamiento del mercado de trabajo en biblioteconomía, archivística y documentación. Bienio 98/99”. *Anales de documentación*, n. 3, pp. 9-24. <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2531>

**Baiget, Tomàs** (2006). “Les quinze coses que més han influït en la biblioteconomia i la documentació en els darrers quinze anys”. *Item*, n. 43, pp. 69-90. <http://eprints.rclis.org/19497>

**Borrego, Andrés; Comalat, Maite; Estivill, Assumpció** (2004). “Inserció laboral dels titulats en biblioteconomia i documentació per la Universitat de Barcelona”. *Bid: textos universita-*

*rios en biblioteconomia i documentació*, junio, n. 12. <http://bid.ub.edu/12borreg.htm>

**Bustelo-Ruesta, Carlota** (2003). “Gestión documental y gestión de contenidos en las empresas: estado del arte 2002 y perspectivas para 2003”. *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 12, n. 2, pp. 118-120. <http://eprints.rclis.org/10039>

**Bustelo-Ruesta, Carlota; García-Morales, Elisa** (2000). “La consultoría en organización de la información”. *El profesional de la información*, septiembre, v. 9, n. 9, pp. 3-11. <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2000/septiembre/1.pdf>

**Bustelo-Ruesta, Carlota; García-Morales, Elisa** (2001). “Tendencias en la gestión de la información, la documentación y el conocimiento en las organizaciones”. *El profesional de la información*, diciembre, v. 10, n. 12, pp. 4-7. <http://eprints.rclis.org/10040>

**Cornella, Alfons** (2000). “La gestión de la información en las organizaciones”. *El profesional de la información*, abril, v. 9, n. 4, pp. 35-36.

**Espinàs, Eulàlia** (2008). “Una profesión en redefinición: visión desde el *Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya*”. *El profesional de la información*, mayo-junio, v. 17, n. 3, pp. 331-316. <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2008/mayo/07.pdf> <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2008.may.07>

**Frías, José-Antonio; De-la-Mano, Marta; Moro-Cabero, Manuela** (2008). “La convergencia europea y la formación en Información y Documentación en la Universidad de Salamanca: proyectos y realidades”. En: Frías, José-Antonio (Coord.): *III Encuentro Ibérico de Docentes e Investigadores en Información y Documentación*. Salamanca, pp. 217-224. ISBN: 978 84 7481 654 9

**Moreiro-González, José-Antonio; Azcárate, Pilar; Marzal, Miguel-Ángel; Tejada-Artigas, Carlos; Vergeiro, Waldomiro** (2008). “Desarrollo profesional y opinión sobre la formación recibida de los titulados universitarios en información y documentación de las universidades públicas de Madrid (2000-2005)”. *El profesional de la información*, mayo-junio, v. 17, n. 3, pp. 261-266. <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2008/mayo/02.pdf> <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2008.may.02>

**Paños-Álvarez, Antonio; Garrido-Alcolea, Pedro** (2004). “Estudio del modelo de productos y servicios de las empresas de servicios documentales”. *Anales de documentación*, n. 7, pp. 199-213. <http://eprints.rclis.org/12030/1/ad0713.pdf>

**Rodríguez-Rovira, Josep M.** (2000). “Papel de las empresas consultoras en la gestión del conocimiento”. *El profesional de la información*, septiembre, v. 9, n. 9, pp. 11-16. <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2000/septiembre/2.pdf>

**Rodríguez-Yunta, Luis; Tejada-Artigas, Carlos** (2004). “Recursos en internet sobre desarrollo profesional en documentación: 2.



Empresas españolas de servicios documentales". *Revista española de documentación científica*, v. 27, n. 3, pp. 375-409. <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/viewFile/238/294>

**Rodríguez-Yunta, Luis; Tejada-Artigas, Carlos** (2005). *Servicios documentales: análisis y directorio de empresas españolas*. Madrid: Sedic. ISBN: 84 609 5110 3

**Tejada-Artigas, Carlos; Moreiro-González, José-Antonio** (2003). "Mercado de trabajo en biblioteconomía y documentación. Estudios sobre la inserción laboral de los titulados universitarios". *El profesional de la información*, enero-febrero, v. 12, n. 1, pp. 4-9. <http://eprints.rclis.org/13045>

**Tejada-Artigas, Carlos; Rodríguez-Yunta, Luis** (2002). *Situa-*

*ción laboral y desarrollo profesional de los socios de Sedic: resultados de la encuesta realizada en el 2001*. Madrid: Sedic. ISBN: 84 89456 03 8

**Tejada-Artigas, Carlos; Rodríguez-Yunta, Luis** (2003). "De cara al espejo: imagen colectiva de los profesionales de la información en España y Francia". En: *Los sistemas de información en las organizaciones: eficacia y transparencia. Fesabid 2003, VIII Jornadas Españolas de Documentación*. Barcelona, pp. 431-442.

**Tejada-Artigas, Carlos; Rodríguez-Yunta, Luis** (2004). "Empresas españolas de servicios documentales: clasificación, tipología de servicios y encuesta sobre empleo". *El profesional de la información*, v. 13, n. 6, pp. 431-440. <http://eprints.rclis.org/1938>

**iralis**®

International Registry for Authors:  
Links to Identify Scientists

es:

- una **guía** para los autores hispanos para que firmen sus trabajos en el formato internacional usual
- una **base de datos** que registra las variantes de firma usadas por cada autor en diferentes épocas
- un **buscador** que usa automáticamente todas las variantes registradas

¡Ni un día más sin decidir tu firma!

Inscríbete en <http://iralis.org>

**El formato de  
firma internacional**

Con el apoyo de:

El profesional de la  
**información**





# SITUACIÓN DEL NEUROMARKETING EN ESPAÑA



## Celia Andreu-Sánchez, Aroa Contreras-Gracia y Miguel-Ángel Martín-Pascual



**Celia Andreu-Sánchez** es doctora en comunicación y máster en neurociencias y psicobiología del comportamiento. Es directora del grupo de investigación *Neuro-Com*, dedicado a la investigación de neurociencias en ciencias de la comunicación, en la *Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)*, miembro de la *División de Neurociencias* de la *Universidad Pablo Olavide* de Sevilla, profesora de comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas y periodismo en la *UAB* y en la *Universitat de Girona*. Es gestora de comunicación online y desarrolladora de *iOS* para *Apple Inc.*  
<http://orcid.org/0000-0001-9845-8957>

*Universitat Autònoma de Barcelona, Facultat de Comunicació. Edif. I, Dept. de Comunicació Audiovisual i Publicitat  
Campus Bellaterra  
08193 Cerdanyola del Vallès, Barcelona, España  
celia.andreu@uab.cat*



**Aroa Contreras-Gracia** es graduada en publicidad y RRPP por la *Universitat de Girona* (2013) tras una trayectoria académica formativa en distintos centros universitarios españoles: *Universitat de Girona*, *Universidad San Jorge* y *Universidad de Sevilla*. Ha realizado prácticas en una empresa española puntera en el desarrollo e investigación en tecnología *BCI* (*brain computer interfaces*). Apasionada por el mundo de la innovación y sobre todo por las neurociencias aplicadas a la comunicación, concretamente a la publicidad.  
<http://orcid.org/0000-0003-2920-3605>

*Universitat de Girona, Facultat de Turisme  
Edif. Sant Domènec, Pl. Ferrater Mora, 1. 17071 Girona, España  
aroacontrerasgracia@gmail.com*



**Miguel-Ángel Martín-Pascual** es profesor de comunicación audiovisual y publicidad en la *Universitat Autònoma de Barcelona* y director de formación en el *Instituto de Radiotelevisión Española* en Barcelona. Es realizador de televisión en *Televisión Española*, desarrollador de *iOS* para *Apple Inc* y miembro de la *División de Neurociencias* de la *Universidad Pablo Olavide de Sevilla*. Es máster en neurociencias y psicobiología del comportamiento.  
<http://orcid.org/0000-0002-5610-5691>

*Universitat Autònoma de Barcelona, Facultat de Comunicació. Edif. I, Dept. de Comunicació Audiovisual i Publicitat  
Campus Bellaterra  
08193 Cerdanyola del Vallès, Barcelona, España  
miguelangel.martin@uab.cat*

### Resumen

El neuromarketing existe desde hace poco más de una década, y está despertando el interés de la investigación científica. En estos años se ha definido el marco teórico, las técnicas y los métodos de investigación. La ausencia de una legislación que regule cualquier experimento en neuromarketing y el hermetismo del sector privado debido a sus clientes hace difícil conocer el uso de esta disciplina por las marcas. 16 de los 75 centros universitarios españoles realizan investigación en neuromarketing, pero no tiene repercusión en los índices de impacto internacionales. Por su parte, una quinta parte del sector publicitario profesional español muestra interés real en neuromarketing, bien teniendo un departamento propio dedicado al mismo, o bien ofreciendo los servicios pertinentes. La ética, presentada tradicionalmente como un impedimento para el desarrollo del neuromarketing, no debe suponer un problema para la evolución de este campo de conocimiento.

### Palabras clave

Neuromarketing, Marketing, Comunicación, Publicidad, Agencias, Investigación, Neurociencia, Neuroética, Ética.

**Title: Situation of neuromarketing in Spain**

### Abstract

Neuromarketing has existed for just over a decade, and its theoretical framework, techniques and research methods have been defined during these years. The absence of legislation regulating neuromarketing experiments and the secrecy of the

Artículo recibido el 29-10-2013  
Aceptación definitiva: 28-01-2014

private sector due to its client agreements, it is difficult to know how brands use this discipline. Currently, the scientific sector in Spain has great interest in neuromarketing. Sixteen of Spain's 75 universities (21%) have a research group, institute or center that studies neuromarketing, but this activity has had little international impact. Meanwhile, a fifth of the Spanish professional commercial sector shows real interest in neuromarketing, either having a separate department dedicated to it or offering this service to others. Ethics, traditionally presented as an impediment to the development of neuromarketing, should not pose a problem for the development of this field of knowledge.

## Keywords

Neuromarketing, Marketing, Communication, Advertising, Agencies, Research, Neuroscience, Neuroethics, Ethics.

**Andreu-Sánchez, Celia; Contreras-Gracia, Aroa; Martín-Pascual, Miguel-Ángel (2014).** "Situación del neuromarketing en España". *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 23, n. 2, pp. 151-157.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.07>

## 1. El neuromarketing

El neuromarketing es una reciente área de conocimiento en la que, utilizando técnicas y conocimientos de neurociencia, se investiga cómo se puede mejorar el marketing, la comunicación publicitaria y, en definitiva, el aumento de ventas de un producto o marca determinados. Son varias las definiciones que podríamos tener en cuenta para crear un marco teórico (Smidts, 2002; Braidot, 2007; Lee et al., 2007; Humbert; Kenning, 2008; Randall, 2009; Pradeep, 2010). Todas coinciden en que el neuromarketing estudia cómo se comporta el cerebro del consumidor, utilizando técnicas y métodos de investigación neurocientífica con el objetivo de mejorar las estrategias de marketing. Se encuentra así próximo a la investigación de mercados.

En los últimos años la producción científica sobre neurociencia ha aumentado considerablemente. El número de publicaciones en las revistas científicas de mayor prestigio se ha duplicado en una década. Mientras que en los 90 se publicaron 1.149 artículos científicos de neurociencia en revistas de prestigio internacional, durante la primera década del siglo XXI, se publicaron 2.916 (Andreu-Sánchez, Martín-Pascual, 2014). Además la investigación en neurociencia se ha expandido a áreas y disciplinas ajenas a ella hasta la fecha y la encontramos vinculada a la comunicación, economía, derecho penal o religión, entre otras. Esto ha provocado la creación del concepto *neurocultura* para hacer referencia a las ramas científicas que combinan la neurociencia con otros campos de estudio (Javor et al., 2013). Una de estas expansiones ha sido la neurociencia aplicada al consumidor,

englobada en muchas ocasiones bajo el término de neuromarketing (Khushaba et al., 2013; Venkatram et al., 2011; Plassmann, 2012; Wilson et al., 2008; Weisberg et al., 2009; Ariely, 2010; Touhami et al., 2011).

Si atendemos a la base de datos *Web of knowledge* de Thomson Reuters, encontramos un claro aumento de las publicaciones en neuromarketing en los últimos años (figura 1). Desde que Smidts (2002) acuñara el término hasta la actualidad, podemos ver que el crecimiento ha sido importante.

La publicación en 2004 de un artículo en la revista *Neuron* sobre la respuesta de 67 sujetos analizada mediante resonancia magnética funcional, frente a las marcas *Coca-Cola* y *Pepsi*, supuso la entrada de los estudios de neuromarketing en la investigación científica de primera línea (MacClure et al., 2004).

La tradicional segmentación de la población realizada hasta ahora en estudios de marketing entre características demográficas, edad, geografía, nivel económico o gustos, deja de ser relevante en la investigación en neuromarketing. Ahora interesan los procesos cognitivos y perceptivos de los clientes. Las principales técnicas que se utilizan para averiguar estos procesos son: la electroencefalografía (EEG), la magnetoencefalografía (MEG), la tomografía por emisión de positrones (PET) y la resonancia magnética funcional (fMRI). Se trata de técnicas complejas que precisan de expertos específicos de cada una y un alto periodo de adquisición de datos, comparado con los métodos tradicionales de investigación en publicidad (Plassmann et al., 2007). Por

otro lado, pese a ser una técnica más propia de la psicología de la percepción que de la neurociencia, entre las técnicas propias del neuromarketing se suele incluir la investigación con *eye tracking* (seguimiento del movimiento de los ojos frente a la pantalla) que suele ir acompañada de estudios con EEG (Khushaba et al., 2013). Se han hecho interesantes avances técnicos en el uso de esta combinación (Plöchl et al., 2012).

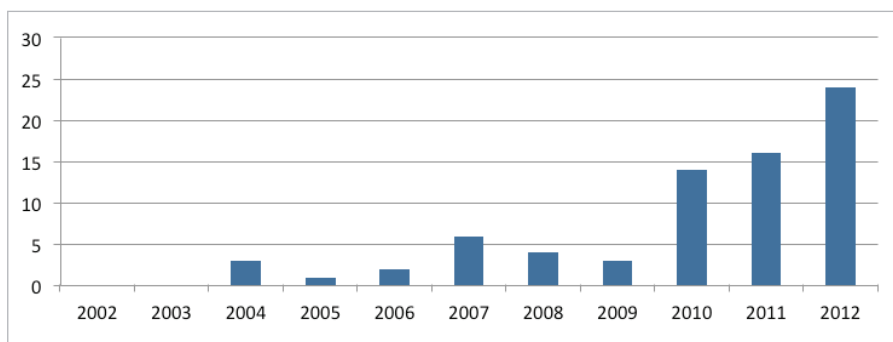


Figura 1. Artículos científicos publicados sobre neuromarketing en el siglo XXI. Fuente: *Web of knowledge*, Thomson Reuters.



Todas estas técnicas se presentan como herramientas metodológicas nuevas para observar procesos cerebrales sin necesidad de preguntar a los consumidores directamente por sus pensamientos, memorias, evaluaciones o estrategias de toma de decisión (Plassmann *et al.*, 2012). También ofrecen una posible mejora de la eficiencia de estrategias de marketing (Venkatraman *et al.*, 2012). Por ello el neuromarketing no suele entenderse como un nuevo método de investigación de mercados para la creación de tácticas de marketing y publicidad, sino como una opción de obtener información complementaria sobre los procesos de elección y los tipos de consumidores (Venkatraman *et al.*, 2012). Se ha mostrado también como una fuente de generación de ideas capaces de complementar a las teorías tradicionales de la psicología, el marketing y la economía (Plassmann *et al.*, 2012).

El neuromarketing está en observación académica y profesional hasta que se decida si aporta pruebas sólidas y susceptibles de ser aplicadas a la profesión del marketing

El neuromarketing está en fase de desarrollo hasta que la comunidad científica y profesional se pronuncie claramente sobre si aporta pruebas sólidas y susceptibles de ser aplicadas a la profesión del marketing. Por otra parte el neuromarketing es una realidad que podemos comprobar por ejemplo en la inversión en investigación de instituciones como el *Marketing Science Institute* y el *Institute for the Study of Business Markets*, o en que cada vez se incluye más como tema de interés en revistas académicas de publicidad y marketing (Lee *et al.*, 2007).

Por otro lado, su aparición, además de crear interés, trae consigo un problema que se plantea en muchos campos de investigación científica: la ética. A este respecto ha recibido variadas críticas (Ariely, 2010). Una de las más recurrentes es la referente a la implicación en condicionar, manipular o limitar la libertad de elección de los consumidores. El origen de la neuroética lo encontramos en la primera mitad del siglo XX. La importancia internacional dada a la ética en la investigación neurocientífica queda ya reflejada en 1947 en la reunión fundacional de la *Federation of EEG and Clinical Neurophysiology* que tuvo lugar en Londres. Asistieron investigadores internacionales en electroencefalografía (EEG) con el fin de regular las investigaciones con esta técnica. En 1961 se creó la *International Brain Research Organization*, patrocinada por la *Unesco*, donde tuvo su origen el concepto de neuroética en su acepción actual. En la actualidad, la *International Neuroethics Society* se encarga de gestionar y aconsejar la regulación de la investigación neurocientífica con implicaciones sociales, legales éticas y políticas. En la investigación clásica en marketing no se plantean académicamente problemas éticos con el uso de la tecnología para intereses comerciales (Eaton; Illes, 2007), sin embargo el uso de una técnica que analiza el comportamiento del cerebro para su aplicación en la venta comercial, sí provoca problemas éticos. Por un lado se manifiesta la posible desprotección de cualquier grupo que pueda ser explotado

por el uso del neuromarketing y, por otro lado, existe una preocupación por la autonomía del consumidor (Murphy *et al.*, 2008). En general suele manifestarse una gran inquietud por el hecho de que los publicistas tengan acceso a sofisticadas herramientas capaces de comprender e incluso dirigir el comportamiento del consumidor con el fin último de la venta de un producto.

En España hay 32 organismos que forman la *Red de Comités de Ética de Universidades y Organismos Públicos de Investigación (RCE)*. Además, la mayoría de hospitales universitarios tienen sus propios comités de ética clínica, que también trabajan coordinadamente con las universidades. Según la *Comisión Ética de Experimentación Animal y Humana (Ceeah)* de la *Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)*, con casi treinta años de experiencia en asesoramiento ético de investigación con humanos y animales, toda investigación en neuromarketing precisa un aval ético al mismo nivel que cualquier otra investigación con humanos, si desea tener el reconocimiento de un comité ético. No existe una normativa propia exclusiva para neuromarketing, sino que la regulación en sus investigaciones se realiza según la normativa de cada comité, asociados a través de la *RCE*, y que se basan en la legislación propia de los comités de bioética de Europa, de España y de algunas comunidades autónomas. Según Josep Santaló, presidente del *Ceeah*, las ciencias sociales presentan un aumento de consultas a la comisión en los últimos años. Algunas áreas de investigación que tradicionalmente no realizaban consultas de ética en investigación, como son las citadas ciencias sociales, la antropología, la pedagogía o la comunicación, están mostrando un aumento de solicitudes para la aprobación de protocolos (Santaló, 2013).

Hemos trabajado con tres grupos: investigadores en neuromarketing, agencias de publicidad y empresas de investigación de mercados

Según Santaló (2013), los apriorismos no pueden invalidar el objeto de ninguna investigación. Así frente al caso de la ética en investigación de neuromarketing, el *Ceeah* afirma que no debe existir problema por parte de ningún comité de ética de investigación, siempre y cuando se cumplan las normas de consentimiento informado y se respeten los derechos de los sujetos de investigación. Toda investigación en neuromarketing debe cumplir con la ética propia de cualquier protocolo de investigación. Hecho esto, no existe ningún planteamiento ético diferente en una investigación propia del neuromarketing frente a cualquier otro tipo de investigación con humanos. Por otro lado desde el *Ceeah* afirman que, debido al uso de avanzadas técnicas de investigación neurocientífica y ante el posible diagnóstico de patologías o anomalías de los individuos participantes en la investigación, éstos tienen derecho a no saber y así debe constar en el consentimiento informado previo a la investigación (Santaló, 2013).

Ante este panorama general, el objetivo de esta investigación ha sido conocer la situación del neuromarketing en España, tanto en el ámbito científico como en el profesional.

## 2. Metodología de la investigación

Para alcanzar el objetivo de este estudio, hemos trabajado con tres grupos de interés: investigadores en neuromarketing, agencias de publicidad y empresas de investigación de mercados, encuestándolos en los meses de abril y mayo de 2013.

Para estudiar la situación de la investigación de neuromarketing en España hemos realizado encuestas en las 75 universidades españolas. A partir de sus webs hemos buscado los grupos de investigación -grupos, institutos, centros, *spin-offs* y oficinas de transferencia de resultados de investigación (otris)- que mostraban alguna línea de trabajo vinculada a neuromarketing (neurociencia, publicidad, marketing, comunicación). Se han encontrado 112 áreas o grupos susceptibles de tener alguna línea de investigación relacionada, formadas por 81 grupos de investigación, 5 institutos, 4 centros especializados, 2 *spin-offs* y 20 otris. Hemos contactado con todas vía teléfono y correo electrónico planteándoles mediante encuesta si investigaban en alguna línea de neuromarketing. A continuación hemos distribuido las respuestas en base a la universidad a la que pertenecían para poder obtener resultados coherentes en esta línea.

Una cuarta parte de las universidades españolas realiza investigación sobre neuromarketing

Para conocer la situación del neuromarketing en el entorno profesional, nos interesaba saber si se está ofreciendo como servicio adicional por parte de las agencias de publicidad tradicionales. Para ello hemos realizado un muestreo de juicio (o de selección intencional) para obtener datos sobre la población. Hemos llevado a cabo la investigación estudiando las 31 agencias que forman la *Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (Aeacp)*, fundada en 1977, cuyos miembros facturan el 85% de la inversión en publicidad gestionada a través de agencias en España (Aeacp, 2013).

[http://www.agenciasaeacp.es/agencias/agencias\\_asociadas.asp](http://www.agenciasaeacp.es/agencias/agencias_asociadas.asp)

Considerando esta muestra como representativa, hemos contactado telefónicamente o mediante correo electrónico y les hemos planteado si la agencia cuenta con un departamento de neuromarketing o si ofrecen este servicio a sus clientes. A excepción de 2 agencias que no han dado respuesta, hemos obtenido satisfactoriamente los datos de todas las demás. A las que dan una respuesta positiva y tra-



Figura 2. Universidades españolas que investigan en neuromarketing.

Tabla 1. Distribución de los grupos de investigación en neuromarketing por comunidades autónomas españolas.

	Sí	No	Relacionada	Sin respuesta
Andalucía	4	6	0	0
Aragón	1	1	0	0
Asturias	0	0	1	0
Canarias	0	2	0	0
Cantabria	0	2	0	0
Castilla La Mancha	1	0	0	0
Castilla y León	0	7	0	1
Catalunya	1	7	2	2
Comunidad Valenciana	2	3	0	2
Extremadura	0	1	0	0
Galicia	1	2	0	0
Islas Baleares	0	1	0	0
La Rioja	1	1	0	0
Madrid	3	11	0	1
Murcia	2	1	0	0
Navarra	0	2	0	0
País Vasco	0	3	0	0

bajan con neuromarketing, se les plantea un cuestionario compuesto por 8 preguntas con el objetivo de conocer:

- modelo de presencia de este servicio;
- formación de los responsables del mismo;
- modelos de subcontratación si los hubiera;
- protocolos de ofrecimiento a sus clientes;
- tipos de clientes que lo solicitan;
- antigüedad del servicio en su cartera;
- número de estudios realizados en el último año; y
- % de facturación que implica.

Para averiguar la situación del neuromarketing en las empresas españolas de investigación de mercados y así tener una visión más completa en el ámbito profesional en España, hemos llevado a cabo de nuevo un muestreo de juicio (o de selección intencional). Seleccionamos trabajar con la *Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública (Aneimo)* que, fundada en 1978, aglutina las 16 agencias líderes del sector. Actualmente cuenta con un volumen de negocio de las empresas asociadas que supone cerca de 300 millones de euros y en ellas trabajan más de 5.000 empleados (Aneimo, 2013).

<http://www.aneimo.com/asociados.php>

Los investigadores consideraron esta muestra como representativa. El método de investigación con *Aneimo* es idéntico al indicado antes: contacto telefónico o por correo electrónico con las empresas asociadas para averiguar si cuentan con un departamento especializado. A las empresas con respuesta afirmativa, les realizamos un segundo cuestionario

compuesto por las mismas preguntas planteadas a las agencias de *Aeacp* sobre el modelo de neuromarketing en sus empresas.

### 3. Resultados

Los resultados obtenidos sobre la investigación científica indican que el 21% de las 75 universidades españolas cuenta con algún grupo, instituto o centro que investiga en neuromarketing, y el 4% cuenta con algún grupo con investigación relacionada. Dos terceras partes de las universidades españolas no presentan ninguna línea de investigación directa o relacionada. No obtuvimos respuesta de 6 universidades (8%).

Las universidades españolas que realizan investigación en neuromarketing o en temas relacionados son: *A Coruña, Autónoma de Barcelona, Autónoma de Madrid, Cádiz, Castilla La Mancha, Complutense de Madrid, Granada, La Rioja, Málaga, Miguel Hernández, Murcia, Oviedo, Pablo de Olavide, Politécnica de Cartagena, Pompeu Fabra, Rey Juan Carlos, Rovira i Virgili, València y Zaragoza.*

La distribución por comunidades autónomas (tabla 1) muestra que la investigación se desarrolla principalmente en Andalucía, Madrid, la Comunidad Valenciana y Murcia.

Los resultados de las agencias de publicidad y comunicación (figura 3 y tabla 2) muestran que el 13% cuenta con un departamento de neuromarketing u ofrecen este servicio a sus clientes. La mayoría (81%) de agencias no cuentan con un departamento al respecto ni ofrecen este servicio a sus clientes. No obtuvimos respuesta de 2 de las 31 agencias contactadas.

Una quinta parte del sector publicitario profesional muestra interés real en neuromarketing

La encuesta realizada a las cuatro agencias que sí cuentan con departamento de neuromarketing u ofrecen dicho servicio a sus clientes (*Gaps, Leo Burnett Iberia, McCann y VCCP*) presenta los siguientes resultados:

- Dos de ellas lo subcontrata a empresas especializadas, una cuenta con un departamento de neuromarketing propio, y la otra no da una respuesta concreta.
- Tres ofrecen estudios de neuromarketing para optimizar los resultados y las necesidades que puedan tener sus clientes.
- Los principales clientes que solicitan este tipo de servicios pertenecen a los sectores del gran consumo (40%) y del entretenimiento (20%).
- Ofrecen estos servicios desde hace menos de dos años.
- La facturación correspondiente a los estudios de neuromarketing es inferior al 5% del total de las agencias.

La investigación en las empresas de investigación de mercados y opinión pública que forman *Aneimo* muestra que

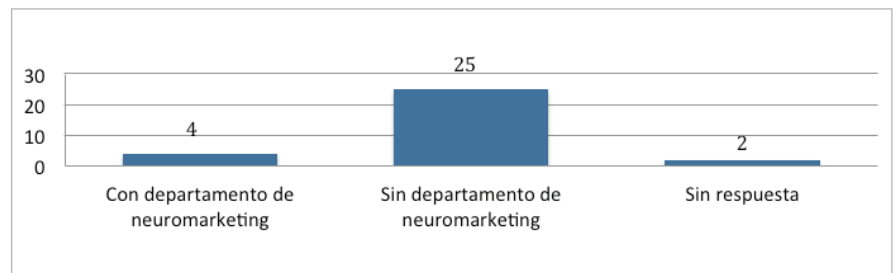


Figura 3. Relación de las agencias de publicidad y comunicación de *Aeacp* con el neuromarketing.

el 37% cuenta con un departamento de neuromarketing u ofrece este servicio a sus clientes.

La encuesta a las seis empresas de *Aneimo* con departamento de neuromarketing o con este servicio en cartera (*Análisis e Investigación, Block de Ideas S.L., Gfk Emer Market Research Solutions, Millward Brown Spain, Quota Research S.A. y TNS/Kantar*) presenta los siguientes resultados:

- Cinco de ellas tienen departamento de neuromarketing propio, que está formado por un 45% de psicólogos y un 11% de ingenieros. El 44% restante de los departamentos están formados por sociólogos, publicistas y economistas principalmente. Llama la atención la ausencia de neuro-

Tabla 2. Las agencias de publicidad y comunicación de *Aeacp* con departamento o servicios de neuromarketing

Con departamento de neuromarketing	Sin departamento de neuromarketing	Sin respuesta
<i>Gaps</i>	<i>Arena 360</i>	<i>Cheil Spain</i>
<i>Leo Burnett Iberia</i>	<i>Arnold Madrid</i>	<i>Shackleton</i>
<i>McCann</i>	<i>Bungalow25</i>	
<i>VCCP</i>	<i>Contrapunto BBDO</i>	
	<i>DDB</i>	
	<i>DEC</i>	
	<i>Del Campo Saatchi &amp; Saatchi</i>	
	<i>Draftfcb Spain</i>	
	<i>El Laboratorio</i>	
	<i>Evora Marketing y Publicidad</i>	
	<i>GMR Marketing</i>	
	<i>Grey Group</i>	
	<i>Havas Worldwide Spain</i>	
	<i>Innocean Worldwide</i>	
	<i>La Fórmula</i>	
	<i>JWT</i>	
	<i>LOLA</i>	
	<i>Ogilvy &amp; Mather</i>	
	<i>Publicis Comunicación</i>	
	<i>Sra. Rushmore</i>	
	<i>TBWA</i>	
	<i>Tactis Europe</i>	
	<i>Tapsa</i>	
	<i>Tiempo/BBDO</i>	
	<i>Zapping/M&amp;CSaatchi</i>	



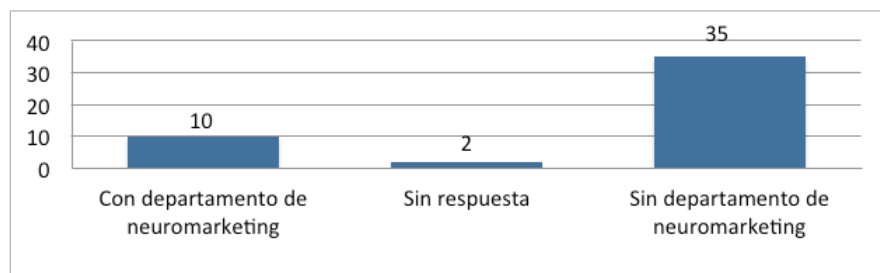


Figura 4. Resultados del sector profesional de la publicidad y el marketing en España.

- científicos en la recolección y análisis de los datos.
- Una subcontrata los servicios de neuromarketing a empresas especializadas.
- Los servicios de neuromarketing se presentan a los clientes como una herramienta capaz de optimizar los resultados y las necesidades de los mismos (33%), como complementaria a las técnicas tradicionales de auto-reporte (34%) y como una herramienta eficaz capaz de aumentar el número de ventas de los clientes (33%).
- Los principales clientes pertenecen a los sectores del gran consumo (62%) y automovilístico (13%).
- La mayoría de las empresas ofrece este servicio desde hace 2 años o más.
- A lo largo del último año, el 40% ha realizado entre 10 y 30 estudios de neuromarketing, mientras que el 60% restante ha realizado menos de 10.
- Este tipo de encargos suponen menos de un 5% de la facturación total para 4 de las empresas. Una de ellas afirma obtener entre un 10 y un 20% de la facturación a través de servicios de neuromarketing.

Si tenemos en cuenta los resultados procedentes de las agencias de publicidad y de las empresas de investigación de mercados de manera conjunta (figura 4), obtenemos que la quinta parte del sector profesional de la publicidad y el marketing en España (un 21,3%) cuenta con un departamento de neuromarketing u ofrece dicho servicio en su cartera. La mayor parte del sector profesional, un 74,5%, no trabaja en neuromarketing.

#### 4. Discusión y conclusiones

El neuromarketing en España presenta un interés creciente en la investigación y en el ámbito profesional. Una cuarta parte de las universidades españolas están realizando investigación sobre neuromarketing. Teniendo en cuenta la realidad actual de la investigación en España, el neuromarketing es una disciplina emergente al igual que en otros países. Sin embargo, si atendemos a criterios de publicación científica internacional, observamos que en los últimos años (de 2004 a octubre de 2013) sólo 3 publicaciones realizadas por grupos españoles están incluidas en la base de datos *WoS* de *Thomson Reuters*. Buena parte de las investigaciones se hacen al margen de la investigación neurocientífica establecida, aunque mediante equipos multidisciplinares, donde no siempre hay neurocientíficos.

Por su parte, una quinta parte del sector publicitario profesional muestra interés real en neuromarketing, bien con un departamento propio, bien ofreciendo en su cartera dichos servicios contratados a terceros. Se produce un mayor

desarrollo del neuromarketing en las empresas de investigación de mercados que en las agencias de publicidad y comunicación, puede que por la alta especialización necesaria en los estudios de neuromarketing.

Las cuestiones éticas sobre estos servicios preocupan mucho a la sociedad y cada vez implican más a las ciencias sociales. El hecho de

que no exista una normativa propia de neuromarketing que obligue a toda investigación profesional realizada en este área a tener el aval de un comité de ética, provoca que buena parte de la investigación profesional llevada a cabo en esta línea carezca de registros públicos y transparentes. Por ello, sería interesante continuar esta línea de trabajo para averiguar cómo regula la actual legislación la investigación neurocientífica en España y qué repercusiones tiene carecer del aval científico de un comité de ética en la investigación en neuromarketing. Es posible que estemos ante un gran avance del conocimiento que se está llevando a cabo en el ámbito profesional y que, por intereses económicos de los clientes (marcas o agencias) no se acaba haciendo público entre la sociedad, en general, y entre todos los profesionales y teóricos de la comunicación, en particular.

“Es posible que estemos ante un gran avance del conocimiento que se lleva a cabo en el entorno profesional y que por intereses económicos no se hace público”

Por otro lado, este trabajo abre el camino para continuar investigando las técnicas neurocientíficas (electroencefalografía, resonancia magnética funcional, tomografía por emisión de positrones, etc.) que actualmente están teniendo una mayor incidencia en el área de la publicidad y el marketing en España. Igualmente entendemos que es necesario mantener esta línea para conocer la eficacia de cada una de estas técnicas en el área de la comunicación y así ir acotando la utilidad, o no, del incipiente campo de estudio del neuromarketing.

#### Bibliografía

- Andreu-Sánchez, Celia; Martín-Pascual, Miguel-Ángel** (2014). “Selling the brain: Representation of neuroscience in advertising”. En: Grabowski, Michael (ed.) *Media on the brain*. En prensa.
- Ariely, Dan; Berns, Gregory S.** (2010). “Neuromarketing: the hope and hype of neuroimaging in business”. *Nature reviews. Neuroscience*, April, v. 11, n. 4, pp. 284-292. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2875927> <http://dx.doi.org/10.1038/nrn2795>
- Asociación de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión. *Asociados y sus servicios*. <http://www.aneimo.com/asociados.php>

- Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria. *Agencias asociadas*.  
[http://www.agenciasaeacp.es/agencias/agencias\\_asociadas.asp](http://www.agenciasaeacp.es/agencias/agencias_asociadas.asp)
- Braidot, Néstor** (2007). *Neuromarketing ¿Por qué tus clientes se acuestan con otro si dicen que les gustas tú?* Barcelona: Editorial Gestión 2000. ISBN: 978 8498750447
- Eaton, Margaret L.; Illes, Judy** (2007). "Commercializing cognitive neurotechnology – the ethical terrain". *Nature biotechnology*, April, v. 25, n.4, pp. 393-397.  
<http://dx.doi.org/10.1038/nbt0407-393>
- Hubert, Mirja; Kenning, Peter** (2008). "A current overview of consumer neuro-science". *Journal of consumer behaviour*, July, v. 7, n. 4-5, pp. 272-292.  
<http://dx.doi.org/10.1002/cb.251>
- Javor, Andrija; Koller, Monika; Lee, Nick; Chamberlain, Laura; Ransmayr, Gerhard** (2013). "Neuromarketing and consumer neuroscience: contributions to neurology". *BMC neurology*, February, v. 13, pp. 1-12.  
<http://dx.doi.org/10.1186/1471-2377-13-13>
- Khushaba, Rami N.; Wise, Chelsea; Kodagoda, Sarath; Louviere, Jordan; Kahn, Barbara E.; Townsend, Claudia** (2013). "Consumer neuroscience: Assessing the brain response to marketing stimuli using electroencephalogram (EEG) and eye tracking". *Expert systems with applications*, July, v. 40, n. 9, pp. 3803-3812.  
<http://www.cs.tau.ac.il/~nin/Courses/Seminar14a/Neuromarketing.pdf>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.eswa.2012.12.095>
- Lee, Nick; Broderick, Amanda J.; Chamberlain, Laura** (2007). "What is 'neuromarketing'? A discussion and agenda for future research". *International journal of psychophysiology*, February, v. 63, n. 2, pp. 199-204.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijpsycho.2006.03.007>
- McClure, Samuel M.; Li, Jian; Tomlin, Damon; Cypert, Kim S.; Montague, Latané M.; Montague, P. Read** (2004). "Neural correlates of behavioral preference for culturally familiar drinks". *Neuron*, October, v. 44, n. 2, pp. 379-387.  
<http://www.commercialalert.org/neuromarketingcokepepsi.pdf>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.neuron.2004.09.019>
- Murphy, Emily R.; Illes, Judy; Reiner, Peter B.** (2008). "Neuroethics of neuromarketing". *Journal of consumer behaviour*, July, v. 7, n. 4-5, pp. 293-302.  
<http://dx.doi.org/10.1002/cb.252>
- Plassmann, Hilke; Ambler, Tim; Braeutigam, Sven; Kenning, Peter** (2007). "What can advertisers learn from neuroscience?" *International journal of advertising*, v. 26, n. 2, pp. 151-175.  
<http://psycnet.apa.org/psycinfo/2007-08623-001>
- Plassmann, Hilke; Zoëga, Thomas; Milosavljevic, Milica** (2012). "Branding the brain: A critical review and outlook". *Journal of consumer psychology*, January, v. 22, pp. 18-36.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jcps.2011.11.010>
- Plöchl, Michael; Ossandón, José P.; König, Peter** (2012). "Combining EEG and eye tracking: identification, characterization, and correction of eye movement artifacts in electroencephalographic data". *Frontiers in human neuroscience*, October, v. 6, n. 278, pp. 1-23.  
<http://dx.doi.org/10.3389/fnhum.2012.00278>
- Padreep, A. K.** (2010). *The buying brain: secrets for selling to the subconscious mind*. New Jersey: John Wiley & Sons. ISBN: 978 0470601778
- QS Quacquarelli Symonds Limited. *QS World University Ranking 2013*.  
<http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2013#sorting=rank+region+=country+=faculty+=stars=false+search=>
- Randall, Kevin** (2009). *Neuromarketing hope and hype: 5 brands conducting brain research*. Fast Company.  
<http://www.fastcompany.com/1357239/neuromarketing-hope-and-hype-5-brands-conducting-brain-research>
- Santaló, Josep** (2013). Entrevista personal.
- Smidts, Ale** (2002). *Kijken in het brein: Over de mogelijkheden van neuromarketing*. Rotterdam: Erasmus Research Institute of Management – Inaugural lectures. ISBN: 978 905892 036 2
- Touhami, Zineb-Ouazzani; Benlafkih, Larbi; Jiddane, Mohamed; Cherrah, Yahya; El Malki, Hadj-Omar; Benomar, Ali** (2011). "Neuromarketing: Where marketing and neuroscience meet". *African journal of business management*, March, v. 5, n. 5, pp. 1528-1532.  
<http://dx.doi.org/10.5897/AJBM10.729>
- TSL Education Ltd. *The times higher education 100 under 50 universities 2013*.  
<http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2013/one-hundred-under-fifty>
- Venkatraman, Vinod; Clithero, John A.; Fitzsimons, Gavan J.; Huettel, Scott A.** (2012). "New scanner data for brand marketers: How neuroscience can help better understand differences in brand preferences". *Journal of consumer psychology*, v. 22, n. 1, pp. 143-153.  
[http://www.hss.caltech.edu/~clithero/Venkatraman\\_JCP\\_12.pdf](http://www.hss.caltech.edu/~clithero/Venkatraman_JCP_12.pdf)  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jcps.2011.11.008>
- Weisberg, Deena-Skolnick; C. Keil, Frank; Goodstein, Joshua; Rawson, Elizabeth; Gray, Jeremy R.** (2008). "The seductive allure of neuroscience explanations". *Journal of cognitive neuroscience*, March, v. 20, n. 3, pp. 470-477.  
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2778755>  
<http://dx.doi.org/10.1162/jocn.2008.20040>
- Wilson, R. Mark; Gaines, Jeannie; Hill, Ronald-Paul** (2008). "Neuromarketing and consumer free will". *The journal of consumer affairs*, v. 42, n. 3, pp. 389-410.  
<http://class.classmatandread.net/Physio/neurofreewill.pdf>  
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1745-6606.2008.00114>



# EFFECTOS DE LA CRISIS ECONÓMICA EN LAS BIBLIOTECAS ESPAÑOLAS



**Hilario Hernández-Sánchez y Natalia Arroyo-Vázquez**



**Hilario Hernández-Sánchez**, director de *Análisis y Estudios* de la *Fundación Germán Sánchez Ruipérez*, es licenciado en geografía e historia y con estudios de biblioteconomía y documentación por la *Universidad de Salamanca*. Participa habitualmente en cursos de formación y foros profesionales y es autor de publicaciones sobre bibliotecas públicas, la lectura y la gestión de servicios culturales. Director de estudios sobre la situación y evolución de las bibliotecas públicas en España (2001, 2003, 2008 y 2009) promovidos por el *Ministerio de Cultura* y el *Proyecto Tibidabo*. *Bibliotecas Públicas en Ciudades y Regiones de Europa*. Desde la *FGSR* ha dirigido el proyecto *Observatorio del Libro y la Lectura de Extremadura* y varios estudios para Castilla y León, Castilla-La Mancha, Andalucía y Euskadi. Es presidente del *Comité Científico del Observatorio de la Lectura de Andalucía*. <http://orcid.org/0000-0001-5510-5297>

*Análisis y estudios*  
*Fundación Germán Sánchez Ruipérez*  
<http://www.directorioexit.info/ficha2937>  
[hilario.hernandez@fundaciongsr.es](mailto:hilario.hernandez@fundaciongsr.es)



**Natalia Arroyo-Vázquez** es responsable de medios sociales en el del *Área de Comunicación Digital* de la *Fundación Germán Sánchez Ruipérez* desde 2012. Anteriormente ha estado vinculada a esta institución como documentalista en el *Departamento de Análisis y Estudios*. Autora del libro *Información en el móvil* y del *Informe APEI sobre movilidad*, participa en encuentros, congresos y otros foros profesionales y ha publicado varios artículos y comunicaciones. Tiene una amplia experiencia impartiendo formación especializada al personal de bibliotecas y centros de documentación en el uso de los medios sociales y de dispositivos móviles en la biblioteca. Es miembro del *Grupo ThinkEPI* y publica habitualmente en el blog *Biblioblog*. Es licenciada en documentación por la *Universidad de Salamanca*, donde actualmente completa sus estudios de doctorado. <http://orcid.org/0000-0002-4692-3420>

*Área de Comunicación Digital*  
*Fundación Germán Sánchez Ruipérez*  
<http://www.directorioexit.info/ficha820>  
[narroyo@fundaciongsr.es](mailto:narroyo@fundaciongsr.es)

## Resumen

Las bibliotecas en España, como otras instituciones, se están viendo afectadas por la crisis económica. Se analiza, a la luz de los datos estadísticos disponibles, en qué manera y cuáles son sus primeras consecuencias. Además de la importante disminución del gasto en adquisiciones y la consecuente desactualización de las colecciones, en 2012 se observa la desaparición de puntos de servicio y la reducción del personal, a la vez que se registra una creciente demanda de los servicios de biblioteca. También se pone de manifiesto el cambio de hábitos de consumo de contenidos y se presta una especial atención a lo digital, otro de los rasgos que más afectan a las bibliotecas en la actualidad. Datos de 2012: los gastos corrientes de las bibliotecas españolas ascendieron a 990,1 millones de euros (+0,54% sobre 2010), aunque en realidad es -5%, si se tiene en cuenta el incremento del IPC. El gasto de personal representa un 66,9%. Las bibliotecas públicas (BPs) registran 594 empleados menos que en 2010 y las universitarias 154 (-5,6% y -2,6% respectivamente). Las BPs incorporaron 3,5 millones de volúmenes (-31,2% / 2010). Visitas: total 216,4 millones (BPs +20,5% / 2010). 401 bibliotecas (20%) no disponían de ordenadores para uso público y 46,5% bibliotecas estaban aún sin opac.

## Palabras clave

Bibliotecas, Crisis económica, Bibliotecas públicas, Bibliotecas universitarias, Colecciones, Personal, Adquisiciones, Utilización, Visitas, Préstamos, Gastos, Estadísticas, España, Estadísticas bibliotecarias.

**Title: Effects of the economic crisis on Spanish libraries**

## Abstract

Libraries in Spain, like other institutions, have been affected by the economic crisis. The effects and their consequences are studied in this paper, based on available library statistics. A significant decrease in expenditure for materials, the downgra-

Artículo recibido el 15-02-2014  
Aceptación definitiva: 28-02-2014



ding of collections, library closures and a growing increase in usage were observed in 2012. Changes in content consumption habits are also highlighted, with special attention to adaptations to digital change. Facts 2012: the operating costs of Spanish libraries amounted to 990.1 million euros (+0.54% compared to 2010); if the increase in the CPI is taken into account, the cost increase is actually 5%. Personnel expenses represent 66.9%. Public libraries (PLs) reported 594 fewer employees than in 2010 and there were 154 fewer in academic libraries (-5.6% and -2.6%, respectively). The PLs incorporated 3.5 million volumes (-31.2% compared to 2010). Visits to libraries: Total 216.4 million (in PLs +20.5% / 2010); 401 libraries (20%) did not have computers for public use and 46.5% had no opac yet.

## Keywords

Libraries, Public libraries, Academic libraries, Economic crisis, Librarians, Acquisitions, Expenditures, Usage, Visits, Loans, Statistics, Spain, Library statistics

**Hernández-Sánchez, Hilario; Arroyo-Vázquez, Natalia** (2014). "Efectos de la crisis económica en las bibliotecas españolas". *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 23, n. 2, pp. 158-164.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.08>

## 1. Introducción

Es evidente que las bibliotecas en España, al igual que en otros países, se están viendo afectadas por la crisis económica global. La bibliografía refleja la preocupación por los recortes presupuestarios en estados de la cuestión más amplios sobre determinados tipos de bibliotecas (Carrión-Gútiérrez, 2013) y analizando aspectos concretos como la reacción de los profesionales (Gómez-Hernández, 2010), a través de experiencias de las propias bibliotecas (Merlo-Vega, 2013), en estudios sobre el impacto en determinadas comunidades autónomas (Gutiérrez-Santana *et al.*, 2010) o la necesidad de poner en valor sus servicios con estudios sobre el retorno de la inversión en bibliotecas como el recientemente publicado por *Fesabid* (Gómez-Yáñez, 2014).

La demanda de los servicios bibliotecarios no ha dejado de crecer en la última década, incluso se ha acentuado durante los años en que se produce la crisis económica

En otros países, las consecuencias de la crisis económica mundial son también visibles. En el Reino Unido se cerraron más de 200 bibliotecas públicas en el año fiscal 2011-2012 como consecuencia de los recortes; el personal se ve sustituido por voluntarios y se observa una tendencia descendente en el uso de las bibliotecas (Anstice, 2013). Los recortes también se han hecho notar en EUA desde 2009 tanto en el personal y los horarios de apertura como en las colecciones, servicios tecnológicos y salarios (ALA, 2013).

El futuro de las bibliotecas se ha convertido en uno de los temas más recurrentes, aunque desde un punto de vista más tecnológico, y es que el cambio digital abre nuevos frentes en la configuración de los servicios bibliotecarios de los próximos años. Ambos aspectos, la economía y lo digital, definen a las bibliotecas en la actualidad.

La necesidad de contar con datos objetivos que pongan de manifiesto los efectos de los recortes presupuestarios y las

consecuencias que están teniendo en las bibliotecas, así como la adaptación a la realidad digital, es la motivación de este trabajo. El tema, como señalaba Anglada (2012), es "cuánto bajarán y dónde se aplicarán los recortes", pero también qué consecuencias tendrán estos recortes sobre el sistema bibliotecario español. A partir de los últimos datos disponibles, correspondientes a 2012, ya se pueden avanzar algunas.

El precedente de este trabajo está en dos notas que se publicaron en el blog *Biblioblog* (Arroyo-Vázquez; Hernández-Sánchez; Villoldo; Villoldo, Hernández-Sánchez; Arroyo-Vázquez, 2012) y que ya avanzaban algunos de los puntos que se analizan aquí.

## 2. El problema de las estadísticas de bibliotecas

Los datos que publica el *Instituto Nacional de Estadística (INE)*<sup>1</sup> con periodicidad bienal constituyen la fuente principal para el análisis de la situación de las bibliotecas en este trabajo. Estos datos se refieren a varios tipos de bibliotecas: Nacional, centrales de comunidades autónomas, públicas, para grupos especiales de usuarios, de instituciones de enseñanza superior y especializadas. Se ha tomado en esta ocasión la serie comprendida entre 2002 y 2012, ambos incluidos, siendo ese el último año del que se dispone de datos.

Como fuente complementaria se han estudiado los datos de bibliotecas públicas del *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD)*, que se publican cada año. En la web están disponibles los datos desde 2007 hasta 2011. Han sido completados con la serie de 2001 a 2005, obtenida del estudio *Las bibliotecas públicas en España...* (Hernández-Sánchez, 2008).

<http://www.mcu.es/bibliotecas/MC/EBP/index.html>

Si bien estas series estadísticas permiten estudiar la evolución de las bibliotecas a lo largo de toda una década, presentan varios problemas.

En primer lugar, son publicadas de forma parcial, lo que limita seriamente su análisis. En el caso del *INE*, no es posible consultar los datos por tipo de biblioteca y comunidad autónoma simultáneamente, excepto en los apartados de unidades administrativas y puntos de servicio, sino que sólo se muestran los datos totales para cada comunidad autónoma

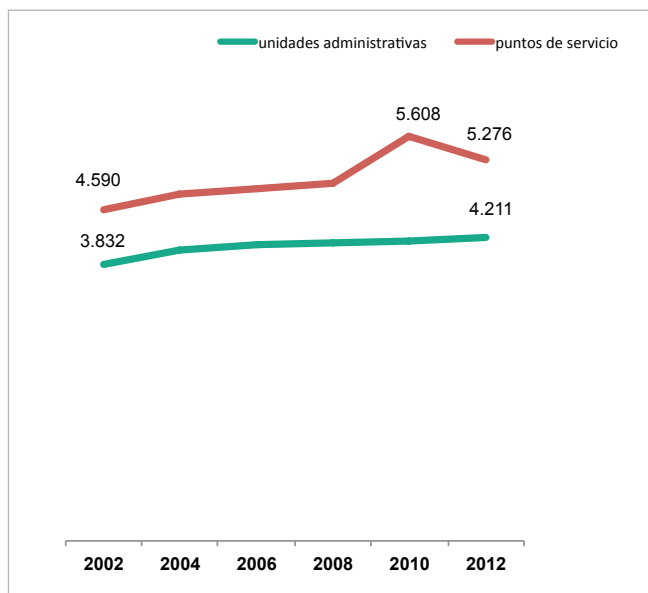


Gráfico 1. Evolución del número de puntos de servicio y unidades administrativas en bibliotecas públicas, 2002-2012.

o los datos totales por tipo de biblioteca. Estos son los niveles de desagregación más detallados que se proporcionan, a pesar de que cada biblioteca responde a la encuesta de forma individualizada.

En los datos del *INE* se han detectado además bailes contables en la clasificación de un grupo de bibliotecas (y sus puntos de servicio), que a lo largo de los últimos diez años se incluyen alternativamente entre las centrales de comunidades autónomas o entre las públicas, sin duda por su doble función, pero que generan en estos tipos oscilaciones artificiosas de un año a otro.

Por otra parte, algunas de las series están incompletas. Es notable la ausencia de la mayor parte de las bibliotecas de Catalunya en la serie del *MECD* en 2011, en la que se registran tan sólo los datos correspondientes a las tres bibliotecas públicas del Estado catalanas. El *INE* advierte de que las cifras sobre gastos corrientes sólo representan entre un 77,7% y un 64,6% de los casos, dependiendo de sus capítulos.

Teniendo esto en cuenta, así como otros aspectos puntuales que se citarán a lo largo del texto, es difícil manejar y analizar los datos económicos, algo que en la actual situación de crisis resulta absolutamente imprescindible, dado que es necesario contar con una información rigurosa para evaluar el coste del servicio, su eficacia y argumentar su posible mantenimiento ante los poderes públicos y ante la sociedad. Son los profesionales de las bibliotecas los primeros interesados en que esa información sea lo más fidedigna posible y totalmente transparente.

A todo ello hay que añadir que los datos no abarcan todas las áreas de actividad de las bibliotecas, como puede ser el uso de otros servicios diferentes del préstamo (lectura o estudio en sala, uso de los servicios de información y referencia, uso de recursos informáticos o asistencia a actividades), y que el último año del que se dispone información es 2012. Los datos relacionados con los servicios en línea constituyen un apartado especialmente mejorable, puesto que algunos

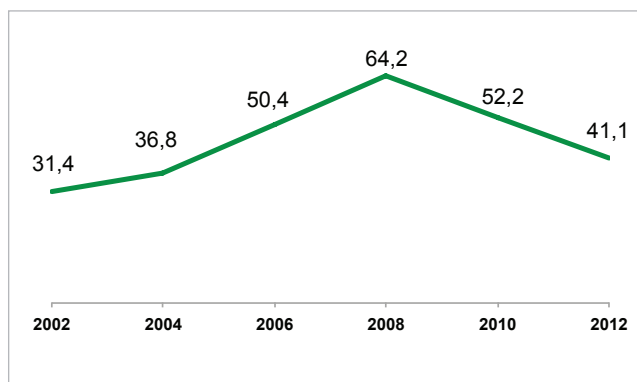


Gráfico 2. Gasto en adquisiciones en bibliotecas públicas, 2002-2012 (millones de euros).

aspectos no quedan reflejados, existen series incompletas y conceptos dudosos y sin embargo constituyen una parte cada vez más importante de la actividad de las bibliotecas. Todas estas limitaciones impiden obtener una visión completa y actual de la realidad de las bibliotecas de nuestro país, que debe ser dibujada con cautela tras un cuidadoso proceso de observación y tratamiento de los datos y, en ocasiones, con reservas a la hora de emitir conclusiones.

### 3. La evolución de las bibliotecas en la última década

#### 3.1. Acceso a los servicios bibliotecarios

Las bibliotecas públicas constituyen el grupo más numeroso del sistema bibliotecario español. Sus 4.211 unidades administrativas en 2012 suponen el 61,9% del total, lo que les concede un gran peso: los cambios que se producen en este grupo afectan notablemente al conjunto. Las bibliotecas especializadas son el siguiente grupo más numeroso, con 2.084 unidades administrativas. El 7,9% restante lo componen bibliotecas universitarias (285), para grupos específicos de usuarios (240), centrales de comunidades autónomas (14) y la *Biblioteca Nacional*.

Las bibliotecas públicas constituyen el grupo más numeroso del sistema bibliotecario español: 4.211 unidades administrativas en 2012 que suponen el 61,9% del total

La crisis económica incide directamente en el número de puntos de servicio en 2012, año en que se registran 63 menos que en 2010. Esta reducción se debe fundamentalmente a la desaparición de 332 puntos de servicio de biblioteca pública, aunque una pequeña parte de la diferencia estaría provocada por ese baile contable explicado anteriormente. Sin embargo, los datos indican que en estos dos años el número de unidades administrativas se ha incrementado en 227, lo cual se podría interpretar como una pérdida de puntos de servicio fundamentalmente en unidades administrativas con más de una biblioteca.

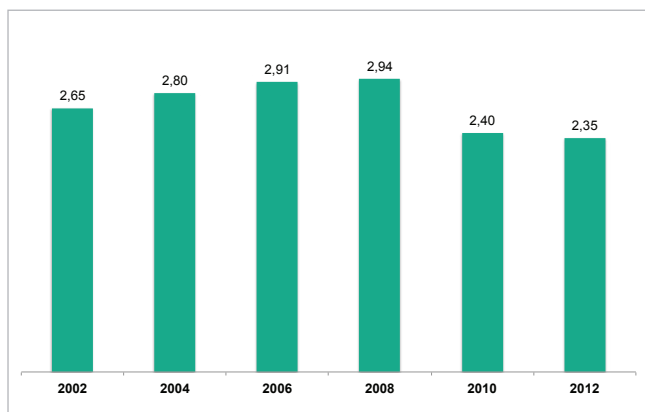


Gráfico 3. Empleados en equivalencia a tiempo completo por punto de servicio, 2002-2012.

La crisis también está incidiendo en la reducción de los horarios de las bibliotecas. Ha aumentado el número de bibliotecas con horarios de hasta 10 horas semanales (son en 2012 un 17,6% más que en 2010) y se ha reducido ligeramente, en un 0,8%, el número de bibliotecas con horarios superiores a las 40 horas semanales.

### 3.2. El gasto en bibliotecas, lastrado por los recortes en adquisiciones

En 2012 los gastos corrientes de las bibliotecas españolas ascendieron a 990,1 millones de euros, produciéndose un crecimiento del 0,54% con respecto a los gastos de 2010. Este mantenimiento ligeramente al alza de las asignaciones presupuestarias a las bibliotecas significa en realidad un decrecimiento en torno al 5%, si se tiene en cuenta el incremento del IPC durante 2011 y 2012 (de 3,2 y 2,4 respectivamente, según recoge el *INE*).

Es en el capítulo de gastos de adquisiciones donde se observa un descenso generalizado desde 2010, y muy especialmente en las bibliotecas públicas, donde en 2012 se sitúa en niveles inferiores a los de 2006.

Los gastos de personal mantienen su crecimiento y llegan a representar un 66,9% del total en 2012. En bibliotecas públicas ese porcentaje se acentúa aún más, llegando al 74,0% del gasto corriente, mientras que el gasto en adquisiciones se ve reducido al 8,7%, lo que pone en evidencia cierto desequilibrio presupuestario. A modo de referencia, en 2008 el 15,6% de los gastos corrientes se destinaban a adquisiciones en las bibliotecas públicas y el 65,7% a personal.

Es llamativo el caso de la *Biblioteca Nacional*, que en 2012 consigna un gasto en adquisiciones del 5% de lo que se gastaba en 2002. El punto de inflexión se produce antes de la crisis, siendo 2008 el primer año que comienza a reflejar un descenso acusado.

### 3.3. Personal bibliotecario

El personal bibliotecario comienza a verse directamente afectado por la crisis económica en 2012, especialmente en las bibliotecas públicas y universitarias. Al descenso moderado en el número de personal se añade un aumento en el número de contratados a tiempo parcial en todo tipo de bibliotecas. Teniendo en cuenta que esta tendencia no es

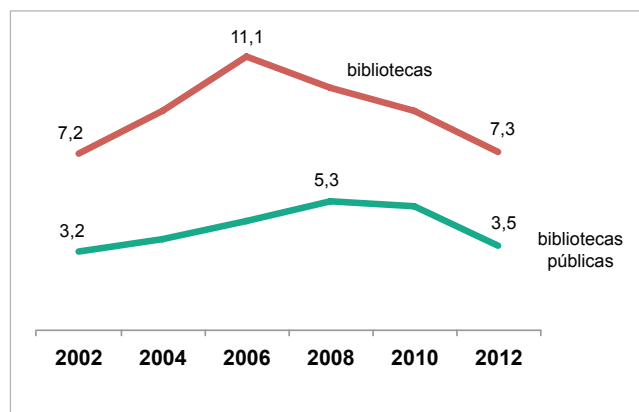


Gráfico 4. Evolución del número de adquisiciones de documentos en el conjunto de las bibliotecas y en bibliotecas públicas, 2002-2012 (millones).

paralela al gasto en personal, que por el contrario crece, se sospecha que se está incrementando la contratación a través de empresas, tal y como señalan **Hernández-Sánchez, Gómez-Hernández y Merlo-Vega** (2014).

En 2012 las bibliotecas públicas registran 594 empleados menos que en 2010 y las universitarias 154, lo que supone un descenso del 5,6% y del 2,6% respectivamente. En el caso de la *Biblioteca Nacional* fue 2010 el año en el que se rompió la tendencia al alza y se produce en 2012 una pérdida de 143 empleados en equivalencia a tiempo completo con respecto a 2008.

En 2012 se observa cómo la media de empleados por cada punto de servicio (2,35) cae a su valor más bajo de los últimos diez años en el conjunto de las bibliotecas españolas. El aumento del número de contratos a tiempo parcial se deduce por la bajada en la tasa de equivalencia<sup>2</sup>, que pasó de 0,86 en 2008 a 0,82 en 2012.

La disminución del número de adquisiciones es significativa en las bibliotecas públicas, que en 2012 registran incorporaciones por un total de 3,5 millones de volúmenes, un 31,2% menos que en 2010

### 3.4. Las colecciones de las bibliotecas, desactualizadas

La adquisición de documentos en las bibliotecas fue uno de los primeros capítulos en reflejar los signos de los recortes económicos, los datos de 2010 mostraban ya los primeros descensos. En 2012 la reducción en el número de adquisiciones continúa y se acentúa, de forma paralela a la importante reducción en el correspondiente capítulo del gasto, a pesar de lo que puede parecer a simple vista.

Los datos para el conjunto de las bibliotecas manifiestan un fuerte incremento en el número de adquisiciones en 2012, pero que es debido a la incorporación de más de seis millones de manuscritos en bibliotecas especializadas de archivos y museos en Andalucía y que representan el 44,5%



de las altas a nivel nacional y en todas las bibliotecas. En 2010 ocurrió algo similar con el registro excepcional de 1,7 millones de libros electrónicos, la mayoría en bibliotecas especializadas en los centros de investigación madrileños. Si se obvian estos datos que producen efectos al alza que no se ajustan a la realidad general, se obtiene como resultado una reducción media anual del 7,9% en el número de altas incorporadas a las bibliotecas entre 2008 y 2012.

El gran descenso en el número de adquisiciones lleva a pensar que las colecciones están envejeciendo

La disminución del número de adquisiciones es especialmente significativa en las bibliotecas públicas, que en 2012 registran incorporaciones por un total de 3,5 millones de volúmenes, casi la tercera parte menos (-31,2%) que en 2010. Tras el descenso acumulado desde 2008, la incorporación de novedades en las bibliotecas públicas en 2012 alcanza valores similares a los de diez años antes, en 2002 (3,2 millones de volúmenes), y bastante lejos de los 4,5 millones registrados en 2006.

Las adquisiciones que más se han reducido son los documentos audiovisuales, sonoros y electrónicos, que acumulan un 35,4% de descenso entre 2008 y 2012 en el conjunto del sistema de bibliotecas. En el caso de las bibliotecas públicas el porcentaje es mayor y alcanza el 43,6%. Pero también se observa una importante reducción en las altas de libros, que suponen una tercera parte menos de las registradas entre 2008 y 2012.

Las colecciones, por el contrario, no tendieron a la baja en 2012, sino que muestran un ligero incremento. Aunque se podría interpretar de forma positiva que las bibliotecas públicas casi hayan alcanzado los 1,5 libros por persona que recomiendan las *Directrices Ifla/Unesco para el desarrollo del servicio de bibliotecas públicas*, el gran descenso en el número de adquisiciones lleva a pensar que las colecciones están envejeciendo.

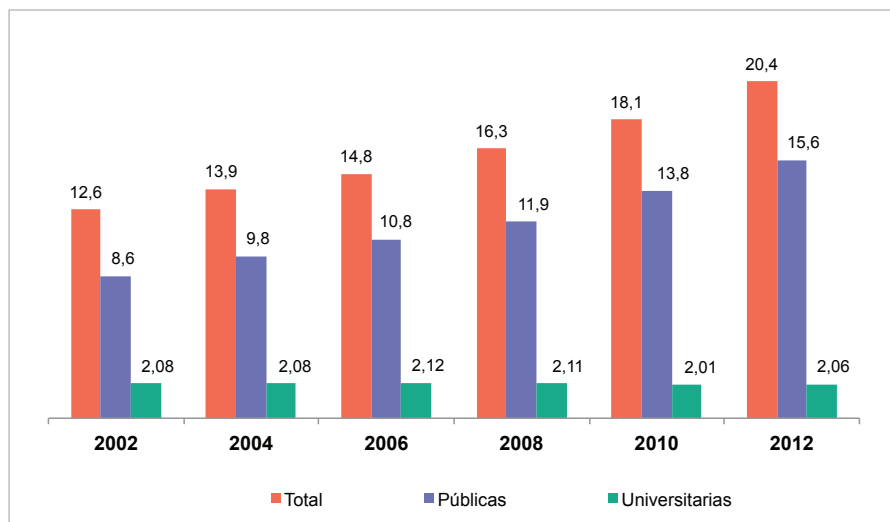


Gráfico 5. Evolución del número de usuarios 2002-2012 (millones).

### 3.5. Crece la demanda de los servicios bibliotecarios

La demanda de los servicios bibliotecarios no ha dejado de crecer en la última década, incluso se ha acentuado durante los años en que se produce la crisis económica, a partir de 2008, tal y como anticipó **Gómez-Hernández** (2010). El total de visitas recibidas en las bibliotecas en 2012 ascendió a 216,4 millones, cifra que aumenta ligeramente con respecto a 2010. Las bibliotecas públicas han registrado un importante incremento del número de visitas, el 20,5% entre 2008 y 2012. El barómetro *Hábitos...* (2013) recoge además un incremento en la frecuencia de asistencia a bibliotecas entre 2010 y 2012. Sin embargo, el número de visitas en bibliotecas universitarias se redujo en un 5,4%, siguiendo la tendencia a la baja iniciada ya en 2008.

El número de usuarios inscritos también va en aumento: en 2012 se suman 2,3 millones con respecto a 2010 (12,8% más), de manera que el 43,2% de la población española estaría inscrita en alguna biblioteca. Este incremento es generalizado en prácticamente todo tipo de bibliotecas y en todas las comunidades autónomas.

Este dato no ha dejado de crecer a lo largo de la última década, con un incremento medio anual de 6,2% en los últimos diez años, si bien es a partir de 2008 cuando se registra un crecimiento más importante. La clave de esta evolución ha sido el aumento de usuarios de las bibliotecas públicas, que pasan de 8,2 millones de inscritos en 2002 a 15,6 millones en 2012.

Alrededor del 43% de la población española está inscrita en alguna biblioteca

Los índices de préstamo se mantienen ligeramente al alza, aunque lejos del importante crecimiento conocido en años anteriores. El servicio de préstamo continúa siendo el servicio más utilizado, pero su evolución está viendo cambios en su composición y en función de la tipología bibliotecaria. Los libros impresos constituyen el tipo de documento más prestado en toda clase de bibliotecas: representan las dos terceras partes (66,0%) de los préstamos del conjunto del sistema, un porcentaje similar al registrado en las bibliotecas públicas (65,4%) y universitarias (68,4%).

Durante 2012 en las bibliotecas públicas se prestó un total de 56,6 millones de documentos, un descenso de 6,1% con respecto al dato de 2010 (60,2 millones) que rompe la evolución ascendente de la última década. Ese descenso se debe especialmente a los audiovisuales (1,9 millones menos), a los documentos sonoros (casi un millón menos), a las publicaciones periódicas y a otros

documentos, mientras que el préstamo de libros se mantiene casi en el mismo valor de 2010, con un ligero ascenso. Esta desaceleración en el préstamo de libros impresos no se ha visto compensada por el préstamo de libros electrónicos, que se mantiene en niveles realmente modestos.

“ Dos de cada diez bibliotecas no disponen de ordenadores y terminales informáticos de uso público: hay todavía 401 bibliotecas públicas sin ellos ”

Una tendencia similar sigue el préstamo de documentos audiovisuales, grupo que constituye el segundo en volumen (25,4%) tras el préstamo de libros en las bibliotecas públicas. Sin embargo, el préstamo de documentos sonoros, que en 2002 registraba valores superiores a los audiovisuales comienza desde 2006 —cuando los recortes presupuestarios no habían hecho aún su aparición— un progresivo descenso hasta situarse en 2012 en valores que representan poco más de la mitad de los recogidos en 2004, pasando de 136 documentos sonoros por cada mil habitantes a 59. Esta evolución se explica por los cambios en los hábitos de consumo de música, en los que los soportes físicos han sido sustituidos por el acceso y descargas a través de internet.

En el caso de libros y audiovisuales los descensos en el préstamo, que se producen a partir de 2012, son posteriores al recorte en el presupuesto de adquisiciones, que ya se observó en 2010. Por lo tanto, la explicación de esta desaceleración tal vez haya que buscarla en los problemas que están teniendo las bibliotecas para la renovación de las colecciones.

### 3.6. Estancamiento y capítulos pendientes en aspectos tecnológicos

El nivel de equipamiento informático de las bibliotecas españolas en 2012 mantiene prácticamente los mismos índices que en 2010 y, en algunos casos, que en 2008. Estos últimos años no parecen traer una puesta al día para las bibliotecas que carecían de tales equipamientos.

Dos de cada diez bibliotecas no disponen de ordenadores y terminales informáticos de uso público y hay todavía 401 bibliotecas públicas sin ellos. La inmensa mayoría de las bibliotecas (95,6%) dispone de ordenadores o terminales informáticos para gestión interna. La media de ordenadores conectados a internet para uso público por cada biblioteca, que en 2012 es de 7,8, apenas ha mejorado.

Nueve de cada diez bibliotecas (89,8%) tienen acceso a internet en sus salas, un servicio casi universal en las bibliotecas públicas (94,9%) y en las universitarias (97,9%). Son proporciones que se registraban ya en 2010, incluso muy parecidas a las de 2006.

En 2012 el *INE* registra por primera vez el número de lectores de libros electrónicos de que disponen las bibliotecas españolas: un total de 4.908 dispositivos, de los que cerca de las tres cuartas partes (71,6%) pertenecen a bibliotecas públicas, y una quinta parte (19,3%) a las universitarias. Hay indicios de que se trata de una herramienta de lectura concentrada en unas pocas bibliotecas: sólo 1 de cada 10 bibliotecas públicas dispone de servicios de consulta en sala de libros electrónicos.

En el capítulo de automatización, es enorme la cifra de bibliotecas sin catálogo de consulta pública (opac) en 2012, casi la mitad (46,5%) no lo tienen. En el caso de las bibliotecas públicas el porcentaje es muy similar, 43,8%.

La presencia en internet es otra de las tareas pendientes. Los datos de 2010 publicados por el *INE*, los últimos disponibles, señalaban que un tercio de las bibliotecas tienen web, proporción casi idéntica a la de las bibliotecas públicas. Los datos del *MECD* correspondientes a 2011 no indican avances en este apartado en el caso de las bibliotecas públicas.

“ Las bibliotecas públicas no han podido responder adecuadamente a la crisis ”

## 4. Conclusiones sobre el estado de las bibliotecas en 2012

Coincidiendo con los años en que se produce la crisis económica se observa una mayor demanda de los servicios bibliotecarios por parte de los ciudadanos, como queda patente a través de los índices de visitas e inscritos. Sin embargo, las bibliotecas públicas no han podido responder adecuadamente a la crisis, a las demandas que ha generado entre los ciudadanos, al menos en lo que se refiere a los servicios de préstamo, que son precisamente los más utilizados (*Hábitos...*, 2013). Y no han podido hacerlo por los recortes que han constreñido seriamente la renovación de sus colecciones.

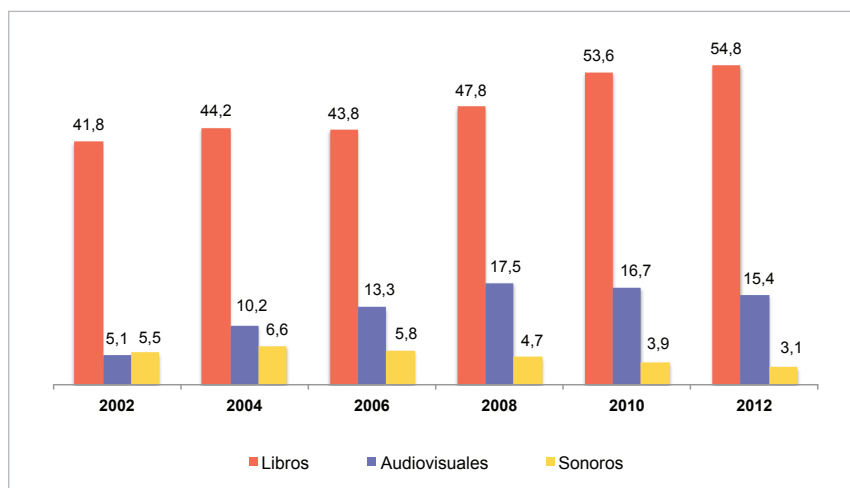


Gráfico 6. Préstamo de libros, documentos sonoros y audiovisuales, 2002-2012.

El esfuerzo realizado durante la última década en las bibliotecas españolas se está perdiendo en algunos aspectos, en los que se vuelve a niveles de principios de siglo. Los resultados obtenidos tras ese esfuerzo muestran en 2012 los primeros signos de deterioro de la calidad de servicios como el préstamo.

Es enorme la cifra de bibliotecas aún sin opac en 2012: sólo lo tiene un 53,5%

La crisis económica que atraviesa España está dejando huella de forma evidente en el gasto, con especial influencia en el capítulo de adquisiciones, y por lo tanto también en las colecciones, que envejecen. También en el personal, con la pérdida de puestos de trabajo, en la desaparición de puntos de servicio y en la reducción de los horarios de apertura. La tendencia descendente comenzó a notarse de forma clara en el gasto de adquisiciones en 2010 y con el tiempo se han añadido el resto de los apartados mencionados.

La distribución del gasto tiende a un cierto desequilibrio, ya que el gasto en personal alcanza niveles por encima del 70% y revierte así de manera negativa en los presupuestos para adquisiciones, actividades y otros servicios. Este desequilibrio se había detectado en las bibliotecas públicas a lo largo de la década de los noventa (Hernández-Sánchez, 2008) y había sido superado en los primeros años del siglo XXI.

En el ámbito de lo digital las bibliotecas siguen teniendo asignaturas pendientes importantes sin resolver, como los catálogos automatizados y la presencia web. Por otra parte, desde 2008 los niveles de equipamiento informático se han estancado, lo que hace pensar que existe un número de bibliotecas que no han superado la etapa pre-tecnológica y que, teniendo en cuenta la situación, no parece que la vayan a superar en los próximos años. Lo digital trae también cambios en los hábitos de consumo a los que las bibliotecas se deberán adaptar en los próximos años.

## Notas

1. La serie del INE está disponible en el apartado *Sociedad* de su sitio web.

<http://www.ine.es>

2. La tasa de equivalencia se calcula dividiendo el número total de empleados entre el dato de personal en equivalencia a tiempo completo.

## 5. Bibliografía

ALA (2013). "State of America's Libraries Report 2013". *American Libraries*, special issue.

<http://www.ala.org/news/state-americas-libraries-report-2013>

Anglada, Lluís (2012). "¿Podemos hablar de crisis desde las bibliotecas?". *Anuario ThinkEPI*, v. 6, pp. 68-72.

Anstice, Ian (2013). "Top UK library trends of 2013". *Public*

*library news*, 14 diciembre.

<http://www.publiclibrariesnews.com/2013/12/top-uk-public-library-trends-of-2013.html>

Arroyo-Vázquez, Natalia; Hernández-Sánchez, Hilario; Villoldo, Francisco J. (2012). "Bibliotecas y crisis económica (I). Las bibliotecas españolas en 2010". *Biblioblog*, 30 enero. <http://biblioblog.org/2012/01/30/bibliotecas-y-crisis-i-las-bibliotecas-espanolas-en-2010>

Carrión-Gútiérrez, Alejandro (2013). "Informe de situación de las bibliotecas públicas españolas en 2012". *El profesional de la información*, mayo-junio, v. 22, n. 3, pp. 250-258. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2013.may.09>

Federación de Gremios de Editores de España (2013). *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2012*. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España.

<http://www.editoresmadrid.org/media/43692/habitos%20lectura%20año%202012.pdf>

Gómez-Hernández, José-Antonio (2010). "La acción de las bibliotecas públicas en tiempos de crisis". *Anuario ThinkEPI*, v. 4, pp. 79-86.

Gómez-Yáñez, José-Antonio (coord.) (2014). *El valor económico y social de los servicios de información: bibliotecas*. Madrid: Fesabid.

[https://www.dropbox.com/s/qff9bve9afjwmt8/Estudio-Fesabid\\_El-valor\\_alta.pdf](https://www.dropbox.com/s/qff9bve9afjwmt8/Estudio-Fesabid_El-valor_alta.pdf)

Gutiérrez-Santana, Félix; Real-Duro, Ana; Bustamante-Rodríguez, Antonio-Tomás; Guerrero-Salguero, Cristóbal (2010). "Estudio sobre el impacto de la crisis económica en las bibliotecas andaluzas". *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, julio-diciembre, n. 100, pp. 117-136.

<http://www.aab.es/app/download/4555821/PDF-Definitivo-Boletín-100.pdf>

Hernández-Sánchez, Hilario (dir.) (2008). *Las bibliotecas públicas en España. Dinámicas 2001-2005*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez. ISBN: 978 84 89384 73 6

[http://travesia.mcu.es/portalnb/jspui/bitstream/10421/1543/1/Las\\_Bibliotecas\\_Publicas\\_dinamicas.pdf](http://travesia.mcu.es/portalnb/jspui/bitstream/10421/1543/1/Las_Bibliotecas_Publicas_dinamicas.pdf)

Hernández-Sánchez, Hilario; Gómez-Hernández, José-Antonio; Merlo-Vega, José-Antonio (2014). "Los profesionales de la información en España, tres años después". *Anuario ThinkEPI*, v. 9 [en prensa].

Merlo-Vega, José-Antonio (2013). "Bibliotecas públicas, recesión económica e inclusión social". En: *31 Feria internacional del libro, Liber*. Madrid, 3 octubre.

<http://es.slideshare.net/biblioblog01/bibliotecas-pblicas-recesin-economica-e-inclusin-social>

Villoldo, Francisco J.; Hernández-Sánchez, Hilario; Arroyo-Vázquez, Natalia (2012). "Bibliotecas y crisis económica (II). Las bibliotecas públicas en 2010: el desarrollo de la última década, en peligro". *Biblioblog*, 13 febrero.

<http://biblioblog.org/2012/02/13/bibliotecas-y-crisis-economica-ii-las-bibliotecas-publicas-en-2010-el-desarrollo-de-la-ultima-decada-en-peligro>





# PLANES Y ACCIONES DE LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN DE MUSEOS EN CHILE. PROBLEMAS Y VISIONES



**Cristian Antoine y Javiera Carmona**



**Cristian Antoine** es doctor en ciencias de la información por la *Universidad Complutense de Madrid* (2002), periodista por la *Pontificia Universidad Católica de Chile* (1990) y profesor de historia y geografía en la *Universidad de Chile* (1985). Ex asesor del *Gabinete del Ministro del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes* (2011), actualmente es director de Postgrado e Investigación de la *Universidad del Pacífico*, Chile.

<http://orcid.org/0000-0001-8204-9630>

*Dirección de Postgrado e Investigación, Universidad del Pacífico*  
Av. Las Condes, Casa Central 5º piso,  
11121 Las Condes, Santiago, Chile  
[cantoine@upacifico.cl](mailto:cantoine@upacifico.cl)



**Javiera Carmona**, periodista y magister en arqueología, cursó el doctorado en historia en la *Universidad de Chile*. Académica de la carrera de periodismo y los postgrados en arte, patrimonio y comunicación de la *Universidad de Playa Ancha*, Valparaíso. Su línea de investigación se centra en la comunicación, imagen y cultura, para abordar fenómenos diversos como la relación de los museos chilenos con sus audiencias, memoria de la catástrofe, y fotografía en Chile.

<http://orcid.org/0000-0002-5519-416X>

*Universidad de Playa Ancha, Facultad de Ciencias Sociales*  
Av. Playa Ancha 850, Casa Central 2º piso, Valparaíso, Chile  
[javiera.carmona@upla.cl](mailto:javiera.carmona@upla.cl)

## Resumen

Se examina el concepto de comunicación museal desde la perspectiva del profesional a cargo de la comunicación del museo, caracterizando las circunstancias del ejercicio profesional y percepciones del área de comunicación. A través de una serie de entrevistas en profundidad con los responsables de la gestión de un conjunto de museos chilenos se identifican elementos a considerar y problemas que suelen afectar la comunicación de los museos en términos generales más allá de la diversidad que presentan estas instituciones. En los casos de los museos examinados se aprecia un escenario diverso en la concepción global del área de comunicación, que depende del emplazamiento geográfico, titularidad o dependencia, y de otras características del museo tales como misión, objetivos y visión de la comunicación.

## Palabras clave

Museos, Comunicación, Profesionales de la comunicación, Departamento de comunicación, Chile.

**Title: Plans and activities of communication professionals in Chilean museums. Problems and perspectives**

## Abstract

The concept of museum communication is examined from the perspective of the professionals in charge of this task, characterizing the practical circumstances, perceptions, and specifics of the communication area. Through a series of interviews with managers of a group of Chilean museums, we identified elements to consider and problems that often affect museum communications in general, despite the diversity of these institutions. In the museums examined, we observed different ways of understanding the concept of communication. Such differences are linked to geographical location, ownership or affiliation, as well as other dimensions of the museum such as mission, objectives of the institution, and the communications vision.

## Keywords

Museums, Communication, Communication professionals, Communication department, Chile.

**Antoine, Cristian; Carmona, Javiera** (2014). "Planes y acciones de los profesionales de la comunicación de museos en Chile. Problemas y visiones". *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 23, n. 2, pp. 165-172.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.09>

Artículo recibido el 04-11-2013  
Aceptación definitiva: 08-01-2014

## 1. Introducción

No hace mucho tiempo, desde esta misma revista **Oliveira y Capriotti** (2013) afirmaban que muchos museos se encuentran en una fase embrionaria de adopción de un nuevo modelo de gestión de sus públicos basado en la identificación de audiencias diferenciadas y estrategias de comunicación coherentes con esta diversidad. La incorporación de este paradigma innovador para abordar la difícil tarea de establecer relaciones eficientes y duraderas entre los museos y sus públicos plantea además algunas consideraciones sobre los profesionales que diseñan, ejecutan y finalmente evalúan los resultados de los planes implementados, dotados de ciertas capacidades y habilidades (**Álvarez; Sebastián**, 2010) para establecerse como “emisores” o “emisores” del museo. Si bien es el museo el que “emite” mensajes y se “comunica”, en la práctica quienes lo hacen son personas dotadas de ciertas concepciones e instrumentos técnicos dispuestos para ese fin y que ostentan un *animus communicandi* particular (**Styliani et al.**, 2009).

“ Aunque es el museo el que ‘emite’ mensajes y se ‘comunica’, en la práctica quienes lo hacen son personas dotadas de concepciones e instrumentos técnicos dispuestos para este fin y que tienen un *animus communicandi* particular ”

Numerosos estudios de la comunicación museal han abordado la perspectiva del público receptor (**Annis**, 1994; **Bialogorski; Cousillas**, 2008; **Bitgood; Thompson**, 1987; **Sanguinetti; Garré**, 2001, entre otros), otros han centrado su atención en la perspectiva del mensaje emitido (**Nardi**, 2010; **Styliani et al.**, 2009). Otra vertiente en crecimiento son los estudios de comunicación sobre el proceso de comunicación global del museo, que considera tanto los servicios de apoyo a la visita como los de mediación (**Mateos-Rusillo**, 2008; 2012; **Martín-Guglielmino**; 2007).

En las tres tendencias señaladas, a menudo se soslaya de manera arbitraria la incidencia del experto comunicador en este proceso. Acometer tal ausencia es el objetivo del presente trabajo en el que se establecen las percepciones de los responsables de los departamentos de comunicación de los museos chilenos sobre su labor, a partir de las relaciones que establecen entre la misión y objetivos del museo, y el objetivo estratégico del área de comunicación. Asimismo, se identifica un conjunto de valores profesionales implícitos en la condición de comunicador museal que podría extrapolar-se al colectivo profesional.

## 2. La presencia del emite en los estudios sobre comunicación museal

Los museos han manifestado históricamente su preocupación por la conservación de la cultura y la comunicación de ésta. A juicio de **Viñaras-Abad** (2008), desde el siglo XVIII en adelante asumieron el primer tema, y el segundo desde finales del siglo XX: comunicar el museo y su contenido con sus públicos. El reconocimiento de la necesidad de establecer vínculos

con distintos públicos -de manera planificada, con personal cualificado- es reciente entre los responsables de los museos (**Viñaras-Abad**, 2005; 2008). Asimismo, se ha convertido en objeto de estudio formal para las ciencias de la comunicación (**Alonso-Valero; Alonso-Valero; Caswell**, 2003; **Antinucci**, 2004; **Mateos-Rusillo**, 2012) de manera que los precedentes de la evolución de este campo de estudio son amplios y bien conocidos desde 2000<sup>1</sup>, pero la aproximación al emisor, es decir, el componente “quién dice” (los profesionales que trabajan en el interior del sistema de comunicación), es un aspecto postergado en la discusión.

Según **Viñaras-Abad** (2005) la incorporación de comunicadores a estas instituciones culturales ha sido un proceso complejo y no exento de contradicciones debido al protagonismo histórico de la colección y su conservación, así como de los actores vinculados directamente con tal aspecto: el comisario artístico o curador<sup>2</sup>, conservador y/o director. En los últimos años, los encargados de la comunicación del museo con los públicos han ido adquiriendo mayor visibilidad hasta disputar el protagonismo con otros especialistas de la institución cuando se establecen consensos sobre el papel de este profesional en los procesos de comunicación museal (**Alonso-Valero; Alonso-Valero; Caswell**, 2003; **Antinucci**, 2004). La comprensión de la visita como “experiencia museal” se ha documentado en las acciones sobre el sistema de comunicación del *Museo Reina Sofía* en Madrid (**Martínez-Peláez; Oliva-Marañón; Rodríguez-Rivas**, 2012), y del *Museo Altamira* (Cantabria) basadas en la adopción de la noción de “comunicación global” (**Fatás-Monforte**, 2004). Sin embargo, son escasas las referencias de los museos latinoamericanos en esta dirección (**Cóppola; González**, 2009; **De-las-Nieves-Sarno; Grandi; Lloret**, 2006).

El organismo encargado de planificar y llevar a cabo la estrategia de comunicación del museo es el *Departamento de Comunicación*, en el que se plantean las estrategias de comunicación teniendo en cuenta especialmente —pero no únicamente- la vinculación con los públicos (**Álvarez; Sebastián**, 2010). De hecho, la difusión del patrimonio se gestiona diseñando estrategias específicas para cada proyecto a partir de los públicos a los que va dirigido, o teniendo en cuenta aquellos a los que no va dirigido (**Saavedra-Cruz**, 2013). Se considera que la eficacia de una estrategia de vinculación con el entorno dependerá:

- de la comprensión por los profesionales de la comunicación del papel del museo en la mediación cultural que emprende (**Nardi**, 2010);
- de las competencias y habilidades de los responsables técnicos de llevar adelante estos procesos;
- de los medios y recursos disponibles en los departamentos de comunicación y/o difusión para lograrlo.

## 3. Metodología: entrevistas en profundidad

La muestra para las entrevistas en profundidad se determinó a partir de la base de datos de los museos chilenos realizada en 2012 por nuestro grupo de investigación. El análisis con el programa estadístico *SPSS Statistics* de *IBM* se hizo considerando como variables de selección de la muestra la “audiencia durante el último año”, categorizada luego en 5 tipos de respuestas (variable dependiente) (tabla 1).

Tabla 1. Variable "audiencia durante el último año": cantidad de visitantes estimada

1: 0-10.000
2: 10.001-20.000
3: 20.001-30.000
4: 30.001-40.000
5: más de 40.000 visitantes

Las variables independientes se relacionaron con los medios de comunicación que pudiesen utilizar los museos<sup>3</sup> (tabla 2).

Tabla 2. Medios de comunicación usados por los museos

1	Web propia	4	Cuenta en <i>Twitter</i>
2	E-mail para contacto	5	Cuenta en <i>Facebook</i>
3	Redes sociales digitales	6	Medio de comunicación propio

A los encargados del área de comunicación de los museos seleccionados (tabla 3) se les entrevistó en su propio museo, entre mayo y agosto de 2013. Las entrevistas duraron un promedio de 1 hora, se grabó en audio la conversación y luego fue transcrita de manera íntegra para realizar el análisis. La entrevista en profundidad es recomendada por **Ruiz y Aramburo** (2012) sobre el resto de recursos metodológicos disponibles para realizar investigaciones en museos. **Meluch** (2010) la integra además entre los recursos para el conocimiento eficiente de las audiencias del museo. La adopción del enfoque cualitativo<sup>4</sup> requirió el uso del programa *Atlas.ti* 6,0 para el análisis de las entrevistas.

El análisis de las entrevistas se inició a partir de dos grandes categorías preliminares: 1) Plan de comunicaciones, y 2) Área de comunicación. La primera abarcó 4 subcategorías y la segunda 6 (tabla 4) bajo las que se agruparon los temas que surgieron del diálogo con los entrevistados.

## 4. Resultados

### Visión, misión, objetivos, funciones

Cinco de los nueve museos señalan tener una misión establecida, entendida como el propósito general de la institu-

ción, y corresponden a los estatales y los de grandes instituciones (universidades, fuerzas armadas). Las misiones señaladas incluyen investigar, conservar, difundir y educar. Tres de ellos declaran favorecer la valoración y protección del patrimonio por medio de su conservación y difusión; de este modo el eje de su misión privilegia los bienes culturales que custodia sobre cualquier otro actor relacionado con el museo (como la comunidad). Llama la atención que ninguno declara disponer de una visión de la institución, es decir, una mirada a largo plazo que sitúe al museo en el futuro a partir del reconocimiento de las condiciones cambiantes del entorno en el que opera; una suerte de "presentismo" guía o dirige entonces las acciones de comunicación.

A excepción de dos museos (*Nacional de Historia Natural y Mapuche* de Pucón), el resto declara la intención de acercar la comunidad al museo y hacer más accesible la información o el conocimiento específico que éste posee; ambos son considerados los objetivos principales de la institución. Se expresa en ideas como:

- hacer más accesibles y cercanos los materiales y temas que se exhiben en el museo (*Historia Natural* de Valparaíso);
- ser una ventana para dar a conocer, abrirse a la comunidad (*Geológico Lajos Biró Bagoczky*);
- acercamiento a la comunidad (*Histórico de Carabineros*);
- que la gente conozca su historia (*Isla de Maipo*).

En algunos casos este objetivo se relaciona con fomentar la valoración del patrimonio cultural (*Arqueológico de La Serena, Fonck e Isla de Maipo*) –algo próximo a la noción de misión-, lo cual es de difícil verificación en su cumplimiento o comprobación, así como de expresar de manera más precisa acciones de las que derivan resultados. Este objetivo señalado por los entrevistados expresa la vigencia de la tradicional función de conservación y defensa de los bienes culturales, propósito privilegiado por los museos locales. Este rasgo es el antecedente que originó el marco legal desde el que se fundaron los museos provinciales o regionales en Argentina (**Caballero-Zoreda**, 1980; p. 378) y en Chile.

La complejidad del museo está en que articula varias funciones y cada una apela a profesionales con formaciones específicas que despliegan sus cometidos en coherencia con una

Tabla 3. Numeración de museos-fuente

Nº	Museo	Dependencia	Ubicación	Fundación
P 1	<i>Historia Natural</i> de Valparaíso	<i>Dibam</i>	Valparaíso	1878
P 2	<i>Geológico Lajos Biró Bagoczky</i>	<i>Universidad de Concepción</i>	Concepción	2003
P 3	<i>Gustavo Le Paige</i>	<i>Universidad Católica del Norte</i>	San Pedro de Atacama	1963
P 4	<i>Histórico de Carabineros</i>	<i>Carabineros de Chile</i>	Santiago	2009
P 5	<i>Nacional de Historia Natural</i> de Santiago	<i>Dibam</i>	Santiago	1830
P 6	<i>Arqueológico de La Serena</i>	<i>Dibam</i>	La Serena	1946
P 7	<i>Museo de Arqueología e Historia Francisco Fonck</i>	Particular (Familia Fonck)	Viña del Mar	1937
P 8	<i>Mapuche</i> de Pucón	Particular (Familia Ulloa Metzger)	Pucón	sin fecha
P 9	<i>Museo del Centro Cultural Isla de Maipo</i>	<i>Centro Cultural Nuestra Señora de la Merced</i>	Isla de Maipo	sin fecha

misión sobre el sentido último de la institución. Los inconvenientes para distinguir entre funciones concretas y misión del museo, como declaración del uso social de la institución (fortalecer la identidad local, desarrollar un proyecto educativo, fomentar el turismo cultural, etc.), constituyen escollos para precisar no sólo el perfil de los profesionales a cargo de ejecutar tales funciones, sino que también dificultan la elaboración de un plan estratégico de comunicación coherente con la misión del museo. En esta línea, **Berta Sureda**, directora de *Actividades Públicas* del *Museo Reina Sofía* sostiene que “Si antepone el museo como lugar de conocimiento y educación, donde se interpela al visitante y se le ofrecen herramientas para que construya sus propios relatos, estamos cumpliendo nuestra misión. Desviarse de nuestras líneas estratégicas o misión, cegados por la captación de más y más público, no consolidará el proyecto con sus propias especificidades” (**Martínez-Peláez; Oliva-Marañón; Rodríguez-Rivas**, 2012, p. 5). La incorporación a la misión de los museos de la idea de situar en lugar privilegiado a la audiencia, reconociendo su amplitud y diversidad, como orientadora y destinataria fundamental de sus acciones, aclara la ruta para despejar y establecer su razón de ser.

### Objetivo área de comunicación, Objetivos del museo

Los entrevistados que señalaron el acercamiento a la comunidad como objetivo de museo coinciden en situarlo también como el objetivo del área de comunicación. Las funciones u objetivos atribuidos históricamente a los museos no han variado fundamentalmente, pero sí su orientación, de manera que “hoy se conserva, se investiga y se difunde para todos, con una clara voluntad comunicadora” (**Fatás-Monforte**, 2003, p. 131). Algunos museos señalan como objetivo del área de comunicación la realización de actividades especiales para atraer al público. Dos museos (*Gustavo Le Paige* y *Fonck*) descartan como objetivo explícito atraer audiencia; el foco estaría en la calidad de la muestra museográfica o la conservación, la llegada del público al museo es consecuen-

cia de ello. La superposición entre los objetivos del museo y del área de comunicación, revela una concepción tácita del museo como un agente comunicador pero sin detenerse a examinar las competencias o capacidades comunicativas del museo en la interacción con sus destinatarios.

### Características del área de comunicación, inserción institucional y plan estratégico

El área de comunicación varía entre los museos examinados según su consolidación en la institución, tamaño de los equipos técnicos y disponibilidad de recursos. Los museos estatales o de grandes instituciones (universitarias, fuerzas armadas) disponen de un área de comunicación mejor establecida (con profesionales a cargo, recursos asignados, diversidad de actividades). En cambio, el *Museo Gustavo Le Paige* asume la comunicación con sus audiencias en la propuesta museográfica; la relación comunicacional es “desde las puertas para adentro” del museo.

En cada museo se aprecia variedad en la ubicación y articulación del área de comunicación con el resto de las áreas. El papel de los encargados y las posibilidades de realizar actividades depende no sólo de sus propias capacidades de gestión, sino también de la valoración de los procesos comunicacionales y de vinculación con la audiencia en la propia institución museal. En tres casos (*Histórico de Carabineros*, *Arqueológico de La Serena*, *Fonck*) se señala la especificidad del área de comunicación y la realización de procesos o formas de trabajo especializadas en su interior, lo que ha permitido negociar con sus jefaturas o con otras áreas de la organización. El área de comunicación es un departamento reciente y los profesionales incorporados se encuentran elaborando un modelo de trabajo que implica una etapa fundacional del área, como en el caso del *Museo Histórico de Carabineros*. En los museos estatales del conjunto examinado, la creación del área responde a las orientaciones generales a nivel nacional de la *Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos de Chile (Dibam)* y consiste en la capacitación en

Tabla 4. Categorías y subcategorías preliminares para análisis de entrevistas

Categorías	Subcategorías	Descripción
Plan de comunicación	Existencia plan estratégico de comunicación (PEC)	Tiene / no tiene
	Objetivos área comunicación	Razones u objetivos para los cuales genera procesos comunicativos
	Desarrollo e implementación plan de comunicación	Cómo lo hicieron, lugar que ocupa en la gestión diaria del museo, cómo se implementa y evalúa
	Razones ausencia PEC	Por qué el museo no ha creado un plan estratégico de comunicación
Área de comunicación	Tareas cotidianas encargado comunicación	Tareas que son parte de la rutina del encargado de comunicación
	Estrategias y actividades área comunicación	Principales actividades realizadas desde el área de comunicación
	Obstáculos institucionales	Situaciones o condiciones institucionales que restringen la función del área de comunicación
	Inserción institucional comunicación	Rol del área de comunicación en museos
	Condiciones de la institución	Características generales, situaciones particulares y dinámicas institucionales
	Constitución de área de comunicación	Cuándo y cómo se creó el área de comunicación



comunicación del profesional del área de educación (*Historia Natural* de Valparaíso). Se aprecia la tendencia (no sólo en museos estatales) a percibir los departamentos de educación y comunicación cumpliendo la misma función, de manera que quedan fundidos en uno solo.

Sólo dos museos (*Histórico de Carabineros* y *Nacional de Historia Natural*) poseen planes estratégicos de comunicación. Un tercero lo tuvo sin ejecución porque el museo permanece cerrado por reformas (*Arqueológico de La Serena*). Las razones que los siete museos restantes esgrimen sobre la ausencia de un plan son, principalmente, la limitación de los recursos profesionales, que se expresa en conocimiento técnico específico insuficiente en los encargados (*Historia Natural* de Valparaíso); falta de personal y de recursos para comunicación (*Geológico Lajos Biró Bagoczky*, *Gustavo Le Paige*, *Isla de Maipo*); o tiempo escaso para los profesionales a cargo (*Arqueológico de La Serena*). También se señala que no exis-



Museo Mapuche en Pucón

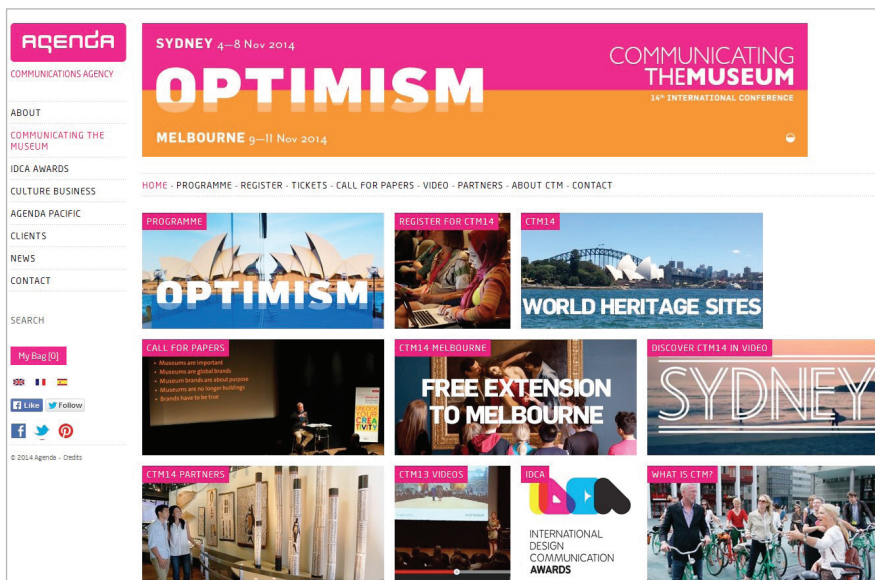
te un interés específico del museo en esa función (*Gustavo Le Paige* e *Isla de Maipo*, de forma implícita).

### Estrategias y actividades del área de comunicación

Son diversas y de intensidad variable las actividades de comunicación que cada museo realiza de acuerdo con el respaldo institucional y el desarrollo del área. Se detallan en la tabla 5.

Tabla 5. Estrategias y actividades comunicacionales realizadas por los museos

Estrategia	Actividades
Difundir las actividades y servicios del museo desde el museo	"Poner la cartelera", habitualmente en medios del propio museo como letreros en la entrada, envío de correos electrónicos, publicación de notas informativas en la web del museo o en redes sociales ( <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> ).
Difundir las actividades y servicios del museo fuera del museo	Realizan visitas y charlas a colegios. Crean dispositivos comunicacionales para ser utilizados en escuelas y espacios de circulación de personas (salas de espera). Por ejemplo, el <i>Museo Fonck</i> está elaborando un vídeo promocional.
Ofrecer el museo como atractivo turístico	Gestionar la aparición del museo en guías turísticas, incorporar la visita en los paquetes y circuitos turísticos con los operadores y con la entidad gubernamental a cargo ( <i>Servicio Nacional de Turismo -Sernatur</i> ). Esta acción es especialmente importante para los museos de lugares turísticos como San Pedro de Atacama, Pucón y Valparaíso.
Generar noticias y difundir las actividades del museo en medios de comunicación masivos (mcm)	Enviar comunicados de prensa a radios, diarios y canales cerrados de televisión (por ejemplo en el Metro de Santiago). Se usa habitualmente para promover actividades especiales que resulten atractivas para los medios de comunicación masivos.
Crear medios de comunicación propios para la difusión del museo	Elaboran revistas y boletines institucionales, así como catálogos, folletos, fichas. Por ejemplo, el <i>Museo Histórico de Carabineros</i> edita una revista mensual e imprime catálogos y folletos.
Promover la interacción entre el museo y los públicos	Utilizan redes sociales y espacio en la web del museo para establecer interacción con el público. Los museos del estado ( <i>Dibam</i> ) disponen de un sistema de recepción de quejas, reclamaciones, observaciones y felicitaciones, de manera semejante a todas las reparticiones del estado en las que se atienden usuarios.
Atraer grupos, colectivos y organizaciones definidas	Realizan visitas guiadas especiales para colegios, empresas, organizaciones sociales, etc.
Realizar actividades específicas para atraer ciertos públicos	Ejecutan talleres y charlas. Por ejemplo: "Buena y si traemos algo importante y organizamos actividades. Dejemos un día anual para que los niños hagan manualidades, pinten y todo y tuvimos 1.700 personas en un viernes" (12:3)



La 14ª conferencia Communicating the museum tendrá lugar entre Sidney y Melbourne los días 4-11 de noviembre de 2014, con el lema *Optimism*.  
[http://agendacom.com/en/communicating\\_the\\_museum](http://agendacom.com/en/communicating_the_museum)

Algunos entrevistados destacan ciertas acciones como especialmente exitosas dentro de las estrategias, como potenciar la imagen corporativa (*Nacional de Historia Natural*). Es así como se explica que todas las acciones y actividades que emprende hacia el exterior sean interpretadas por los emittentes como parte de una estrategia de comunicación, aun cuando hay tareas que podrían situarse en otros ámbitos como educación, por ejemplo.

### Visión sobre comunicación

El tipo de actividades se relaciona con las visiones de comunicación presentes en los museos, siendo la más extendida la de generar informaciones y difundirlas para que el público en general conozca lo que hace la institución. Algunos entrevistados reconocen lo limitante de esta visión y advierten que podrían realizar otras acciones, pero no saben bien cómo hacerlo o no tienen los recursos: “Para nosotros la difusión es más que nada hacer una venta de todos nuestros servicios digitales, hacer una cartelera de las actividades que tenemos y vender el servicio al público, pero no tenemos esta parte comunicacional, que es otro tipo de sistema, donde uno informa más en profundidad, genera noticias, genera otro tipo de expectativas para el público y no tenemos ese tipo de concepto desarrollado” (*Historia Natural de Valparaíso*).

Persiste también la visión sobre la efectividad de la transmisión informal entre los visitantes sobre el atractivo del museo, el “boca a oído”, lo que estimularía el interés de visitarlo en otros públicos, especialmente en los museos regionales. “Que los chiquillos le cuenten a sus amigos, que se corra la voz, porque a pesar de todas las tecnologías yo soy una convencida de que (...) más allá de cualquier estrategia comunicacional, el boca a oído es lo más seguro” (*Museo de Historia Natural de Valparaíso*). Tal afirmación relativiza la importancia de una estrategia de comunicaciones para establecer una relación duradera y eficiente con los públicos y sitúa en un lugar privilegiado la experiencia museal. Concibe la exposición como medio de comunicación, en la que se articularía la museografía con los ya mencionados servicios de apoyo

(información, orientación, descanso) y mediación (permiten la decodificación de la propuesta museal) que define **Mateos-Rusillo** (2008). Algunos entrevistados señalan lo conveniente de la comunicación bidireccional, de recoger de manera eficiente las opiniones de la audiencia, pero reconocen la ausencia de recursos o mecanismos que les permitan obtener y procesar la información de manera sistemática. Lo realizan de forma intermitente y asistemática, atendiendo a la interacción desde las redes sociales y en algunos casos a través de los comentarios en los libros de visitas.

### 5. Discusión y proyecciones

Hace más de 30 años **Caballero-Zoreda** (1980, p. 384) afirmó que “es necesario decir y explicar a la sociedad que las funciones del museo no están cubiertas”, lo que se puede interpretar no sólo como el intento de convencer sobre la necesidad de incorporar al equipo de los museos a profesionales más allá de las “disciplinas del pasado” (arqueólogos, historiadores, historiadores del arte); tal es el caso de los comunicadores. También la frase de **Caballero-Zoreda** se puede comprender como el esfuerzo por persuadir sobre la necesidad permanente del museo para la sociedad contemporánea porque aún no hay institución que pueda reemplazarlo en los objetivos que cumple. Visto así, la incorporación al museo de especialistas en comunicación responde a la reconsideración sustancial del perfil de los profesionales, facultados ahora en comunicar a la sociedad estas dos cuestiones fundamentales:

- la vigencia de la institución en la actualidad (misión);  
 - la complejidad de los objetivos que acomete (funciones de conservar, investigar, educar y difundir) sobre los bienes culturales que custodia con una orientación comunicativa (diversidad de públicos).

Los responsables de comunicación en los museos examinados revelan que el emplazamiento geográfico del museo y su titularidad intervienen con distinta intensidad en la concepción global del área de comunicación y la articulación de sus dimensiones (misión del museo, objetivos/funciones del museo, objetivos/funciones del área de comunicación, visión de la comunicación).

El Estado y las fuerzas armadas a través de sus museos son emisores que determinan la comprensión y valoración del proceso comunicativo, los recursos asignados y las acciones de sus encargados de comunicación. Incluso estos museos, localizados en la capital del país, señalan la importancia de crear y fortalecer una imagen-marca dentro de un plan estratégico de comunicación, lo que revela la percepción sobre la necesidad de posicionarse favorablemente en un conjunto de ofertas culturales provenientes de diversos agentes en competencia (cines, teatros, espectáculos musicales y deportivos, etc.).

El escenario es muy dispar frente al resto de los encargados de comunicación de museos universitarios y privados, tanto en la percepción sobre su cualificación, oportunidades de desarrollo del área, efectividad de las acciones y por último, de la evolución del concepto de museo.

Los museos regionales/provinciales mantienen una visión de la comunicación más restringida que depende del “boca a oído” y la comprensión de la exhibición como único espacio comunicativo (privilegia el papel del comisario y su criterio ante la ausencia de profesionales de la comunicación). Además, exploran intuitivamente el uso de las redes sociales digitales, pero la relación con los medios de comunicación masivos es prácticamente inexistente. Esta visión compite con la mirada estratégica de la comunicación de los museos capitalinos/centrales.

## 6. Notas

1. Las propuestas oscilan entre una consideración amplia del museo concebido como “medio o espacio de comunicación” (Alonso-Valero; Alonso-Valero; Caswell, 2003; Annis, 1994; Antinucci, 2004); la labor del comunicador en el interior de la institución museal y las variables de comunicación corporativa que ella comporta (Caballero-Zoreda, 1986; Fatás-Monforte, 2004) y la condición de fuente de noticias que el museo y la exposición supone para los medios (Jiménez-Losantos, 2004; Lledó, 2003; Pulido, 2004), entre otros

2. En Chile y varios países latinoamericanos (México, Argentina, Perú) se utiliza la expresión “curador” para referirse al comisario artístico de las exposiciones, es decir, a la persona que selecciona las piezas a exponer y establece la línea discursiva narrativa bajo la que se organizarán. Proviene de la expresión anglosajona *curator*.

3. Para corroborar si existía asociación entre estas variables se realizó un análisis chi cuadrado y un V de Crammer, que nos permitió comprobar su nivel de intensidad. Los resultados obtenidos señalaron que en todos los cruces realizados entre la variable dependiente y cada una de las variables independientes existe asociación, lo que quiere decir que los medios de comunicación utilizados (Facebook, Twitter, e-mail, web site, redes sociales y medios de comunicación propios) están relacionados con el volumen de visitantes registrados durante el último año.

4. Los enfoques cualitativos en estudios de aspectos relacionados con la gestión de museos han sido desarrollados en Argentina, por ejemplo, por María Viola (2013).

## Nota

Este artículo está asociado al desarrollo del proyecto de investigación Fondecyt n. 1120313: *Los museos y su público, evaluación y análisis de la comunicación y gestión de las audiencias museísticas en Chile*.

## 7. Bibliografía

Alonso-Valero, Pilar; Alonso-Valero, Lucía; Caswell, Graham D. (2004). “Museos y medios de comunicación”. *Museo. Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España*, n. 9, pp. 153-156.  
[http://dialnet.unirioja.es/servlet/dcfichero\\_articulo?codigo=2688120](http://dialnet.unirioja.es/servlet/dcfichero_articulo?codigo=2688120)

Álvarez, Paula; Sebastián, Izascun (2010). “Una relación a tres: museos, medios de comunicación y públicos. Reflexiones y experiencias desde el departamento de comunicación del Musac”. *Mus-A: Revista de los museos de Andalucía*, n. 12, pp. 76-84.

[http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/museos/media/docs/PORTAL\\_musa\\_n12\\_redc.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/museos/media/docs/PORTAL_musa_n12_redc.pdf)

Annis, Sheldon (1994). “The museum as a staging ground for symbolic action”. En: Kavanagh, Gaynor (Ed.) *Museum provision and professionalism*. Routledge, pp. 21-25. ISBN: 0 415 11280 X

Antinucci, Francesco (2004). *Comunicare nel museo*. Roma: Laterza. ISBN: 9788842072232

Biologorski, Mirta; Cousillas, Ana-María (2008). “Una propuesta de evaluación innovadora en los estudios de visitantes de un museo de Buenos Aires”. *Mus-A: Revista de los museos de Andalucía*, n. 10, pp. 98-101.

[http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/museos/media/docs/PORTAL\\_musa\\_10\\_ok.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/museos/media/docs/PORTAL_musa_10_ok.pdf)

Bitgood, Stephen; Thompson, Donald (1987). “How do people perceive museums, parks, and zoos”. *Visitor behavior*, v. 2, n. 3, pp. 9-10.

[http://kora.matrix.msu.edu/files/31/173/1F-AD-146-8-VSA-a0a2k7-a\\_5730.pdf](http://kora.matrix.msu.edu/files/31/173/1F-AD-146-8-VSA-a0a2k7-a_5730.pdf)

Caballero-Zoreda, Luis (1980). “El museo: funciones, personal y su formación”. *Boletín de la Anabad*, v. 30, n. 3, pp. 377-385

[http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero\\_articulo?codigo=965418&orden=67809](http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=965418&orden=67809)

Caballero-Zoreda, Luis (1986). “Del objeto al público: el informador en los museos”. *Boletín de la Anabad*, v. 36, n. 1-2, pp. 259-280.

<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/806419.pdf>

Cóppola, Tatiana; González, Fernando (2009). *Museos en el Uruguay: Una visión económica*. Trabajo de investigación monográfico para la obtención del título de Licenciado en Economía. Universidad de la República. Facultad de Ciencias Económicas y de Administración.

[http://www.ccee.edu.uy/investigacion/cultura/Museos\\_en\\_el\\_Uruguay\\_Una\\_vision\\_economica.pdf](http://www.ccee.edu.uy/investigacion/cultura/Museos_en_el_Uruguay_Una_vision_economica.pdf)

De-las-Nieves-Sarno, Alicia; Grandi, María-Emilia; Lloret, Florencia (2006). “Museos: ¿nuevos públicos o nuevas actitudes hacia sus públicos?”. *Estudio de museología de Rosario*.  
<http://www.ilam.org/viejo/ILAMDOC/Museosnuevos.PDF>

Fatás-Monforte, Pilar (2004). “Estrategias de comunicación de museos: el caso del Museo de Altamira”. *Museo: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España*, n. 9, pp. 131-149.

[http://www.apme.es/revista/museo09\\_131.pdf](http://www.apme.es/revista/museo09_131.pdf)

Jiménez-Losantos, Encarna (2004). “El museo se hace noticia”. *Museo: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España*, n. 9, pp. 49-61.

[http://www.apme.es/revista/museo09\\_049.pdf](http://www.apme.es/revista/museo09_049.pdf)

Lledó, Joaquín (2003). “Los museos en los medios”. *Museo: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España*



ña, n. 9, pp. 43-46.

[http://www.apme.es/revista/museo09\\_043.pdf](http://www.apme.es/revista/museo09_043.pdf)

**Martín-Guglielmino, Marcelo** (2007). "La difusión del patrimonio. Actualización y debate". *E-rph: Revista electrónica de patrimonio histórico*, n. 1, pp. 195-216.

<http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero1/difusion/estudios/articulo.php>

**Martínez-Peláez, Agustín; Oliva-Marañón, Carlos; Rodríguez-Rivas, Ana-María** (2012) "Comunicación interna y externa en el Museo Reina Sofía: interacción del público en un entorno virtual". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, n. 90, pp. 71-78.

[http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1266&idioma=es\\_ES&id=2012013116330001&activo=6.do](http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2012013116330001&activo=6.do)

**Mateos-Rusillo, Santos** (2008). "Hacia una comunicación global del patrimonio cultural, o cómo potenciar su uso fomentando su preservación". Mateos-Rusillo, Santos (coord.). *La comunicación global del patrimonio cultural*. Gijón: Trea, pp. 19-52. ISBN: 978 84 9704 374 8

**Mateos-Rusillo, Santos** (2012). *Manual de comunicación para museos y atractivos patrimoniales*. Gijón: Ediciones Trea. ISBN: 8497046226

**Meluch, Wendy** (2010). "Survey & focus groups". *Visitors studies*, n. 101. Documents of the American Association of Museums.

[http://care-aam.org/documents/vs/Meluch\\_2010.pdf](http://care-aam.org/documents/vs/Meluch_2010.pdf)

**Nardi, Emma** (2010). "La mediazione culturale nei musei come forma narrativa". *Cadmo*, v. 18, n. 1, pp. 33-45.

<http://goo.gl/zGE3kv>

<http://dx.doi.org/10.3280/CAD2010-001004>

**Oliveira, Andrea; Capriotti, Paul** (2013). "Gestión estratégica de los públicos en museos. De la identificación a la comunicación". *El profesional de la información*, v. 22, n. 3, pp. 210-214.

<http://www.kulturklik.euskadi.net/wp-content/uploads/2013/10/E130202.pdf>

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2013.may.03>

**Pulido, Natividad** (2004). "El museo es noticia". *Museo: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España*,

n. 9, pp.19-32.

[http://www.apme.es/revista/museo09\\_019.pdf](http://www.apme.es/revista/museo09_019.pdf)

**Ruiz, María-Cristina; Aramburo, Felipe** (2011). "Investigación cualitativa en museos. Métodos, técnicas y posibilidades. Una introducción". *Revista museo lúdica*, v. 14, n. 26-27, pp. 22-23.

[http://www.cienciayjuego.com/jhome/index.php?option=com\\_content&view=article&id=413:investigacion-cualitativa-en-museos-metodos-tecnicas-y-posibilidades-una-introduccion&catid=52:22-23](http://www.cienciayjuego.com/jhome/index.php?option=com_content&view=article&id=413:investigacion-cualitativa-en-museos-metodos-tecnicas-y-posibilidades-una-introduccion&catid=52:22-23)

**Saavedra-Cruz, Francisco** (2013). "Estudio exploratorio sobre el ámbito de la comunicación en los museos de la ciudad de Valparaíso". En: *Simposio comunicación, museos y gestión de la cultura en tiempos de ciudadanos 2.0*. III Congreso intl del conocimiento, Santiago de Chile.

**Sanguinetti, María-del-Rosario; Garré, Fabián** (2001). "Estudio de público: herramienta fundamental para el desarrollo de un proyecto de marketing de museos". *Biblios: Revista electrónica de bibliotecología, archivología y museología*, v. 3, n. 10, octubre-diciembre.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16110309>

**Styliani, Sylaiou; Fotis, Liarokapis; Kostas, Kotsakis; Petros, Patias** (2009). "Virtual museums, a survey and some issues for consideration". *Journal of cultural heritage*, v. 10, n. 4, pp. 520-528.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.culher.2009.03.003>

**Viñaras-Abad, Mónica** (2005). "Una aproximación a la gestión de la comunicación en los museos: cambios y tendencias en el cambio de siglo". *Vivat academia*, n. 67, pp. 37-63.

<http://www.vivatacademia.net/h/anteriores/n67/Num67/PDFs/n67-3.pdf>

**Viñaras-Abad, Mónica** (2008). "La gestión de la comunicación en los museos: auditoría de relaciones públicas". *Questión*, v. 1, n. 18.

<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/587/498>

**Viola, María** (2013). "Diversidad de estrategias en la gestión de museos". En: *Simposio comunicación, museos y gestión de la cultura en tiempos de ciudadanos 2.0*. III Congreso intl del conocimiento. Santiago de Chile.

## Suscripción EPI sólo online

Pensando sobre todo en los posibles suscriptores latinoamericanos, ya no es obligatorio pagar la suscripción impresa de EPI para acceder a la online.

EPI se ofrece a instituciones en suscripción "sólo online" a un precio considerablemente más reducido (101,65 +21% IVA euros/año = 123 euros/año), puesto que en esta modalidad no hay que cubrir los gastos de imprenta ni de correo postal.

Para los suscriptores particulares, el precio de la suscripción "sólo online" es de 62 + 21% IVA euros/año = 75 euros/año.



## POLÍTICAS DE INFORMACIÓN, BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS Y DESARROLLO: REFLEXIONES DESDE LA COOPERACIÓN UNIVERSITARIA

**Cristóbal Urbano**



**Cristóbal Urbano**, profesor titular de la *Facultat de Biblioteconomia i Documentació* de la *Universitat de Barcelona*, es miembro del grupo de investigación consolidado *i-Viu: información, valor y uso* (2009 SGR 846, *Generalitat de Catalunya*) dedicado entre otras líneas a la evaluación de la investigación en ciencias humanas y sociales, y al estudio del uso de recursos bibliográficos digitales. Su campo de actuación en docencia de grado son los recursos de referencia y los servicios de información. Es profesor de analítica web y de métricas de uso de recursos-e en el *Master de gestión de contenidos digitales* (UB-UPF). Entre 2010 y 2013 fue el coordinador español del proyecto *PCI-Aecid A1/035820/11* de creación del *Consortio de Bibliotecas Universitarias de El Salvador* (*Cbues*). Durante 2013 colaboró con la *International Network for the Availability of Scientific Publications* (*Inasp*) en la puesta en marcha de su nuevo plan de acción 2013-2018.  
<http://orcid.org/0000-0003-0935-6436>

*Facultat de Biblioteconomia i Documentació, Universitat de Barcelona*  
Melcior de Palau 140, 08014 Barcelona, España  
[urbano@ub.edu](mailto:urbano@ub.edu)

### Resumen

Reflexión sobre la interacción entre políticas nacionales de información y proyectos de cooperación al desarrollo en el campo de las bibliotecas universitarias y de investigación. Se analiza la evolución del concepto políticas de información, su relación con la cooperación al desarrollo, y el papel central que durante casi setenta años ha tenido en la Unesco en dicha dinámica. Finalmente se reflexiona sobre escenarios de cooperación en los que los profesionales de las bibliotecas universitarias y de investigación de países en desarrollo podrían desarrollar proyectos alineados con las políticas nacionales de información.

### Palabras clave

Bibliotecas universitarias, Bibliotecas especializadas, Centros de documentación, Cooperación al desarrollo, Políticas nacionales de información, Políticas públicas, Cooperación interbibliotecaria, Consorcios.

**Title: Information policies, university libraries and development: Reflections from university cooperation**

### Abstract

Reflection on the interaction between national information policies and development cooperation projects in the field of academic and research libraries. The evolution of the information policy concept, its relation to development cooperation, and the central role that for nearly seventy years *Unesco* has played on those matters are analyzed. Finally, cooperation scenarios in which professionals of university and research libraries in developing countries could develop projects aligned with national information policies are examined.

### Keywords

University libraries, Special libraries, Documentation centres, Cooperation for development, National information policy, Public policy, Interlibrary cooperation, Consortia.

**Urbano, Cristóbal** (2014). "Políticas de información, bibliotecas universitarias y desarrollo: reflexiones desde la cooperación universitaria". *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 23, n. 2, pp. 173-182.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.10>

## 1. Introducción

La cooperación internacional al desarrollo ha estado muy presente en los últimos años en el ámbito universitario y científico. Por la propia naturaleza de las instituciones académicas la cooperación se vive como una expresión más de la internacionalización por la que mayoritariamente se apuesta hoy en día en la educación superior. Dentro de ese marco más amplio son muchas las instituciones que han participado en proyectos de ayuda al desarrollo fruto de convenios generales entre universidades, convocatorias de agencias nacionales de cooperación o programas estables de organizaciones no gubernamentales de desarrollo (ONGD).

En el caso español el crecimiento de los proyectos de cooperación de las universidades no se puede entender sin el reconocimiento institucional de las autoridades académicas, que cristalizó en 2006 con la creación de la *Comisión de Cooperación al Desarrollo de la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas (CRUE)*. Tampoco se puede olvidar el importante apoyo económico y técnico del *Programa de Cooperación Interuniversitaria e Investigación Científica (PCI)* de la *Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Aecid)* (Moreiro, 2012), las ayudas del cual ni se convocan ni se renuevan desde 2011 a causa del recorte que han experimentado las partidas de cooperación en el presupuesto del *Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación* por la crisis económica.

En algunos casos esa colaboración ha comportado intercambio de profesores y alumnos, realización de proyectos de investigación conjuntos, impartición de titulaciones con el aval de universidades extranjeras, actividades de actualización de conocimientos del profesorado o del personal de administración y servicios, así como la puesta en marcha de mejoras en equipamientos universitarios como las bibliotecas. Ahora bien, de forma acertada, una parte importante del apoyo a las bibliotecas universitarias en los proyectos de cooperación se ha vinculado siempre a cubrir necesidades de formación de los profesionales. Por una parte mediante las actividades de capacitación implícitas en los mismos proyectos de desarrollo bibliotecario, por otra mediante programas de posgrado sobre el terreno (Seguí, 1999) o actividades de educación a distancia que han permitido ofrecer cursos de actualización o plazas en las titulaciones oficiales a los profesionales que no pueden cursarlas en sus países (Moreiro, 2012).

La situación de las universidades en los países en desarrollo está marcada por la extensión de la educación básica y media en las últimas décadas, así como por el crecimiento del sector terciario de sus economías y la migración a las ciudades. Todo ello está comportando una mayor demanda social de acceso a la educación superior por parte de capas más amplias de la población, en un gran número con una extracción social más humilde. Por esta razón en muchos países en desarrollo se observa un crecimiento de la iniciativa privada, junto a una saturación y una falta de respuesta de calidad en algunas universidades públicas, lo que ha puesto en la agenda política la necesidad de contar con sistemas de evaluación y aseguramiento de la calidad capaces de regular

el sector, incluso con la potestad de autorizar cierres o aperturas de titulaciones y centros.

En ese contexto de evaluación para la mejora de la calidad y la acreditación, el establecimiento de acuerdos con universidades e instituciones extranjeras se ha visto en los países en desarrollo como una oportunidad de obtener recursos materiales y conocimiento para la mejora de la docencia e investigación, pero también para la modernización de la administración y los servicios universitarios. En el caso de los proyectos de cooperación relacionados con las bibliotecas, junto a esa mejora de los recursos materiales, se plantea como un elemento clave el empoderamiento de los bibliotecarios ante sus autoridades académicas y la implicación de éstas en la necesaria integración de las bibliotecas universitarias y de investigación en la agenda de las políticas nacionales de información (PNI).

“ Los bibliotecarios no han de aceptar que se cuestione su capacidad de influencia por carecer de discurso político sobre la denominada sociedad de la información ”

## 2. Las políticas de información son... ¡política!

El término “políticas de información” es muy amplio y difuso, al tiempo que puede formularse a nivel institucional, nacional, regional o internacional. Cuando se contempla a nivel nacional la denominación suele presentarse en singular (“política nacional de información”), pero como concepto suele asociarse a la forma en plural por la propia naturaleza diversa de las acciones, su presentación fragmentaria en ocasiones, los solapamientos y las contradicciones (Hernon; Relyea, 2009, p. 2504). En nuestro caso nos centraremos en estudiar el papel que las bibliotecas universitarias pueden jugar en el conjunto de debates, programas y presupuestos movilizados como “estrategia nacional de información”. La reflexión sobre el rol de las bibliotecas se justifica en razón de la evolución que ha tenido el concepto de PNI en las últimas décadas, que ha llevado a formulaciones más amplias a causa del impacto social que tiene el uso extendido de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y la globalización (Pajaro-Quesada; Betancourt-Campos, 2007, p. 92). En conjunto se puede decir que la planificación bibliotecaria nacional como un elemento más de estas políticas ha perdido posiciones y eso ha de ser motivo de reflexión para nuestro colectivo profesional (Lor, 2008).

Las PNI se ubican en el ámbito de las políticas públicas y pueden estar representadas por un amplio abanico de actuaciones, desde las que implican una mayor intervención de las instancias de gobierno a las de mera regulación legal. Contemplan tanto la inversión en infraestructura y prestación directa de servicios por parte de los diversos niveles de gobierno (estatal, departamental o local), como la creación de las condiciones adecuadas para que otros agentes participen del proceso alineando sus actuaciones con las metas establecidas a nivel nacional, pasando por el mantenimiento de un marco legal y normativo que permita el ejercicio

de unos derechos de difusión y acceso universal a la información.

La dimensión ética, administrativa y legal de las PNI se encuentra plenamente de actualidad en razón de la complejidad que la era digital comporta en temas como las concesiones de licencias para la explotación del espacio radioeléctrico, la privacidad, los derechos de autor, la censura y la protección de la imagen y el honor, sin olvidar todo lo relativo al e-gobierno con aspectos clave como el acceso a la información pública, las políticas de transparencia y la protección de los documentos reservados. Para algunos autores como **Cornelius** (2010, p. 4) el término “políticas de información” se restringe básicamente a estas áreas normativas, sin embargo para la mayoría de autores se ha de considerar una serie amplia de políticas en función del instrumento que se utilice para implementarlas, por lo que podríamos contemplar seis tipos de aproximaciones: “legislación, regulación, construcción de infraestructuras, prestación de servicios, políticas educativas y políticas culturales” (**Oppenheim**, 1998, p. 47).

En cualquier caso para poder hablar de forma explícita de PNI como conjunto de políticas públicas con entidad propia se han de dar una serie de condiciones: debate social y político en el diagnóstico de la situación y la formulación de las metas, establecimiento de un conjunto de directrices estratégicas, planificación de acciones, identificación de los actores, dotación pública de fondos o estímulo a la movilización de recursos privados.

La existencia de una comisión interministerial, “task-force” o agencia *ad hoc* de participación público-privada, que articule la coordinación sería otro indicador importante de cara a valorar si se da un planteamiento estratégico de la transversalidad de estas políticas. Dicho órgano coordinador ya se contemplaba como fundamental en las *Directrices sobre política nacional de información* (**Wesley-Tanaskovic**, 1985) y en el posterior *Manual* (**Montviloff**, 1990) publicados por *Unesco*, y bajo nombres variados siguen existiendo en la actualidad en los planes nacionales para la “sociedad de la información”. En caso que exista un órgano con dichas características a buen seguro los participantes en proyectos de cooperación podrán consultar declaraciones, planes estratégicos, libros blancos o una sede web específica sobre las PNI de cara a ver el lugar que ocupan las bibliotecas universitarias y de investigación, así como la existencia de otros actores con los que se podrían establecer alianzas.

De todas formas el planteamiento holístico que se percibía en las *Directrices* de la *Unesco* de 1985 ha quedado en cierta medida superado por la urgencia con la que todos los países han querido subirse al tren de las TIC que lleva a la

<http://www.itu.int/wsiv>

denominada sociedad de la información y el conocimiento. Desde que en 1993 la administración Clinton-Gore en los Estados Unidos lanzara el proyecto de la *National information infrastructure (NII)* el foco se ha trasladado desde el término “políticas de información” al de “políticas para la sociedad de la información,” algo que se puede explicar a partir del párrafo final del resumen ejecutivo del documento de presentación de la *NII*: “Una infraestructura de información avanzada permitirá a EUA competir y ganar en la economía global, generando buenos trabajos para los americanos y el crecimiento económico de la nación. Igual de importante será la transformación de las vidas de los americanos –reduciendo las limitaciones en razón del lugar de residencia, de las discapacidades o del estatus económico– pues la *NII* ofrecerá a todos una oportunidad equitativa para avanzar tan lejos como su talento y ambiciones les lleve” (*Information Infrastructure Task Force*, 1993).

Esa claridad con la que se presentaban los beneficios perseguidos por la *NII* explica el desencadenante en todo el mundo de una carrera por la competitividad digital de matriz económica, que ha marcado en gran medida la reorientación de las políticas nacionales de información hacia las denominadas “políticas públicas de sociedad de la información” y la implementación de “agendas digitales” (**Guerra; Jordán**, 2010). Esta evolución quedó sancionada con la celebración de la conferencia *World summit on the information society (WSIS)* que *Naciones Unidas* realizó en dos fases (2003 y 2005) y se trasladó a las denominaciones de los ministerios o agencias encargados de estos temas, en ocasiones bajo el mismo paraguas que la investigación y las universidades.

Ahora bien, con independencia del reflejo que estas tendencias hayan tenido en los organigramas de gobierno, en la actualidad se abre paso una visión más realista, fruto de la evaluación de las políticas centradas en el desarrollo de infraestructuras TIC desarrolladas entre 1994 y 2010. Esta nueva etapa ofrece oportunidades para poner las biblio-

tecas en la agenda como un componente más que puede dotar de contenidos, servicios y dimensión socializadora las TIC. En sus comienzos los planes para “llegar a la sociedad de la información” pusieron el énfasis en el valor casi taumático de la creación de infraestructura al objeto de evitar la brecha digital entre los países avanzados y los países en desarrollo. Sin embargo las evaluaciones recientes ponen sobre la mesa dos retos: la brecha digital entre los “ricos y los pobres en información” en el interior de los países, y el desarrollo nacional de contenidos y servicios propios que pongan en valor las infraestructuras de acuerdo con las prioridades nacionales. Incluso en el exitoso caso de Corea del Sur, **Shin y Kweon** (2011, p. 386) alertan de la necesidad de un enfoque más socio-cultural: “los gobiernos necesitarán poner más esfuerzo en el aprovechamiento de las fuerzas sociales, e integrar con dichas fuerzas los preparativos tecnológicos para la implantación de la banda ancha como estrategia para un desarrollo progresivo a lo largo del tiempo”.

En la Conferencia de Nairobi de 1984 IFLA puso en marcha el programa ALP (*Action for development through libraries*) que presta un importante servicio a las bibliotecas de países en desarrollo

Sin duda este escenario ofrece nuevas posibilidades que debieran ser tenidas muy en consideración por los bibliotecarios, tanto los del país receptor como los que participan como cooperación exterior, en la formulación de sus proyectos y su capacidad de influir como actores de la formación de políticas públicas en este ámbito. Tal y como titulamos este apartado, las políticas de información son “política” y por ello los bibliotecarios han de evitar asumir el cliché que cuestiona sobre su capacidad de influencia por carecer de discurso político sobre la denominada sociedad de la información. La política no se reduce al discurso, pero sin discurso no hay capacidad de canalizar la participación política. En este sentido no es casualidad que “Libraries on the agenda!” fuera el lema de **Claudia Lux** como presidenta de la IFLA (2007-2009): respondía a una estrategia de implicarse a nivel político, necesaria tras la pérdida de peso de IFLA en Unesco a partir del año 2000 y la difícil experiencia de visibilizar las bibliotecas en la *World summit on the information society (WSIS)* promovida por Naciones Unidas (**Lor**, 2008, 2012).

### 3. Desarrollo y políticas de información

Una rápida mirada a las noticias y las opiniones en prensa pone de manifiesto que en muchas partes del mundo se vive una crisis de representación y participación socio-política, con la que se nos ha hecho pensar que las cosas suceden de forma espontánea al margen de las voluntades políticas. Ante un “Deus ex machina” de alma economicista que parece dirigir la realidad social, resulta más necesaria que nunca la reivindicación de las políticas de información en el marco de la cooperación al desarrollo. Son justamente los países en desarrollo los que con frecuencia están más necesitados

tanto de un fortalecimiento de las instituciones democráticas de gobierno como del reconocimiento de las iniciativas colectivas y cooperativas surgidas desde la sociedad civil, por lo que contar con recursos y servicios de información adecuados es a un tiempo un medio para ese fortalecimiento y un objetivo del mismo.

La disponibilidad y el uso de recursos de información constituyen un pilar básico del desarrollo, ya sean considerados instrumentalmente para otras áreas de acción, ya sean vistos en sí mismos como un derecho cultural, de participación ciudadana y de emancipación personal. Pese a que con frecuencia las políticas de información no aparecerán como etiquetas principales de los objetivos urgentes de las políticas de desarrollo, su presencia es transversal, instrumental y a más largo plazo.

La generación, captación y uso del conocimiento es fundamental para un desarrollo sostenible, por ello entre los organismos de ayuda al desarrollo se considera clave este aspecto de cara a consolidar las mejoras. Como ejemplo podemos tomar la referencia de los *Objetivos de desarrollo* derivados de la *Declaración del Milenio (ODM)* (Naciones Unidas. Asamblea General, 2000) y como en algunos trabajos se ponen en relación con las políticas de información. Un primer caso podría ser el del *Netherlands Development Assistance Research Council* (2005, p. 9), que señalaba como un reto para la consecución de los *objetivos* “la ausencia de capacidades suficientes para el desarrollo basado en el conocimiento en países destinatarios de la cooperación”. Por su parte **Andrew Kaniki** (2008, p. 16), al estudiar el papel de las bibliotecas africanas y la ODM remite a la presencia de la información en todo el ciclo de las actuaciones de desarrollo, destacando que al margen de la intervención inicial, las actuaciones “han de generar localmente nuevo conocimiento y recursos humanos capacitados en usarlo de forma recurrente”.

A la vista de esta evidencia, resulta claro que los países en desarrollo necesitarán políticas activas de información que permitan el establecimiento de infraestructuras, la prestación de servicios, la adquisición y generación de recursos de información y la educación de los agentes y los usuarios. Esto es, no será posible pensar únicamente en políticas de intervención basadas simplemente en dotación de infraestructuras TIC, o en ceder el campo de actuación en su totalidad a los agentes privados, bajo el mero establecimiento de unas normas legales reguladoras de derechos individuales.

Dado que la información atraviesa horizontalmente un buen número de actividades sociales, culturales y políticas, los PNIs deberían contemplarse como una política de estado, que precisa de periodos de desarrollo superiores a los de un gobierno concreto para su consolidación y el logro de sus fines (**Pajaro-Quesada; Betancourt-Campos**, 2007, p. 89). Esto no significa que el estado lo tenga que hacer todo, pero implica crear las condiciones para que la participación empresarial o la de las instituciones no lucrativas puedan contribuir a unos objetivos colectivos. Al igual que sucede en otros entornos como la educación, en las PNI la política partidaria de corto alcance es un riesgo para el desarrollo sostenible.



#### 4. La trayectoria de *Unesco* y otras organizaciones internacionales

Para los países en desarrollo siempre ha sido muy importante el apoyo material, pero también el asesoramiento técnico de organizaciones internacionales, especialmente aquellas pertenecientes al *Sistema de Naciones Unidas*. También han jugado un papel relevante las ONGDs de amplio alcance internacional y trayectoria contrastada. Por eso todo proyecto universitario de cooperación debería tener en consideración las directrices de dichas organizaciones y explorar su trayectoria en el país.

Como punto débil habría que apuntar que en ocasiones las acciones de organismos internacionales en relación con las PNI adolecen de poca implicación de los agentes no gubernamentales en la formación de dichas políticas. Con frecuencia las actuaciones consisten en facilitar la participación de representantes de gobiernos en reuniones y cumbres diversas, que posteriormente casi no tienen traducción en la agenda política interna, sin que se generen las alianzas necesarias con los actores sobre el terreno. Otro punto débil sería el de la burocratización de los órganos y procedimientos establecidos en algunos países en desarrollo en respuesta a las recomendaciones publicadas en directrices internacionales. En general se puede constatar que planteadas las políticas desde “arriba” con frecuencia superan la fase del informe o del libro blanco, de la comisión parlamentaria, de la campaña política o mediática, pero si no van dotadas de medios o no crean sinergias con las instituciones y profesionales implicados, su impacto acostumbra a ser mínimo. De todas formas, los documentos y los programas que proponen recomendaciones internacionales, las buenas prácticas o los estudios de prospectiva, son muy valiosos como discurso de respaldo a los procesos de formación de políticas “desde abajo”.

En tanto que organización de *Naciones Unidas* especializada en educación, ciencia y cultura, la *Unesco* ha sido responsable en buena medida de la internacionalización del concepto “políticas de información”. Desde su fundación, sus documentos y proyectos han apoyado a los países en desarrollo en la extensión de la alfabetización, la libertad de prensa e información, o las bibliotecas. El *Manifiesto de la biblioteca pública* de 1947 y su posterior revisión (*Unesco*, 1994) son un buen ejemplo de una primera etapa en la que sus documentos han tenido una gran influencia en la conformación de políticas nacionales vinculadas a cultura y educación como elementos basales de lo que hoy denominamos políticas de información en sentido amplio.

En una segunda etapa *Unesco* situó el foco en primera instancia en la información científico-técnica, para posteriormente ampliarlo a la información especializada, académica y profesional en todos los ámbitos del conocimiento. La celebración en París de la *Conferencia intergubernamental para el establecimiento de un sistema mundial de información científica (Unisist)* (1971) derivó en 1972 en la creación de *Unisist* como programa estable de la organización con el objetivo de fomentar la transferencia de información científica para el desarrollo económico y social mediante una acción internacional coordinada y sostenida (Soler, 2007, p. 81). El

programa requería la articulación de redes internacionales de bases de datos especializadas bibliográficas y factuales, a las que se debería acceder y contribuir desde todos los países independientemente de su nivel de desarrollo. Este objetivo puso sobre la mesa la necesidad de “un organismo gubernamental o semi-gubernamental en el plano nacional encargado de guiar, estimular y coordinar el desarrollo de los recursos y servicios de información en la perspectiva de la cooperación nacional, regional e internacional” (Wesley-Tanaskovic, 1985, p. i).

Lógicamente para alcanzar dicho objetivo *Unesco* estimuló la cooperación y el trabajo en red de bibliotecas especializadas y centros de documentación, al tiempo que ayudó a la creación de sistemas nacionales de información mediante misiones de asistencia, documentos para normalizar los procesos técnicos y directrices sobre el desarrollo de las políticas de información.

La generación, captación y uso del conocimiento es clave para un desarrollo sostenible

De esta segunda etapa aún podemos observar realizaciones activas muy importantes para los países en desarrollo y para algunos de los que hoy consideramos emergentes.

Un primer ejemplo sería la distribución desde 1985 de *CDS/ISIS*, software gratuito para la gestión de bases de datos bibliográficas, líder en muchos países como solución de informática documental hasta la aparición de programas *open source* a finales de los años 90.

En segundo lugar podemos mencionar la creación de bases de datos especializadas mediante la colaboración internacional, como sería el caso de la producción científica de ciencias de la salud en América Latina con *Lilacs*, elaborada por *Biblioteca Regional de Medicina (Bireme)* de la *Organización Panamericana de la Salud*. Los sistemas de información de la *FAO* son otro de los ejemplos destacados para ilustrar el movimiento puesto en marcha por *Unisist*, ya sea por su apoyo a la creación de redes de bibliotecas agrícolas como *Aglinet*, la publicación de bases de datos de matriz cooperativa como *Agris*, o la difusión de normas y buenas prácticas para el desarrollo de sistemas abiertos de información agrícola con *Aims*.

<http://lilacs.bvsalud.org>

<http://www.fao.org/library/library-home/aglinet>

<http://agris.fao.org>

<http://aims.fao.org>

Finalmente podríamos considerar una tercera etapa, fruto de las transformaciones asociadas al desarrollo mundial de internet. Dichas transformaciones agudizaron las contradicciones y evidenciaron los resultados desiguales del *Programa general de información (PGI)* y del *Programa intergubernamental de informática (PII)* con los que en 1976 se amplió el alcance del *Unisist*. En 2000 el *PGI* y el *PII* se fusionaron y dieron lugar a *IFAP (Information for all programme)* para dar respuesta a la era internet y a la globalización digital,

<http://goo.gl/Gv1q7G>

ayudando a los estados miembros de *Unesco* a formular las nuevas políticas nacionales de información derivados de los progresos en el uso de las TIC y evaluar los retos que presenta el tránsito a la denominada “sociedad del conocimiento” (Bindé, 2005).

Esta nueva etapa supone en buena medida la adopción por parte de *Unesco* de un discurso similar a los que a nivel nacional se desencadenaron en 1993 con la *NII* de Estados Unidos y que a nivel internacional lidera la *UIT* (*Unión Internacional de Telecomunicaciones*), organismo especializado de las *Naciones Unidas* para las tecnologías de la información y la comunicación. Todo ese movimiento culmina con el importante papel de *Unesco* en 2003 y 2005 en la organización de la citada *WSIS* y en el seguimiento del conjunto de resoluciones de la conferencia que se le asignaron (Souter, 2005).

<http://www.itu.int/wsis/basic/index.html>

El resultado de toda esa evolución es el de una organización más preocupada por los “media” y las TIC como elementos tractores de la transformación de las políticas nacionales de información, que no manifiesta de forma suficientemente explícita que las bibliotecas y los servicios de información científica también han de ser parte de esa transformación. En este sentido es interesante la posición de Lor (2008, p. 41) quien como secretario general de *IFLA* entre 2005 y 2008 representó a *IFLA* en la *WSIS*: “...es decepcionante lo poco que se dice en la *Estrategia a medio plazo* de la *Unesco* sobre las bibliotecas como agentes centrales en las sociedades del conocimiento del futuro. Cuando se mencionan las bibliotecas se hace de forma accesoria. El único momento en el que la palabra biblioteca genera algún tipo de entusiasmo es cuando se mencionan las bibliotecas digitales”.

Junto al papel fundamental de *Unesco* en el debate de las

políticas de información, han de ser tomadas en consideración diversas organizaciones profesionales y ONGDs. Se ha de mencionar el papel de *IFLA*, especialmente a partir de 1984 cuando en la *Conferencia de Nairobi* se puso en marcha el programa *ALP* (*Action for development through libraries*) que presta un importante servicio a las bibliotecas de países en desarrollo mediante el intercambio profesional, el fortalecimiento de las asociaciones nacionales de bibliotecarios, la difusión de pautas y buenas prácticas para la implementación de los servicios bibliotecarios, o su labor como grupo de presión en foros internacionales para que se consideren las bibliotecas como un instrumento de futuro en la promoción del desarrollo. Especialmente relevante en este sentido es su reciente *Statement*

*on libraries and development* (*IFLA*, 2013).

<http://www.ifla.org/alp>

Por último en el campo de las bibliotecas universitarias y de investigación no se puede entender la mejora en accesibilidad a la bibliografía científica en todo el mundo sin los recursos-e ofrecidos por *Research4Life*, programa promovido por la *Organización Mundial de la Salud*, o sin el trabajo integral de ONGDs como *Inasp* o *eFIL* que promueven el fortalecimiento de estructuras nacionales y consorcios para el desarrollo cooperativo de colecciones, servicios bibliotecarios y plataformas de edición electrónica.

<http://www.research4life.org>

<http://www.inasp.info>

<http://www.eifl.net>

Estas iniciativas han hecho posible que prácticamente cualquier investigador o docente universitario de un país en desarrollo cuente con acceso online a un stock de información científica de primer nivel, equivalente en lo fundamental a la que pudiera tener un colega del primer mundo. Al tiempo que con estos programas se amplía la oferta de recursos de información, se trabaja para superar las barreras al uso de información de calidad:

- ampliando la base de usuarios con el alumnado universitario y los profesionales;
- optimizando la gestión de las redes informáticas y los puntos de consulta;
- mejorando la organización y catalogación de los e-recursos;
- mejorando la capacitación de los bibliotecarios; y
- haciendo de la alfabetización informacional una actividad significativa en el contexto del cambio hacia modelos docentes centrados en el alumno (Urbano, 2013).

## 5. Escenarios para las bibliotecas universitarias y de investigación

Pese a las limitaciones materiales, en muchos países en desarrollo las universidades son instituciones de prestigio y bajo su relativa autonomía política con frecuencia pueden mantener un compromiso social y cultural con una cierta estabilidad institucional que no se da en otras instituciones. Eso explica que en no pocos casos realicen tareas de suplencia en materia por ejemplo de patrimonio cultural, o que el sistema universitario en su conjunto ejerza un papel fundamental en la recolección, transformación y suministro de información del país. Esas circunstancias y su capacidad de cooperación exterior facilitan que en el sector de las bibliotecas universitarias se puedan desarrollar proyectos que actúen como elemento tractor para otros sectores del país, por ejemplo mediante la introducción y aprendizaje de procesos innovadores o transformadores.

### 5.1. Trabajar juntos, aprender juntos: consorcios y redes

El eje principal en la formación de PNI relacionadas con el tipo de bibliotecas que nos ocupa sería la consideración del conjunto de centros como elementos que han de cooperar lo más intensamente posible para alcanzar sinergias y economías de escala. El trabajo cooperativo, liderado o apoyado desde instancias políticas nacionales, es fundamental en todos los ámbitos que consideramos como oportunidades o retos para estas bibliotecas, pero especialmente lo es en tanto que ayuda a la ruptura del aislamiento profesional de los bibliotecarios –entre ellos mismos y respecto a la sociedad- y a la mejora de su capacitación profesional. El gran potencial de las actuaciones que abundan en esta línea se visualiza claramente en el título que hemos dado a este apartado “trabajar juntos, aprender juntos”, inspirado en un artículo en el que se presentaban los primeros años de trayectoria del *Consorti de Biblioteques Universitàries de Catalunya* (Anglada, 1999).

La creación de un programa de formación continuada para la elevación de las competencias y los conocimientos de los profesionales puede considerarse una de las principales justificaciones del trabajo cooperativo y de la creación de redes o consorcios. La mejora del perfil profesional de los bibliotecarios, la participación de otros profesionales en el impulso de las bibliotecas universitarias y la decantación de liderazgos como portavoces de las redes o consorcios puede facilitar la consideración de los profesionales de las bibliotecas como actores en la formación de PNI en pie de igualdad con otros sectores.

The screenshot shows the IFLA ALP website. At the top left is the IFLA logo. A red navigation bar contains links for 'About IFLA', 'Activities and Groups', 'News and Events', 'Membership', 'Partners', 'Publications', and 'Annual Conference'. Below this is a search bar and a breadcrumb trail: 'You are here: Home > Activities and Groups > Action for Development through Libraries Programme (ALP)'. The main content area features a sidebar with a table of contents for the ALP section, including 'News', 'Events', 'Publications', 'ALP Committee', 'IFLA International Leaders Programme', 'Project Applications', and 'Projects'. The main text area is titled 'Action for Development through Libraries Programme (ALP)' and has the subtitle 'Building Better Library Communities'. It describes the IFLA ALP's mission and lists upcoming events, such as the '2014 March BSLA Asia and Oceania Convening in Jakarta, Indonesia' and the '2014 March BSLA Latin America and Caribbean Convening in São Paulo, Brazil'. At the bottom, it lists the three levels of work: Opportunity, Empowerment, and another level partially visible.

<http://www.ifla.org/alp>

Como ya hemos visto las políticas de información no se vinculan únicamente a políticas públicas elaboradas e implementadas desde las instancias de gobierno, sino como la coordinación de las políticas de los diversos actores en materia de información de un país bajo un marco adecuado para su apoyo y reconocimiento como partícipes de un plan nacional. Como buena parte de las bibliotecas que nos ocupan pueden tener una débil vinculación orgánica con el gobierno, o pueden ser totalmente independientes del mismo, su interlocución será mucho más eficaz si forman parte de una red, asociación o consorcio. Tomar decisiones de política nacional no siempre comporta dedicar recursos económicos, materiales o humanos, sino que puede consistir en empoderar a los que puedan llevar a mejor término unas determinadas acciones, dentro de una cierta visión nacional de conjunto que se consigue entrando en relación con los profesionales de las bibliotecas de otras instituciones.

La participación en redes nacionales e internacionales, el fortalecimiento de estructuras cooperativas, la creación de consorcios de bibliotecas, serían ejemplos en el plano institucional que pueden dotar de contenido al concepto “trabajar juntos” como meta de los proyectos de cooperación. En el plano de la mejora de los recursos y de los servicios, entre otros, podríamos hablar de plataformas conjuntas de edición electrónica, proyectos de digitalización retrospectiva, elaboración de programas y materiales de calidad para la alfabetización informacional, políticas de preservación digital, repositorios de investigación y de gestión de datos o desarrollo cooperativo de colecciones.

Cualquiera de esos ejemplos de mejora en servicios y recursos precisa del fortalecimiento institucional y de la interacción política para que se pueda hablar de sostenibilidad. Por esa razón *Inasp*, ONGD que facilita el acceso a recursos de información científica y apoya la creación de consorcios en 22 países, ha elegido para su nuevo plan de actuación



2013-2018 el lema *Strengthening research and knowledge systems*, en el que la palabra “sistema” apela a ese respaldo político e institucional a escala nacional.

<http://www.inasp.info/en/work/what-we-do/programmes/srks>

## 5.2. Reflexionar juntos, para encontrar un camino propio

Buena parte del análisis de escenarios para proyectos de cooperación podría beber de multitud de artículos e informes publicados en los últimos tiempos sobre cómo se ha de afrontar el futuro las bibliotecas universitarias. Sin duda hay retos compartidos con bibliotecas de los países con mayor desarrollo bibliotecario. Los escenarios prospectivos que se dibujan para este tipo de bibliotecas en aquellos países que durante el último siglo han liderado la evolución en este campo son complejos y exigirán algo más que una evolución adaptativa como la que se ha experimentado hasta ahora (*ACRL Research Planning and Review Committee*, 2012, 2013; **Anglada**, 2012; **Lewis**, 2013). Es pues importante estar muy al día de los estudios que analizan tendencias y buenas prácticas de innovación, pero realizando una lectura “dialogada” con la realidad sobre el terreno, desde la experiencia de los profesionales y autoridades académicas del país de destino de la cooperación. El resultado de esa reflexión puede tener un impacto positivo en el cuestionamiento de las rutinas propias del país de procedencia de la cooperación. Potenciar las habilidades de evaluación y de planificación entre todos los participantes ha de ser en sí mismo un objetivo prioritario.

La primera condición para influir en la agenda de las políticas de información es que los propios bibliotecarios se crean su capacidad de influencia y asuman el compromiso de ejercerla

## 5.3. Visibilizar las bibliotecas y sus profesionales

La primera condición para influir en la agenda de las políticas de información es que los propios bibliotecarios se crean su capacidad de influencia y asuman el compromiso de ejercerla. Esta idea se ilustra bien con la situación descrita por **Ayoo** y **Otike** (2002, p. 354) en referencia a los bibliotecarios en Kenia pero es extrapolable a muchos otros sitios: “falta compromiso de los profesionales en la reivindicación de las mejoras de las infraestructuras de información o de la profesión”. Por tanto, las acciones de cooperación exterior deben ayudar a situar a los bibliotecarios de estos centros como actores de sus políticas nacionales, tanto en su condición de implementadores de base como en la de generadores de opinión e influencia en la conformación de las mismas. La elaboración de un diagnóstico previo a la redacción del proyecto de cooperación y la interacción con las autoridades para informar de los objetivos del mismo serían espacios propicios para el análisis de las políticas nacionales y para la concienciación de los profesionales de su papel.

La falta de visibilidad del mundo bibliotecario en el nuevo discurso de las políticas nacionales de información ha de

ser motivo de reflexión más que de lamento y exige una respuesta que no consista en dar la espalda a los signos de los tiempos. Especialmente en proyectos de cooperación al desarrollo uno de los resultados ha de ser que los bibliotecarios logren hacerse visibles en las plataformas en las que se formulan políticas de información, leyendo como oportunidad y en clave bibliotecaria las líneas de actuación emanadas por ejemplo de la *WSIS* o de la agenda digital de su gobierno. **Lor** (2012, p. 279) ofrece unas recomendaciones muy claras en este sentido: “Los bibliotecarios deberían elevar la sensibilización en el seno de *Unesco* sobre el valor y el papel de las bibliotecas mediante la participación en su comisión nacional del programa *IFAP*. Si dicho comité no existe aún, deberían ayudar a establecerlo con la ayuda de otros miembros de *IFLA* de su país”.

Por último pero no menos importante, la capacidad de comunicar a los usuarios los servicios y recursos que la biblioteca les ofrece y de establecer con ellos una vinculación de compromiso mutuo es en general un punto débil de muchas bibliotecas, lo que en ocasiones está asociado a las dificultades para demostrar el retorno de los recursos dedicados (**McCreadie**, 2013, p. 23). Estudiar la satisfacción de los usuarios, sus necesidades, sugerencias y quejas representa un primer nivel de relaciones públicas, de evaluación del desempeño y de revisión de políticas a nivel de cada institución que se tiene que dar en todo proyecto de mejora, también en los de cooperación internacional. La visibilidad se ha de trabajar en primer lugar con los propios usuarios, reales o potenciales.

## 5.4. Tener voz propia en la Red

Todos los países tienen el derecho a ofrecer una visión científica de su propia realidad, sin depender totalmente de la información procedente del exterior que es fácilmente accesible en internet. También tienen derecho a que la imagen digital de su patrimonio cultural no dependa en exclusiva del exterior. La generación endógena de desarrollo requiere de la existencia en cada país de una base de pensamiento, de evidencias científicas, de información y de un relato cultural propio que no margine el conocimiento tradicional, pero que no se puede alimentar sin universidades e institutos de investigación que cuenten con servicios bibliotecarios y de información adecuados.

## 6. Conclusiones

En los proyectos de bibliotecas universitarias y de investigación realizados con cooperación exterior entran en juego diversos actores públicos y privados, nacionales y extranjeros, pero la acción se produce bajo el marco político nacional del país receptor, por lo que resulta fundamental el conocimiento de las políticas nacionales de información (PNIs) y su presencia transversal en las políticas educativas, culturales y de investigación.

La sostenibilidad de las acciones de cooperación en bibliotecas y su adecuación al contexto será siempre mayor si se da este conocimiento entre los profesionales nacionales y los cooperantes extranjeros. Tanto si existe un cuerpo de políticas bien establecidas como si su ausencia requiere un trabajo de “abajo a arriba” para su articulación como producto



del propio proyecto de cooperación, habrá que considerar convenientemente la trayectoria nacional, los referentes de otros países y las recomendaciones internacionales en políticas de información.

El fortalecimiento de los sistemas nacionales de información y de conocimiento pasa en muy buena medida por la creación de consorcios de bibliotecas y estructuras de cooperación para la creación de contenidos digitales. La priorización de los recursos de las agencias de cooperación al desarrollo tendría que tener en consideración que este enfoque sistémico está avalado por las políticas de los organismos internacionales y de las ONGDs especializadas en bibliotecas.

## Bibliografía

ACRL Research Planning and Review Committee (2012). "2012 top ten trends in academic libraries". *College & research libraries news*, v. 73, n. 6, pp. 311-320. <http://crln.acrl.org/content/73/6/311.full.pdf+html>

ACRL Research Planning and Review Committee (2013). *Environmental scan 2013* (45 pp.). Chicago: ALA. <http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/publications/whitepapers/EnvironmentalScan13.pdf>

Anglada, Lluís (1999). "Working together, learning together: the consortium of academic libraries of Catalonia". *Information technology and libraries*, v. 18, n. 3, pp. 139-144.

Anglada, Lluís (2012). "Bibliotecas universitarias: cabalgando la tecnología, siguiendo al usuario". *El profesional de la información*, v. 21, n. 6, pp. 553-556. <http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2012/noviembre/01.pdf> <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2012.nov.01>

Ayoo, Philip; Otike, Japhet (2002). "Factors hampering the formulation of a national information policy in Kenya". *Library review*, v. 51, n. 7, pp. 350-357. <http://dx.doi.org/10.1108/00242530210438646>

Bindé, Jérôme (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento: informe mundial de la Unesco*. Paris: Unesco. ISBN: 92 3 304000 3 <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>

Cornelius, Ian (2010). *Information policies and strategies*. London: Facet. ISBN: 978 1856046770

Guerra, Massiel; Jordán, Valeria (2010). *Políticas públicas de sociedad de la información en América Latina: ¿una misma visión?* Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). <http://www.eclac.cl/ddpe/publicaciones/xml/1/39181/W314Esp.pdf>

Hernon, Peter; Relyea, Harold C. (2009). "Information policy: United States". En: *Encyclopedia of Library and Information Sciences*. 3rd ed. New York: Taylor & Francis. p. 2504-2518. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1081/E-ELIS3-120009040>

IFLA (2013). *IFLA statement on libraries and development*. <http://www.ifla.org/publications/ifla-statement-on-libraries-and-development>

Information Infrastructure Task Force. United States (1993). *The National information infrastructure: agenda for action*. Washington DC: Executive Office of the President. <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED364215.pdf>

Kaniki, Andrew (2008). "Libraries and information services in facilitating knowledge production and management for the Millennium Development Goals". En: Njobvu, Benson; Koopman, Sjoerd (Eds.). *Libraries and information services towards the attainment of the UN Millennium Development Goals*. München: K. G. Saur, pp. 15-27. <http://www.degruyter.com/viewbooktoc/product/40598>

Lewis, David W. (2013). "From stacks to the Web : the transformation of academic library collecting". *College and research libraries*, v. 74, n. 2, pp. 159-177. <http://crl.acrl.org/content/74/2/159.full.pdf>

Lor, Peter-Johan (2008). "MDGS, WSIS, Unesco's MTS and IFAP: alphabet soup or opportunities for libraries?". En: Njobvu, Benson; Koopman, Sjoerd (Eds.). *Libraries and information services towards the attainment of the UN Millennium Development Goals*. München: K. G. Saur, pp. 29-55. <http://www.degruyter.com/viewbooktoc/product/40598>

Lor, Peter-Johan (2012). "The IFLA-Unesco partnership 1947-2012". *IFLA Journal*, v. 38, n. 4, pp. 269-282. [http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/ifla-journal/ifla-journal-38-4\\_2012.pdf](http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/ifla-journal/ifla-journal-38-4_2012.pdf) <http://dx.doi.org/10.1177/0340035212463138>

McCreadie, Nell (2013). *Library value in the developing world*. Sage. <http://www.uk.sagepub.com/repository/binaries/pdf/LibValReport-2013.pdf>

Montviloff, Victor (1990). *Políticas nacionales de información: manual sobre la formulación, aprobación, aplicación y funcionamiento de una política nacional sobre la información*. Paris: Unesco. <http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000869/086995sb.pdf>

Moreiro, José-Antonio (2012). "Docencia e investigación universitarias en información y documentación para la cooperación al desarrollo". *Anuario ThinkEPI*, v. 6, pp. 31-34. <https://payhip.com/b/Uti4>

Naciones Unidas. Asamblea General (2000). *Declaración del Milenio*. <http://www.un.org/spanish/milenio/ares552.pdf>

Netherlands Development Assistance Research Council (2005). *Mobilizing knowledge to achieve the millennium development goals*. The Hague: Rawoo. [http://docs.watsan.net/Downloaded\\_Files/PDF/Rawoo-2005-Mobilizing.pdf](http://docs.watsan.net/Downloaded_Files/PDF/Rawoo-2005-Mobilizing.pdf)

Oppenheim, Charles (1998). "Current UK and EU information policy". En: Grieves, Maureen (ed.). *Information policy in the electronic age*. London: Bowker-Saur, pp. 45-69.

Pajaro-Quesada, Rosalba; Betancourt-Campos, Valeria (2007). "¿Qué es una política nacional de información? En: Fernández-Aballi, Isidro (ed.). *Building national information policies: experiences in Latin America*. Kingston: Unesco, Information for all programme, pp. 86-94.

<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001528/152806m.pdf>

**Seguí, Rosa** (1999). "Maestría en gestión y organización de bibliotecas universitarias: una experiencia de cooperación docente con Nicaragua y El Salvador". *BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació*, n. 3 (diciembre). <http://bid.ub.edu/03seguí.htm>

**Shin, Dong-Hee; Kweon, Sang-Hee** (2011). "Evaluation of Korean information infrastructure policy 2000-2010: focusing on broadband ecosystem change". *Government information quarterly*, v. 28, n. 3, pp. 374-387. <http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2010.07.009>

**Soler, Gonzalo-Alejandro** (2007). "Evolución y actualidad de las políticas nacionales de información en América Latina y el Caribe". En: Fernández-Aballi, Isidro (ed.). *Building national information policies: experiences in Latin America*. Kingston: Unesco, Information for all programme, pp. 78-85. <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001528/152806m.pdf>

**Souter, David** (2005). *Towards inclusive knowledge socie-*

*ties: a review of Unesco's action in implementing the WSIS outcomes*. París: Unesco.

<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001878/187832e.pdf>

Unesco (1971). *Conferencia intergubernamental para el establecimiento de un sistema mundial de información científica (Unisist)*. París: Unesco.

<http://unesdoc.unesco.org/images/0000/000006/000630sb.pdf>

Unesco (1994). *Manifiesto de la Unesco en favor de las bibliotecas públicas*.

[http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman\\_es.html](http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman_es.html)

**Urbano, Cristóbal** (2013). "Inasp: la hora del protagonismo local en la cooperación al desarrollo científico y bibliotecario". *Blok de BiD*, 24 julio.

<http://goo.gl/3EALn1>

**Wesley-Tanaskovic, Ines** (1985). *Directrices sobre la política nacional de información: alcance, formulación y aplicación*. París: Unesco.

## 4ª Conferencia internacional sobre calidad de revistas de ciencias sociales y humanidades





# EL NUEVO CANON A LAS UNIVERSIDADES: TRAS LA APROPIACIÓN DEL CANON DIGITAL PARA LAS COPIAS PRIVADAS, LA DEL OPEN ACCESS



**Javier De-la-Cueva-González-Cotera**



**Javier De-la-Cueva-González-Cotera** es licenciado en derecho y máster en estudios avanzados en filosofía por la *Universidad Complutense de Madrid*. Trabaja como abogado especializado en casos de propiedad intelectual y es profesor de la asignatura de propiedad intelectual en el Grado de creación musical en la *Universidad Europea de Madrid*. Se dedica además a programar proyectos tecnológicos y a impartir conferencias sobre *GNU/Linux*.  
<http://orcid.org/0000-0001-9152-2071>

[jdelacueva@icam.es](mailto:jdelacueva@icam.es)

## Resumen

La actual reforma de la *Ley de propiedad intelectual* incorpora la novedad de la creación de un canon a las universidades, que supone la apropiación de obras licenciadas bajo *open access* y su administración en el ámbito de los campus virtuales por la entidad de gestión *Cedro*. Se analiza un precedente normativo de la presente reforma legal, consistente en la regulación de la compensación por copia privada, que permitió a las entidades de gestión la apropiación durante años de dinero público. Dicho precedente tiene rasgos comunes con la actual reforma: el canon digital supuso la apropiación de lo público, mientras que el canon sobre las universidades representa la apropiación del procomún.

## Palabras clave

*Cedro*, Entidades de gestión, Propiedad intelectual, *Open access*, OA, Conocimiento libre, Procomún.

**Title: The new canon for universities: after the appropriation of the digital canon for private copies, now that of open access**

## Abstract

The current reform of Spain's copyright law incorporates a new levy on universities that is related to open access to publications. It will be collected by the Spanish agency *Cedro* (*Centro Español de Derechos Reprográficos*) and the virtual campuses of universities will be required to comply. We analyze a regulatory precedent in Spain for this legal reform, which levied a tax on potential private photocopying (for personal or "fair" use). This precedent has common features with the current reform: the levy on private copying was an appropriation of public access to print information, while the levy on universities implies the appropriation of the digital commons.

## Keywords

*Cedro*, Collecting societies, Intellectual property, Open access, OA, Free culture, Commons.

**De-la-Cueva-González-Cotera, Javier (2014).** "El nuevo canon a las universidades: tras la apropiación del canon digital, la del *open access*". *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 23, n. 2, pp. 183-189.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.11>

## 1. Introducción

Las entidades de gestión de la propiedad intelectual fueron diseñadas como unas organizaciones con fines loables: defender a los autores de las obras de propiedad intelectual frente a los abusos que se podrían encontrar en el uso de sus obras, así como recaudar los derechos en aquellos supuestos en los que el autor así voluntariamente lo disponía o en que era inviable que pudiera hacerlo por sí solo. Sin embargo, su función hoy en día se halla sometida a una profunda crítica,

a la que no son ajenas situaciones como las que se documentan en este artículo. Las entidades de gestión, apartándose de sus iniciales funciones, sirven en demasiadas ocasiones como mera cadena de transmisión de los intereses de terceros ajenos a los autores y se integran en la tríada perversa señalada por **Ferrajoli** (2010, p. 271) de:

- dinero para hacer política e información;
- información para hacer dinero y política;
- política para hacer dinero e información.

Artículo recibido el 05-02-2014  
Aceptación definitiva: 11-03-2014



El proyecto de reforma del *Texto refundido de la Ley de propiedad intelectual (Trlpi)* aprobado por el Consejo de Ministros el 14 de febrero de 2014 es un ejemplo perfecto de lo señalado por Ferrajoli pues contiene diseños legales que suponen pagos, en especial a una de estas entidades, el Centro Español de Derechos Reprográficos (Cedro), organización comandada por los grandes grupos editoriales que a su vez son los titulares de los medios de comunicación. La reforma legal diseña en su favor dos pagos:

- uno, que no analizaremos, consistente en una tasa sobre los agregadores de noticias (cuyo objetivo principal es gravar el servicio de *Google News*);
- otro pago generado mediante la creación de un nuevo canon a las universidades por el uso de obras en el campus virtual.

Las entidades de gestión, apartándose de sus funciones iniciales, sirven en demasiadas ocasiones como cadena de transmisión de intereses de terceros ajenos a los autores

A lo largo de este artículo explicaremos el canon sobre las universidades pero, para comprender cómo se diseñan mecanismos apropiatorios, previamente analizaremos el caso de lo que mediáticamente se conoció como el “canon digital”. Su síntesis es que durante años tuvo vigencia en nuestro país una norma por la que se gravaba la actividad de almacenamiento y procesado de información de forma indiscriminada. La norma finalmente fue declarada contraria al derecho europeo por lo que podría reclamarse la devolución de los pagos realizados hasta entonces. Sin embargo, para evitar estas reclamaciones por pagos indebidos, el Estado dictó el *Real decreto 1657/2012* de 7 de diciembre, señalando que no procedía “la devolución del importe abonado o repercutido [...] satisfecho antes del 1 de enero de 2012”, convalidando de esta manera todos los pagos hechos durante años en concepto de canon.

Tras este primer supuesto de apropiación de lo público, analizaremos cómo en la reforma del *Trlpi* se diseña una apropiación del procomún, lo que es de todos y no es de nadie (Gutiérrez, 2012). Para ejecutar esta segunda apropiación, el proyecto de reforma del *Trlpi* estipula la expropiación al autor de su derecho a decidir si entrega su obra a movimientos como el *open access*<sup>1</sup>, obligándose a que la gestión de estas obras en los campus virtuales se realice en exclusiva por una entidad de gestión, quien dispone de potestad unilateral para fijar las tarifas. Si bien quedan los trámites parlamentarios hasta que el proyecto sea ley, cualquiera que fuera el resultado final la voluntad del ejecutivo ya ha quedado reflejada.

## 2. Apropiándose de lo público: el canon digital

El 21 de octubre de 2010 el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE, 2010) dictó la sentencia del caso *Padawan* contra la *Sociedad General de Autores y Editores (Sgae)*. El TJUE resolvía lo que mediáticamente se conoció como el



Entre 1996 y 2011 los españoles tuvimos que abonar el injusto “canon digital” consistente en un sobreprecio que se aplicaba a todos los equipos, aparatos y materiales que se vendían en España susceptibles de usarse para hacer copias de obras intelectuales

“canon digital” (Aeval, 2008; CNC, 2009), consistente en un sobreprecio que se aplicaba a todos los equipos, aparatos y materiales que se vendían en España susceptibles de usarse para hacer copias de obras intelectuales. Los importadores y fabricantes de estos objetos satisfacían este sobreprecio a las entidades de gestión de la propiedad intelectual, quienes lo repartirían entre sus socios para así compensar a los autores, editores y productores por las ventas que se podían perder debido a las copias privadas realizadas por los usuarios de tales equipos, aparatos y materiales. Se trataba de un sobreprecio en cadena: los importadores y fabricantes se lo repercutían a los mayoristas, éstos a los minoristas y éstos al usuario final.

La sentencia del TJUE decretaba que el artículo 25 de nuestro *Trlpi* no era conforme con el artículo 5, apartado 2, letra b) de la *Directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo*, de 22 de mayo de 2001 (*Unión Europea*, 2001). A esta situación se llegó debido a que, cuando se promulgó el *Trlpi* (España, 1996), era una época en la que las tecnologías de registro utilizaban soportes variados, gravándose con canon aquellos cuyo uso estaba prácticamente predeterminado para copiar obras intelectuales. Sin embargo, cuando posteriormente se produjo una confluencia mayoritaria del sistema de registro en formato digital, la aplicación literal de nuestra regulación legal generó que la actividad cotidiana de almacenar información devengase un canon en favor de las entidades de gestión.

De esta manera se produjeron situaciones tan insólitas como que las grabaciones de los juicios orales en la jurisdicción civil, obligatorios en soporte videográfico conforme los artículos 147 y 187 de la *Ley de enjuiciamiento civil*, estuviesen tasadas con el canon. Las administraciones públicas, que son las que más soporte de información utilizan, fueron las grandes perjudicadas, hallándose sometida toda su actividad a un canon en favor de las entidades de gestión que, no olvidemos, se trata de asociaciones privadas. Las compras que las administraciones públicas realizaban de equipos, aparatos y materiales nunca estuvieron exentas de canon<sup>2</sup>, que se repercutía por parte de los proveedores al Estado de la misma manera que lo repercutían a cualquier otro cliente. Esta situación se vio obligada a cambiar cuando

el *TJUE* dictaminó (*TJUE*, 2010) que “la aplicación indiscriminada del canon por copia privada, en particular en relación con equipos, aparatos y soportes de reproducción digital que no se hayan puesto a disposición de usuarios privados y que estén manifiestamente reservados a usos distintos a la realización de copias privadas, no resulta conforme con la *Directiva 2001/29*”. El *TJUE* establecía así que si los equipos, aparatos y soportes no se utilizaban para el ejercicio de la copia privada, no debían hallarse gravados. Como resultaba lógico, se eximía del canon a los objetos destinados a las actividades de empresas, administraciones públicas y profesionales.

La sentencia del caso *Padawan* afectó gravemente a las entidades de gestión de los derechos de propiedad intelectual de nuestro país, que vieron mermados sustancialmente sus ingresos. En palabras de Juan Mollá, presidente entonces de *Cedro*:

“A finales de año la junta directiva de la entidad decidió suspender temporalmente la mayoría de las actividades incluidas en la función social de *Cedro*. Esta decisión se debió a una medida de cautela por la incertidumbre que se plantea en la evolución de la recaudación de las cantidades de copia privada que sirven para financiar esta función de nuestra entidad, tras la sentencia del *Tribunal Europeo de Justicia* sobre copia privada (conocida como caso *Padawan*)” (*Cedro*, 2011, p. 9).

Los efectos de la sentencia no fueron inmediatos: todavía se tardó dos años en adaptar la legislación estatal a lo dispuesto por el *TJUE*. La modificación se llevó a cabo en dos etapas: en la primera produjo la derogación del canon (*Real decreto 20/2011*, de 30 de diciembre, disposición adicional décima), disponiéndose que el procedimiento de pago a los perceptores de la compensación equitativa por copia privada se establecería reglamentariamente por el Gobierno con cargo a los *Presupuestos generales del Estado*. Una vez suprimida la compensación por copia privada se procedió a regular el sistema de pago a cargo del Estado, mediante el *Real decreto 1657/2012* de 7 de diciembre (*España*, 2012), que dispuso que la cuantía del canon se determinaría mediante orden del *Ministro de Educación, Cultura y Deporte*. En aplicación de esta disposición se dictó la *Orden ECD/2128/2013*, de 14 de noviembre (*España*, 2013), en la que se dispuso que el importe del canon para el ejercicio 2012 sería de 8.636.728,09 euros.

La tardanza en adaptar nuestra legislación a la sentencia del caso *Padawan* (desde el 21 de octubre de 2010, fecha de la sentencia, hasta el *Real decreto 20/2011*, de 30 de diciembre), tuvo un efecto directo en los ingresos de las entidades de gestión ya que les permitió un año más obtener dinero por este concepto,

lo que se aprecia claramente en la tabla 1, en la que observamos un cuadro de facturación por copia privada de las entidades de gestión en los ejercicios de 2009 a 2012.

No contentas con esta situación, las entidades de gestión interpusieron dos clases de acciones legales:

- denunciaron al Estado español ante la *Comisión Europea* en agosto de 2012 por contravenir según ellas el derecho europeo sobre copia privada (*AIE*, 2013, p. 94; *Aisge*, 2013, p. 9; *Cedro*, 2013, p. 32; *Dama*, 2013, p. 7; *Egeda*, 2013, p. 19; *Vegap*, 2013, pp. 13-15);
- presentaron dos demandas de responsabilidad patrimonial del Estado por los ejercicios 2011 y 2012 (*Cedro*, 2013, p. 32; *Dama*, 2013, p. 7; *Egeda*, 2013, p. 20; *Vegap*, 2013, pp. 14-15).

El proyecto de reforma del *Trlpi* estipula la expropiación al autor de su derecho a decidir si entrega su obra a movimientos como el *open access*

Se desconocen los resultados de estas acciones pero es relevante señalar, que si bien a las entidades de gestión no parece satisfacerles un sistema de pago directo a cargo de los presupuestos generales del Estado, nunca se quejaron del pago indirecto que suponía un sobrepago a toda la actividad estatal, autonómica, local, empresarial y profesional.

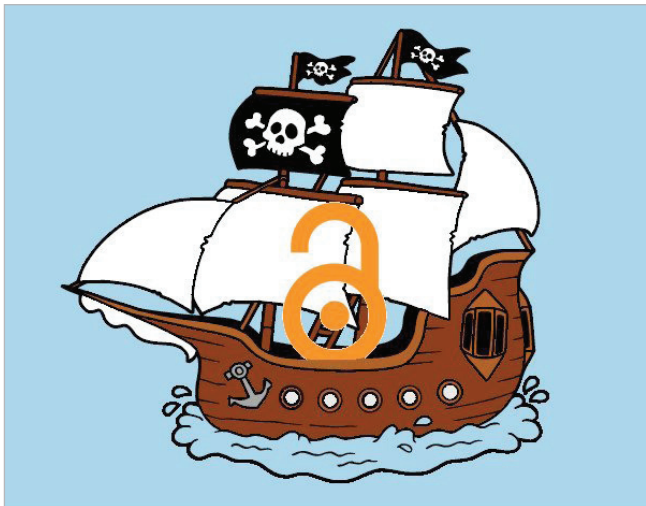
Por su parte, el Estado blindó a las entidades de gestión: si la normativa estatal era contraria a la europea, ello implicaba que durante años se había estado pagando un importe contrario a la ley que podría ser solicitado por quienes lo hubieran satisfecho. Para evitar que esto sucediera, en la disposición transitoria primera del mencionado *Real decreto 1657/2012*, de 7 de diciembre, se establecía que “se entenderá que no procede la devolución del importe abonado o repercutido por la aplicación del régimen de compensación equitativa por copia privada a los fabricantes, distribuidores, mayoristas o minoristas y compradores finales que lo

Tabla 1. Facturación por copia privada de las entidades de gestión

Entidad	2009	2010	2011	2012
<i>Cedro</i>	21.981.801	19.923.231	19.292.339	4.891.260
<i>Dama</i>	190.874	252.880	219.033	28.356
<i>Sgae</i>	27.677.000	28.156.000	20.247.000	4.231.000
<i>Vegap</i>	3.412.098	2.787.572	2.833.494	789.553
<i>AIE</i>	8.978.970	9.395.535	7.611.750	1.552.470
<i>Aisge</i>	11.898.935	12.756.031	8.436.287	1.102.282
<i>Agedi</i>	6.498.300	6.198.400	5.295.600	1.634.700
<i>Egeda</i>	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
Total	80.637.978	79.469.649	63.935.503	14.229.621

Fuente: Memorias e informes de las entidades de gestión (*Cedro*, 2010, p. 20-21; 2011, p. 21; 2012, p. 81; 2013, p. 66; *Dama*, 2011, p. 23; 2012, p. 20; 2013, p. 20; *Sgae*, 2010, p. 93; 2011, p. 97; 2012, p. 41; 2013, p. 41; *Vegap*, 2010, p. 7; 2011, p. 7; 2012, p. 7; 2013, p. 7; *AIE*, 2010, p. 94; 2011, p. 118; 2012, p. 124; 2013, p. 97; *Aisge*, 2010, p. 25; 2011, p. 25; 2012, p. 26; 2013, p. 22; *Agedi*, 2010, p. 8; 2011, p. 8; 2012, p. 8; 2013, p. 8).

En el caso de *Vegap*, las cantidades presentadas se obtienen de la suma de las dos cantidades que figuran en los informes en concepto de copia privada: reprográfica y audiovisual.



Se apropian del *open access* e impiden a los autores decidir sobre sus derechos

hubieran satisfecho antes del 1 de enero de 2012". Evitando la posibilidad de reclamación de lo indebidamente pagado se consumaba la apropiación de lo público bajo la apariencia del pago de derechos de autor y convalidando lo que en la práctica fue una póliza sobre el papel del siglo XXI, el soporte digital, pagadera por todos en favor de unas asociaciones privadas.

### 3. Apropiándose del procomún: el *open access*

Ante esta situación de crisis, *Cedro* apuntó nuevamente al Estado como fuente de ingresos. Ya en la *Memoria* del ejercicio 2010 señaló sus intenciones (*Cedro*, 2011, p. 29):

“Desde hace varios años, *Cedro* está tratando de que la Administración y el sector educativo en todos sus niveles, enseñanza reglada preuniversitaria y universitaria, remuneren a los autores y editores por la reutilización de los contenidos de sus obras a través de las licencias de nuestra entidad.

Prácticamente ningún ministerio ni organismo público de carácter autonómico o local cuenta con licencia de *Cedro*. Este hecho se ha puesto en conocimiento de forma sistemática a las autoridades competentes sin que se haya obtenido respuesta definitiva por su parte. En 2009 se envió al *Ministerio de Presidencia* una propuesta de regularización global que, a día de hoy, no ha sido contestada”.

En igual sentido se expresaba la *Memoria* del año 2011 (*Cedro*, 2011, p. 35), sin que conste ya en la de 2012 referencia alguna a ministerios, organismos públicos de carácter autonómico o local, a la necesidad de estos órganos de obtener licencia concedida por *Cedro*, ni a respuesta alguna o silencio del *Ministerio de la Presidencia*. Sin embargo, sí constan las referencias a los tres procedimientos judiciales que *Cedro* interpuso contra las universidades *Autònoma de Barcelona*, *de Barcelona* y *Carlos III de Madrid* (*Cedro*, 2012, p. 33) y que supusieron la excusa para la siguiente etapa de apropiación: la “apropiación del procomún” mediante el canon sobre el *open access*.

- *Cedro* decía representar a unos 20.000 socios, mientras que las universidades en su conjunto cuentan con 130.000

docentes e investigadores;

- mantenía que representaba los derechos de unos 4 millones de obras, mientras que en *WorldCat*, el catálogo colectivo de *OCLC*, existen unos 300 millones de registros;
- no practicó ninguna prueba sobre la encomienda de gestión de los derechos de los autores o traductores en lo referente a copias y puesta a disposición digital de las obras literarias.

El centro de los litigios consistía en saber quién es el responsable de que determinados profesores pusieran a disposición de sus alumnos textos digitalizados alojándolos en el campus virtual pero también se discutía la representatividad de *Cedro* ya que su número de socios y número de obras en comparación con los existentes es mínimo. Y con respecto a los derechos digitales las circunstancias son aún peores para esta entidad.

En 2004, *Cedro* adaptó sus contratos para incluir la gestión de los derechos sobre copias digitales y su puesta a disposición online. A partir de esa fecha los nuevos socios les encargarían no sólo la gestión de los derechos sobre copias reprográficas sino también digitales. Sin embargo, con los derechos anteriores a 2004 existía un problema grave. *Cedro* gestiona derechos tanto de socios (por encargo directo de éstos) como de *autores no socios* (que han cedido sus derechos a las editoriales que a su vez se los han cedido a *Cedro*). Con respecto a sus socios, *Cedro* circularizó la petición de adhesión a sus nuevas modalidades de gestión pero con respecto a los no socios, nada podía hacer puesto que eran las editoriales quienes por su parte tenían que adaptar sus contratos con los autores para nuevas obras así como solicitar los derechos a los autores de obras antiguas. Las universidades conocían bien este problema puesto que mantienen editoriales y cuando se celebró la prueba en los procedimientos contra las universidades *Autònoma de Barcelona* y *de Barcelona*, si bien *Cedro* trajo al procedimiento documentos de gestión de derechos editoriales, no trajo ninguno de derechos autorales o de traductores.

“ La norma estatal es contraria al derecho de la Unión Europea, pero las entidades de gestión seguirán cobrando hasta que una resolución del TJUE anule la legislación del Estado ”

Ante estas evidencias, el *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte* acudió en auxilio de *Cedro*: la gestión que esta entidad nunca había obtenido contractualmente la iba a conseguir mediante la modificación del *Trlpi*, en cuyo anteproyecto se incorporó un artículo 32, apartado 3, que creaba un derecho irrenunciable en favor del autor de manuales universitarios o publicaciones asimiladas a cobrar una remuneración equitativa que se haría efectiva a través de las entidades de gestión. Sin perjuicio de la imprecisión de conceptos tales como publicaciones asimiladas, la reforma no dejaba dudas: *Cedro* se encargaría de la gestión de todos los derechos, teniendo facultades unilaterales para fijar las tarifas, actualmente señaladas en 5 euros por alumno, lo que supondría un gasto público anual de 5,92 millones de euros (*Crue*, 2013, p. 17).



Se demostraba una vez más lo que **Benkler** señalaba (2006, p. 461), que las expansiones de los derechos operan, en la práctica, “como una tasa sobre modelos de producción no propietarios en favor de modelos propietarios. Hace que el acceso a los recursos de información sean más caros para todos, mientras que incrementa la apropiación solamente para algunos”.

La *Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (Crue)* realizó el 17 de abril de 2013 sus alegaciones al texto del anteproyecto señalando (Crue, 2013, p. 13) su especial preocupación por la apropiación del *open access* y sus efectos de empobrecimiento por su incidencia en la ciencia y en la tecnología:

“Mediante el texto propuesto en el *Anteproyecto*, se impide al autor ejercitar uno de sus derechos esenciales como es el de disponer como quiera de sus derechos de explotación. La creación de un derecho irrenunciable, lejos de suponer una ventaja para el autor, supone un atentado a la posibilidad de que se incorpore a movimientos como el del acceso abierto [...]

La ciencia y la tecnología se fundamentan en la posibilidad de difusión y de refutación. Impedir a los autores la decisión sobre sus derechos, haciéndolos irrenunciables, obligando a su gestión a través de una entidad sin representatividad en el ámbito universitario y permitiendo a dicha entidad la fijación unilateral de los precios supondrá sin duda un empobrecimiento de la capacidad de difusión y de refutación de la ciencia y de la tecnología en nuestro país, con el empobrecimiento correspondiente”.

El *Consejo de Estado* se pronunció sobre la reforma. En su *Dictamen 1064/2013* de fecha 11 de noviembre, sobre el texto del anteproyecto de reforma del *Trlpi*, mantuvo una postura crítica con el texto del *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*. Según el *Consejo de Estado* (2013, 5.2), “conviene no olvidar que en el sector de la docencia e investigación convive el derecho del autor con otro derecho, el de la educación”, por lo que en la reforma, señalaba tajantemente el *Consejo de Estado*:

“Debe pues necesariamente señalarse que dicho artículo 32 no será aplicable a los supuestos en los que bien la legislación, bien los titulares, hayan optado por ofrecer a toda la humanidad el acceso abierto de datos y documentos científicos supuestamente sometidos a derechos de propiedad intelectual”.

Nada de esto fue aceptado por el *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*, quien en el texto que llevó finalmente al *Consejo de Ministros*, que fue aprobado por éste y enviado al *Congreso de los Diputados*, hizo caso omiso de las recomendaciones del *Consejo de Estado*, a pesar de que este órgano señalase que en la Unión Europea el *open access* tiene carácter normativo desde julio de 2012. Se repite de esta manera lo ocurrido con el canon digital: aun cuando la norma estatal sea contraria al derecho de la Unión Europea, las entidades de gestión seguirán cobrando durante el tiempo necesario hasta que se obtenga una resolución del *TJUE* que anule la legislación del Estado. No podemos olvidar el informe de la *Comisión Nacional de la Competencia (CNC)*, 2009,

p. 99) que ya advertía que “no es del todo descartable conforme a la jurisprudencia comunitaria que la *Comisión Europea* pueda llegar a considerar que España es responsable de una infracción del artículo 86 del *Tratado CE* (actual art. 106 del *Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea*)”.

El corolario de la actual situación es que los hechos nos demuestran que las entidades de gestión, lejos de ser entidades que cumplen su obligación de favorecer la cultura (entendiendo dentro de ella, como no puede ser menos, la ciencia y la tecnología), son *lobbies* que ocupan en la actualidad el papel que en la Ilustración fue ocupado por la *Iglesia*.

Las entidades de gestión, lejos de cumplir su obligación de favorecer la cultura, son *lobbies* que ocupan en la actualidad el papel que en la Ilustración fue ocupado por la *Iglesia*

Nos hallamos en un momento histórico en que la tecnología como entorno (**De-la-Cueva-González-Cotera**, 2012b) y el *open access* como contenido (**De-la-Cueva-González-Cotera**, 2012a) nos permite intentar una Tercera Ilustración y en donde tendremos que reflexionar si no comienza a ser un imperativo ético urgente denunciar y expulsar a quienes son los más *piratas*. Recordando a Agustín de Hipona:

*Mas porque yo ejecuto mis piraterías con un pequeño bajel me llaman ladrón, y a ti, porque las haces con formidables ejércitos, te llaman rey*<sup>3</sup>.

## Notas

1. Sobre *open access*, ver: **Ariño-Villarroya**, 2009; **Lafuente y Alonso**, 2011, pp. 193-206; **Lafuente, Alonso y Rodríguez**, 2013, pp. 16-69.

2. Ello a pesar de que se le solicitó en dos ocasiones al *Ministerio de Cultura*, que tenía potestad reglamentaria para excluir a quien tuviera conveniente. La primera de ellas, en fecha 19 de noviembre de 2003 por el autor de este artículo y la segunda en fecha 24 de febrero de 2004 por parte de la junta de delegados de la *Facultad de Informática* de la *Universidad Politécnica de Madrid*, dado que los alumnos encontraban gravados los soportes en los que debían presentar los trabajos a sus profesores.  
<http://derecho-internet.org/node/245>

3. San Agustín. *La ciudad de Dios*. Tomo I, Libro cuarto, capítulo IV.

## 4. Bibliografía

Aeval (Agencia Estatal de Evaluación de las Políticas Públicas y la Calidad de los Servicios) (2008). *Evaluación del sistema de gestión colectiva de los derechos de propiedad intelectual*. <http://www.aeval.es/comun/pdf/evaluaciones/E12B.pdf>

AIE (Artistas, Intérpretes o Ejecutantes, Sociedad de Gestión) (2010). *Memoria AIE 2009*. <http://aie.es/component/remository/func-startdown/100>

- AIE (Artistas, Intérpretes o Ejecutantes, Sociedad de Gestión) (2011). *Memoria AIE 2010*.  
<http://aie.es/component/remository/func-startdown/121>
- AIE (Artistas, Intérpretes o Ejecutantes, Sociedad de Gestión) (2012). *Memoria AIE 2011*.  
<http://aie.es/component/remository/func-startdown/143>
- AIE (Artistas, Intérpretes o Ejecutantes, Sociedad de Gestión) (2013). *Memoria AIE 2012*.  
<http://aie.es/component/remository/func-startdown/39>
- Aisge (Artistas Intérpretes, Sociedad de Gestión) (2010). *Memoria 2009 Aisge*.  
<http://www.aisge.es/media/multimedia/ficheros/204.pdf>
- Aisge (Artistas Intérpretes, Sociedad de Gestión) (2011). *Memoria Aisge 2010*.  
<http://www.aisge.es/media/multimedia/ficheros/275.pdf>
- Aisge (Artistas Intérpretes, Sociedad de Gestión) (2012). *Memoria Aisge 2011*.  
<http://www.aisge.es/media/multimedia/ficheros/319.pdf>
- Aisge (Artistas Intérpretes, Sociedad de Gestión) (2013). *Memoria Aisge 2012*.  
<http://www.aisge.es/media/multimedia/ficheros/333.pdf>
- Agedi (Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales) (2010). *Memoria de actividades e informe de gestión 2009*.  
[http://www.agedi.es/docs/memoria\\_e\\_informe\\_de\\_gestion\\_agedi\\_2009.pdf](http://www.agedi.es/docs/memoria_e_informe_de_gestion_agedi_2009.pdf)
- Agedi (Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales) (2011). *Memoria de actividades e informe de gestión 2010*.  
[http://www.agedi.es/docs/memoria\\_e\\_informe\\_de\\_gestion\\_agedi\\_2010.pdf](http://www.agedi.es/docs/memoria_e_informe_de_gestion_agedi_2010.pdf)
- Agedi (Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales) (2012). *Memoria de actividades e informe de gestión 2011*.  
[http://www.agedi.es/docs/memoria\\_e\\_informe\\_de\\_gestion\\_agedi\\_2011.pdf](http://www.agedi.es/docs/memoria_e_informe_de_gestion_agedi_2011.pdf)
- Agedi (Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales) (2013). *Memoria de actividades e informe de gestión 2012*.  
[http://www.agedi.es/docs/memoria\\_e\\_informe\\_de\\_gestion\\_agedi\\_2012.pdf](http://www.agedi.es/docs/memoria_e_informe_de_gestion_agedi_2012.pdf)
- Ariño-Villarroya, Antonio** (2009). *El movimiento open. La creación de un dominio público en la era digital*. Valencia: Universitat de València. ISBN: 978 84 370 7595 2
- Benkler, Yochai** (2006). *The wealth of networks. How social production transforms markets and freedom*. New Haven & Londres: Yale University Press. ISBN: 978 0 300 11056 2
- Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos) (2010). *Memoria 2009*.  
<http://www.cedro.org/docs/memorias-pdf/cedromemoria2009.pdf>
- Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos) (2011). *Memoria 2010*.  
<http://www.cedro.org/docs/memorias-pdf/memoria2010.pdf>
- Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos) (2012). *Memoria 2011*.  
<http://www.cedro.org/docs/memorias-pdf/memoria2011.pdf>
- Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos) (2013). *Memoria 2012*.  
<http://www.cedro.org/docs/memorias-pdf/memoria2012.pdf>
- CNC (Comisión Nacional de la Competencia) (2009). *Informe sobre la gestión colectiva de derechos de propiedad intelectual*.  
<http://goo.gl/gM3le2>
- Consejo de Estado (2013). *Dictamen 1064/2013* (Educación, Cultura y Deporte) sobre *Anteproyecto de ley de modificación del texto refundido de la Ley de propiedad intelectual, aprobado por Real decreto legislativo 1/1996, de 12 de abril, y de la Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento civil*.  
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=CE-D-2013-1064>
- CRUE (Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas) (2013). *Alegaciones al Anteproyecto de ley de modificación del texto refundido de la Ley de propiedad intelectual, aprobado por Real decreto legislativo 1/1996, de 12 de abril, y de la Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento civil*.  
<http://goo.gl/3JGACG>
- De-la-Cueva-González-Cotera, Javier** (2012a). "Innovación y conocimiento libre: cuestiones morales y políticas". *Isegoría. Revista de filosofía moral y política*, n. 48, pp. 51-74.  
<http://isegoria.revistas.csic.es/index.php/isegoria/article/view/810/809>  
<http://dx.doi.org/10.3989/isegoria.2013.048.03>
- De-la-Cueva-González-Cotera, Javier** (2012b). "Internet como entorno de la opinión pública: envolviendo los derechos fundamentales en derechos ordinarios". *Revista internacional de pensamiento político*, n. 7, pp. 93-115.  
<http://www.pensamientopolitico.org/Descargas/RIPP07093115.pdf>
- Dama (Derechos de Autor de Medios Audiovisuales) (2011). *Memoria e informe de gestión 2010*.  
[http://damautor.es/pdf/memoria\\_2010.pdf](http://damautor.es/pdf/memoria_2010.pdf)
- Dama (Derechos de Autor de Medios Audiovisuales) (2012). *Memoria e informe de gestión 2011*.  
<http://damautor.es/pdf/MEMORIA%20DAMA%202011.pdf>
- Dama (Derechos de Autor de Medios Audiovisuales) (2013). *Memoria e informe de gestión 2012*.  
<http://damautor.es/pdf/MEMORIA2012.pdf>
- España (1996). "Real decreto legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de propiedad intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia". *Boletín oficial del estado*, 22 de abril, n. 97, pp. 14.369-14.396.  
[https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1996-8930](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1996-8930)
- España (2011). "Real decreto-ley 20/2011, de 30 de diciembre, de medidas urgentes en materia presupuestaria, tributaria y financiera para la corrección del déficit público". *Boletín oficial del estado*, 30 de diciembre, n. 315, pp. 146.574-146.648.  
[https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2011-20638](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2011-20638)
- España (2012). "Real decreto 1657/2012, de 7 de diciembre, por el que se regula el procedimiento de pago de la com-

pensación equitativa por copia privada con cargo a los Presupuestos generales del Estado”. *Boletín oficial del estado*, 7 de diciembre, n. 295, pp. 84.141-84.148.

[http://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-14904](http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-14904)

España (2013). “Orden ECD/2128/2013, de 14 de noviembre, por la que se determina la cuantía de la compensación equitativa por copia privada correspondiente al ejercicio 2012 con cargo a los Presupuestos generales del Estado y su distribución entre las tres modalidades de reproducción referidas legalmente”. *Boletín oficial del estado*, 16 de noviembre, n. 275, pp. 91797-91799.

<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2013-12021>

**Ferrajoli, Luigi** (2010). *Derechos y garantías. La ley del más débil*. Madrid: Editorial Trotta. ISBN: 978 84 8164 285 8

**Gutiérrez, Bernardo** (2012). “Entrevista a Antonio Lafuente: Los hackers son los científicos de la nueva Ilustración”. *Código abierto*, 23 enero.

<http://goo.gl/cFB9XM>

**Lafuente, Antonio; Alonso, Andoni** (2011). *Ciencia expandida, naturaleza común y saber profano*. Bernal (Argentina): Universidad Nacional de Quilmes. ISBN: 978 987 558 212 5

**Lafuente, Antonio; Alonso, Andoni; Rodríguez, Joaquín** (2013). *¡Todos sabios! Ciencia ciudadana y conocimiento expandido*. Madrid: Cátedra, 2013. ISBN: 978 84 376 3071 7

Sgae (Sociedad General de Autores y Editores) (2010). *Informe de gestión y responsabilidad social corporativa 2009 de la SGAE*. [http://www.sgae.es/recursos/informes/IGRSC\\_SGAE\\_2009.pdf](http://www.sgae.es/recursos/informes/IGRSC_SGAE_2009.pdf)

Sgae (Sociedad General de Autores y Editores) (2011). *Informe de gestión y responsabilidad social corporativa 2010 de la SGAE*. [http://www.sgae.es/recursos/informes/memoria\\_2010/IGRSC\\_SGAE\\_2010op.pdf](http://www.sgae.es/recursos/informes/memoria_2010/IGRSC_SGAE_2010op.pdf)

Sgae (Sociedad General de Autores y Editores) (2012). *Informe*

*de gestión 2011*.

[http://www.sgae.es/recursos/Memoria\\_2011/Informe\\_de\\_gestion\\_SGAE\\_2011.pdf](http://www.sgae.es/recursos/Memoria_2011/Informe_de_gestion_SGAE_2011.pdf)

Sgae (Sociedad General de Autores y Editores) (2013). *Informe de gestión 2012*.

[http://www.sgae.es/recursos/Memoria\\_2012/gestion.html](http://www.sgae.es/recursos/Memoria_2012/gestion.html)

Tribunal de Justicia de la Unión Europea (2010). *Caso Padawan (C-467/08). Sentencia de 21 de octubre de 2010*.

Unión Europea (2001). “Directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en la sociedad de la información”. *Diario oficial de la Unión Europea L 167*, 22 de junio, pp. 10-19.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2001:167:0010:0019:ES:PDF>

Vegap (Visual, Entidad de Gestión de Artistas Plásticos) (2010). *Memoria 2009*.

<http://www.vegap.es/Info/Documentos/MEMORIAS-VEGAP/memoria-vegap-2009.pdf>

Vegap (Visual, Entidad de Gestión de Artistas Plásticos) (2011). *Memoria 2010*.

<http://www.vegap.es/Info/Documentos/MEMORIAS-VEGAP/memoria-vegap-2010.pdf>

Vegap (Visual, Entidad de Gestión de Artistas Plásticos) (2012). *Memoria 2011*.

<http://www.vegap.es/Info/Documentos/MEMORIAS-VEGAP/memoria-vegap-2011.pdf>

Vegap (Visual, Entidad de Gestión de Artistas Plásticos) (2013). *Memoria 2012*.

<http://www.vegap.es/Info/Documentos/MEMORIAS-VEGAP/memoria-vegap-2012.pdf>

## Próximos temas centrales

Mayo 2014	Visualización de información
Julio 2014	Altmétricas
Septiembre 2014	Humanidades digitales
Noviembre 2014	Big data y analítica web
Enero 2015	Marketing de productos de información
Marzo 2015	Web semántica
Mayo 2015	Privacidad y seguridad de información

Los interesados por favor consulten detenidamente las Normas para autores:

<http://www.elprofesionaldeinformacion.com/autores.html>

y luego envíen sus artículos a través del gestor de manuscritos OJS de la plataforma del Recyt:

<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/index>





# POLÍTICAS UNIVERSITARIAS DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LA PROPIA WEB INSTITUCIONAL



**Mario Pérez-Montoro**



**Mario Pérez-Montoro** es doctor en filosofía y ciencias de la educación por la *Universidad de Barcelona (UB)* y máster en organización de sistemas de documentación en la empresa por la *Universidad Politécnica de Cataluña*. Ha realizado estudios de postgrado en el *Istituto di Discipline della Comunicazione* de la *Università di Bologna* (Italia) y ha sido profesor visitante en el *Center for the Study of Language and Information (CSLI)* de la *Stanford University*, California, EUA, y en la *School of Information* de la *UC Berkeley*, California. Es profesor de la *Facultad de Biblioteconomía y Documentación* de la *UB*. Su investigación se centra en el ámbito de la arquitectura y la visualización de la información. Es autor del libro *Arquitectura de la información en entornos web* (Trea, 2010). <http://orcid.org/0000-0003-2426-8119>

*Universitat de Barcelona, Departament de Biblioteconomia i Documentació  
Melcior de Palau, 140. 08014 Barcelona, España  
perez-montoro@ub.edu*

## Resumen

La difusión de la información se ha convertido en uno de los elementos críticos en los planes estratégicos de las instituciones universitarias. Inquietadas por su posición en los rankings internacionales que evalúan este tipo de instituciones, las universidades comienzan a preocuparse también por sus estrategias de difusión de información y sus webs institucionales. En este trabajo se abordan las funciones principales de las webs universitarias; el proceso de análisis, diseño e implementación en la creación de este tipo de sitios webs; los elementos mínimos que deben incluirse en una guía de estilo de web universitaria; y algunos de los principales estándares y referencias nacionales e internacionales de ese tipo de guías.

## Palabras clave

Difusión de la información, Web universitaria, Guía de estilo web, Arquitectura de la información, Usabilidad, Accesibilidad, Universidad.

**Title: University policies on information dissemination through their institutional websites**

## Abstract

Information dissemination has become a critical element of universities' strategic plans. Concerned about their position in the international rankings that evaluate this kind of institutions, universities also begin to worry about their information dissemination strategies and their institutional websites. This article addresses the main functions of the university website; the process of analysis, design and implementation in the production of this kind of websites; the minimum elements to be included in a university web style guide; and some key national and international style guide standards and references.

## Keywords

Information dissemination, University web site, Web site style guidelines, Information architecture, Usability, Accessibly, University.

**Pérez-Montoro, Mario** (2014). "Políticas universitarias de difusión de la información a través de la propia web institucional". *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 23, n. 2, pp. 190-194.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.12>

## 1. Introducción

La difusión de la información se ha convertido en uno de los elementos críticos en los planes estratégicos de las instituciones universitarias.

Inquietadas por su posición en los rankings internacionales que evalúan este tipo de instituciones, las universidades co-

mienzan a preocuparse también por sus estrategias de difusión de información a través de sus webs institucionales. Y se preocupan por esa difusión junto a otros indicadores de calidad más clásicos como el grado de integración laboral de sus egresados, el número de doctores integrados en sus plantillas de profesorado o el volumen y la calidad de la producción científica de sus investigadores.

Artículo recibido el 15-02-2014  
Aceptación definitiva: 28-02-2014

En este trabajo se abordan las funciones principales de las webs universitarias; el proceso de análisis, diseño e implementación en la creación de este tipo de sitios webs; los elementos mínimos que deben incluirse en una guía de estilo de web universitarias; y algunos de los principales estándares y referencias nacionales e internacionales de ese tipo de guías.

## 2. Funciones de la web institucional

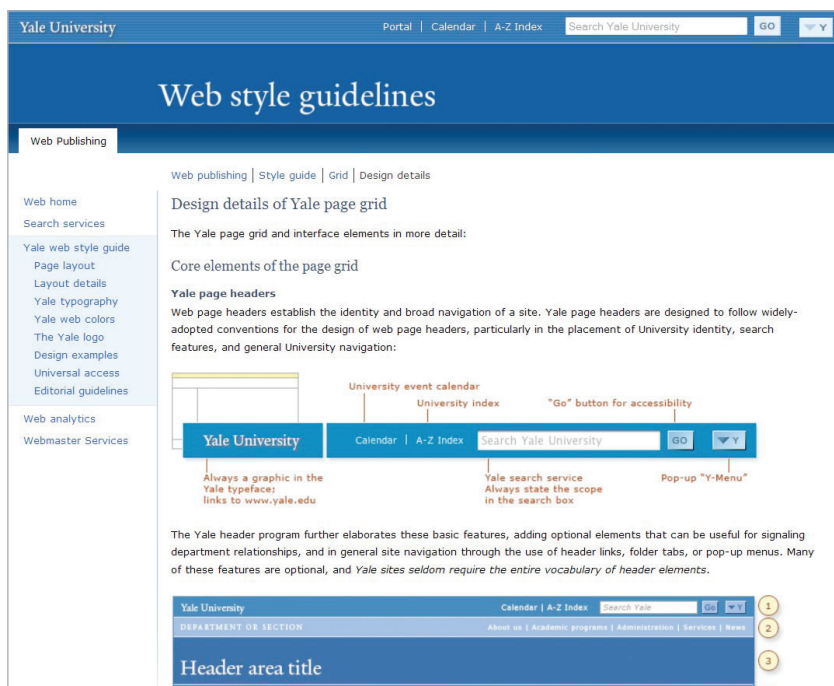
En términos generales, la función principal de la web institucional de una universidad es la difusión de la información relacionada y generada en esa organización. Es posible desdoblar ese objetivo general en tres funciones básicas: comunicación, suministro de servicios y gestión del conocimiento.

La web institucional se presenta como el medio de comunicación entre los equipos directivos institucionales y la comunidad (estudiantes, profesorado y personal de administración) universitaria. En esta línea, en la web se ofrece desde la misión, historia y las cifras de la universidad, hasta su organización, titulaciones y edificios que la conforman. Por otro lado, a través de la web se suministran online también algunos de los principales servicios universitarios. Entre ellos destacan, por ejemplo, el campus virtual (para la implementación del modelo *blended* o híbrido (presencial con enriquecimiento virtual de enseñanza-aprendizaje), los servicios (biblioteca, derechos de autor o formación de usuarios, entre otros) relacionados con el crai (centro de recursos para el aprendizaje y la investigación) o el repositorio institucional, que difunde una parte importante de los documentos derivados de la actividad docente y la investigación. Por último, la web institucional contribuye a la gestión del conocimiento interno de la universidad (Davenport; Probst, 2002). Esa gestión se realiza a través de, entre otros, la intranet institucional o departamental, los espacios para la gestión de la investigación o el sistema de gestión del currículum de los docentes que permite la difusión y evaluación de la docencia y la investigación de sus profesores.

## 3. Diseño

Los cambios metodológicos introducidos en los últimos años dentro de la disciplina del diseño web recomiendan planificar e implementar un sitio web a partir de la realización de una serie de estudios de sus usuarios tipo. Este proceso acostumbra a desarrollarse a lo largo de tres fases diferenciadas: fase de análisis, fase de diseño y fase de implementación (Pérez-Montoro, 2010).

En la fase de análisis se hacen estudios a sus usuarios tipo para identificar las necesidades y los requerimientos informativos que va a cubrir el sitio web. En la fase de diseño se propone la estructura arquitectónica de la web a partir de esas necesidades y requerimientos identificados. Por úl-



<http://www.yale.edu/web/styleguide/layout/key-elements.html>

timo, la web se implementa y se somete a una serie de tests y pruebas que permitan comprobar que se han cubierto dichas necesidades y requerimientos.

En el caso de una web universitaria, el resultado de este proceso es un sitio institucional con una clara estructura arquitectónica. Por un lado, suele presentar un sistema de organización por audiencia (Morville; Rosenfeld, 2006) orientado a cinco tipos de usuarios: estudiantes en prospectiva, profesorado, investigadores, estudiantes y personal de administración. Por otro, se incluye un sistema de navegación constante, completado con otro local y otro contextual, que permite la exploración orientada de los principales contenidos incluidos en el sitio. También se incorpora un sistema de etiquetado sintonizado con esos cinco tipos de usuarios y un sistema de búsqueda que permite la recuperación de contenidos a partir de su indización. El diseño de la web se suele completar sometiéndola a análisis heurísticos<sup>1</sup> de usabilidad y, como toda web institucional, introduciendo los cambios necesarios para que cumpla los estándares de accesibilidad que facilitan su uso por parte de visitantes con algún tipo de discapacidad.

“ En la web de la universidad se ofrece su misión, historia, cifras, organización, titulaciones, edificios...”

## 4. Guía de estilo web

El proceso de diseño e implementación culmina con la redacción de la guía de estilo. El objetivo principal de este documento es recoger todos los aspectos y requisitos relacionados con la arquitectura, usabilidad y accesibilidad del sitio incluidos en su diseño para que los encargados de im-



<https://www.uttyler.edu/web/ou/training/styleguide.php>

Sin embargo, en la guía de una web universitaria se deben incluir también otros elementos visuales y de estilo imprescindibles para la correcta y consistente implementación, actualización y ampliación futura.

En esta línea, es necesario recoger todos los elementos visuales relacionados con la imagen de marca institucional. Así, se debe ofrecer una galería de los diferentes logos y elementos de *branding* (en sus diferentes tamaños) de la universidad. Relacionado con esto, se debe describir también el tema del color y su uso tipográfico para cada uno de los tipos de contenido, y establecer la clase de cabecera, banners y titulares que se utilizarán.

Los aspectos visuales y estructurales de los elementos multimedia deben ser recogidos. Se debe presentar una guía de estilo, tamaños y proporciones de las fotografías que se puedan incorporar, sin descuidar la inclusión del vocabulario o galería de iconos de visualización (archivo, correo electrónico, enlace, carpeta, etc.) que se pueden utilizar. En la misma línea, se deben ofrecer las instrucciones sobre el uso, proporción, estilo y tecnologías utilizadas en la incorporación de gráficos y vídeos.

plementar y mantener la web puedan hacerla evolucionar en un futuro respetando esos aspectos y garantizando así su correcto funcionamiento (Lynch; Horton, 2009).

No existe un único estándar aceptado a la hora de redactar y estructurar una guía de estilo web. Pero en el caso de las webs universitarias, es posible identificar unas recomendaciones y elementos mínimos que deben ser incluidos en un documento de este tipo para dotarlo de funcionalidad.

En este sentido, el documento debe recoger los objetivos comunicativos que se persiguen, dejando clara la tipología de sus usuarios y sus necesidades informativas. También debe describir la organización de sus contenidos, sus metadatos, y cuál es el proceso que debe seguirse en caso de la incorporación de nuevos contenidos e información. Debe incluirse también el ciclo de vida de sus contenidos, mostrando el papel y responsabilidades de todos los actores implicados en ese ciclo de vida. Se deben incorporar los libros de laboratorio derivados del proceso de análisis, diseño e implementación del sitio web, donde se recoja con detalles las acciones y decisiones tomadas a lo largo de todo ese proceso. El documento se completa con una biblioteca de los prototipos utilizados en el diseño (*blueprints* y *wireframes*), el repositorio de plantillas (*cascading style sheets*, CSS) descargables de cada uno de los modelos de contenido que conforman el sitio y la relación de todos los tests y pruebas realizadas a los usuarios involucrados en el proceso de desarrollo.

El texto incluido reclama también un tratamiento especial en la guía de estilo de una web universitaria. En ese sentido, la guía debe ofrecer un repositorio donde se muestren las tipografías y elementos textuales que se pueden utilizar en la creación de cada tipo de contenido. El tratamiento de los elementos textuales se completa ofreciendo las normas de creación de hipertextos (características tipográficas y de diseño de los literales), las parrilla de espaciados y distribución de unidades de contenido en cada tipo de página y la guía de estilo de las tablas que eventualmente se puedan incorporar al sitio web.

“ El diseño de la web se suele completar sometiéndola a análisis heurísticos de usabilidad ”

No podemos acabar de abordar los elementos mínimos que debe incluir la guía de estilo de una web universitaria sin recomendar dos cosas importantes. Por un lado, en la misma se deben recoger tanto ejemplos de buenas como de malas prácticas (errores a evitar) respecto a esos elementos tratados. Y, por otro, esta guía debe ser descargable (como una única unidad) desde la propia web universitaria para que pueda ser utilizada por los encargados de la actualización y desarrollo del sitio web.



## 5. Estándares y referencias

Existe un larga lista de guías de estilo y directrices para el desarrollo de una página web universitaria, aunque sólo unas pocas son reconocidas como estándares y referencias por parte de los diseñadores. Destacan dos grandes grupos:

- las guías de webs gubernamentales;
- las de ciertas universidades de prestigio.

Las principales guías gubernamentales de referencia son anglosajonas. Concretamente, resaltan las que ofrece tanto el gobierno norteamericano (*Usability.gov*) como el británico (*Guidelines for UK Government websites*). Aunque existen guías de estilo ofrecidas también por otros países, como, por ejemplo, *Web standards* (New Zealand), *Tasmanian Government web usability guidelines* (Tasmania), *Swedish national guidelines for public sector websites* (Suecia) o *Elmer* (Noruega), entre otros. En el contexto latino y peninsular citaremos la *Guía web de Chile*, la *Guía de usos y estilo en las redes sociales del Gobierno Vasco* o la *Guía de usos y estilo de la Generalidad de Cataluña*.

Todas estas guías muestran una estructura muy similar. Ofrecen una serie de heurísticos de arquitectura de la información, usabilidad y accesibilidad, apoyados en evidencias y bibliografía científica, y un código de buenas y malas prácticas.

En el caso de las guías de estilo web universitarias, las más reconocidas se corresponden con instituciones académicas de prestigio como *Yale University*, *Carnegie Mellon University*, *University of Texas* o *Columbia University*. En el contexto nacional, muchas universidades españolas (*Universidad del País Vasco*, *Universidad de Málaga*, *Universidad de Murcia* o *Universidad de Cádiz*, entre otras) ofrecen también sus guías de estilo web.

Al igual que en el caso de las gubernamentales, estas guías comparten un patrón estructural muy similar. En ellas se ofrecen los principales elementos arquitectónicos, de usabilidad y de accesibilidad de las páginas, junto a una descripción exhaustiva de los atributos visuales (imagen de marca institucional, cabeceras, banners, titulares y elementos multimedia y textuales, entre otros) que conforman los contenidos del sitio.

Brand Identity Guide
SEND A REQUEST +

**Branding Guidelines**

UTSA's Brand +

**Visual Style Guide** -

- » University Name
- » Seal
- » Roadrunner Graphic
- » Logo Elements
- » Logo Configurations
- » Academic Subbrand +
- » Administrative Subbrand Logo
- » Institutes and Centers
- » Athletics
- » Alumni Association
- » Giving Societies
- » Logo Placement and Boundary
- » Do Not's
- » Colors
- » Reverse Out
- » Typeface

**Brand Applications** +

**Social Media Guidelines** +

**Writing Style Guidelines**

**Licensing and Trademarks** +

Download UTSA logos and wordmarks

UTSA's Brand Identity Guide

Order UTSA Cards, Stationery, Envelopes

**VISUAL STYLE GUIDE**

### Colors

Blue and orange are the official colors of the university. Our colors are a distinguishing feature of our identity.

PMS 289

HEX match:  
002244

CMYK:  
100, 76, 10, 65

RGB:  
0, 34, 68

PMS 1665

HEX match:  
f47321

CMYK:  
0, 80, 100, 0

RGB:  
244, 115, 33

When reproduced in color, the wordmark should always appear in UTSA's signature color, blue (PMS 289). A secondary, allowed use is orange (PMS 1665). No other color is acceptable, with the exception of all black for use on faxes, memos and in newspapers, and all white on dark backgrounds.

Whenever possible, the logo should appear in blue. It should never be represented in any colors other than UTSA colors.

Whenever possible, use blue and orange together, or blue and white together. The combination of orange and white can be confused for The University of Texas at Austin and should be avoided.

When reproducing UTSA colors, insist upon accurate color matching to UTSA's PMS colors. For assistance, contact University Communications and Marketing.

---

**Secondary Colors**

Bright orange can be a challenging color to work with; a suggested complementary color palette is shown with the corresponding color codes. These colors should only be utilized as accent colors.

For best results, contact University Communications and Marketing to receive help selecting a few colors from this palette.

PMS 536

CMYK 34 18 2 7

Hex #A4B3C9

RGB 164 179 201

PMS 100

CMYK 0 0 58 0

Hex #F3EC7A

RGB 243 236 122

PMS 442

CMYK 23 7 12 18

Hex #A4B7B8

RGB 169 178 177

<http://utsa.edu/identity/visual-style/colors.html>

### Nota

1. El análisis heurístico ayuda a identificar problemas de usabilidad en el diseño de interfaces de usuario. Los evaluadores examinan la interfaz y juzgan su conformidad con los principios de usabilidad reconocidos. En general, los análisis heurísticos permiten determinar la susceptibilidad de un sistema hacia una amenaza particular o riesgo utilizando reglas de decisión y métodos de evaluación establecidos previamente. Se contraponen al análisis estadístico, que se basa en datos y estadísticas reales.

### 5. Bibliografía

Carnegie Mellon University. Marketing Communications. *Web guidelines*.

<http://www.cmu.edu/marcom/brand-guidelines/print-web-products/web/index.html>

Columbia University. *Web & identity guidelines*.

<http://www.columbia.edu/content/web-identity-guidelines.html>

Davenport, Thomas; Probst, Gilbert (eds.) (2002). *Knowledge management case book*. Munich: Verlag-Wiley.

Department of Premier and Cabinet. Office of eGovernment (State of Tasmania) (2012). *Tasmanian Government web usability guidelines: version 1.4a*. Hobart.

[http://www.egovernment.tas.gov.au/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0008/78254/Web\\_Usability\\_Guidelines\\_V1.4a\\_July\\_2012.pdf](http://www.egovernment.tas.gov.au/__data/assets/pdf_file/0008/78254/Web_Usability_Guidelines_V1.4a_July_2012.pdf)

Generalitat de Catalunya. Departament de la Presidència (2010). Direcció General d'Atenció Ciutadana. *Guia d'usos i estil a les xarxes socials de la Generalitat de Catalunya*. [http://www.gencat.cat/xarxessocials/pdf/v1\\_guia\\_usos\\_xarxa\\_cat.pdf](http://www.gencat.cat/xarxessocials/pdf/v1_guia_usos_xarxa_cat.pdf)

Gobierno de Chile. *Guía web*. <http://www.guiadigital.gob.cl/guia-web>

Gobierno Vasco. Presidencia (2011). *Guía de usos y estilo en las redes sociales del Gobierno Vasco*. Vitoria: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. <http://goo.gl/lqhHfF>

Government Chief Information Officer (2013). *Web publishing*. New Zealand Government. <http://ict.govt.nz/guidance-and-resources/standards-compliance/web-publishing>

Lynch, Patrick J.; Horton, Sarah (2009). *Web style guide: Basic design principles for creating web sites*. New Haven (CT): Yale University Press.

Norwegian Ministry of Trade and Industry (2006). *Elmer 2: user interface guidelines for governmental forms on the Internet*. <http://www.brreg.no/eer/elmer2-english.pdf>

Morville, Peter; Rosenfeld, Louis (2006). *Information architecture for the World Wide Web*. Sebastopol (CA): O'Reilly Media Inc.

Pérez-Montoro, Mario (2010). *Arquitectura de la información en entornos web*. Gijón: Trea.

The University of Texas at Austin. University Communications. *Web publishing guidelines*. <http://www.utexas.edu/brand-guidelines/web-guidelines>

U.S. Department of Health and Human Services. Digital Communications Division (2014). *Usability.gov: improving the user experience*. Washington, D.C: U.S. Department of Health and Human Services. <http://www.usability.gov>

UK Government (2008). *Web guidelines*. <http://goo.gl/PwH3wu>

Universidad de Cádiz. Gabinete de Comunicación y Marketing (2010). *Guía de estilo del portal UCA*. Cádiz. [http://www.uca.es/recursos/doc/Unidades/Gab\\_Com\\_Mark/465200059\\_19420109123.pdf](http://www.uca.es/recursos/doc/Unidades/Gab_Com_Mark/465200059_19420109123.pdf)

Universidad de Málaga. *Manual de estilo web 2.0*. [http://www.uma.es/media/files/GUIA\\_WEB.pdf](http://www.uma.es/media/files/GUIA_WEB.pdf)

Universidad de Murcia. *Guía de estilo del web de la Universidad de Murcia*. <http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/vigilancia/guia-estilo-web.pdf>

Universidad Politécnica de Valencia. Área de Sistemas de la Información y las Comunicaciones. *Manual de estilos centros/servicios: guía de uso general para maquetación web*. [http://www.upv.es/entidades/ASIC/menu\\_urlc.html?/entidades/ASIC/manuales/guia\\_estilos\\_upv.pdf](http://www.upv.es/entidades/ASIC/menu_urlc.html?/entidades/ASIC/manuales/guia_estilos_upv.pdf)

Verva - Swedish Administrative Development Agency (2008). *Swedish national guidelines for public sector websites*. <http://arkiv.edelegationen.se/verva/upload/english/swedish-guidelines-public-sector-websites.pdf>

Yale University (2012). *Yale web style guide*. <http://www.yale.edu/web/styleguide>

## Anuario ThinkEPI 2013



**272 páginas de análisis de tendencias en información, documentación y comunicación**

**Formulario de compra:**

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/suscripciones.php>

**Información y pedidos:**

Isabel Olea  
[epi.iolea@gmail.com](mailto:epi.iolea@gmail.com)  
+34 608 491 521



# CATALOGACIÓN DE DOCUMENTOS CARTOGRÁFICOS EN RDA



**Eva Novotná**



**Eva Novotná** es master y doctora por el *Instituto de de Biblioteconomía y Estudios de Información* en la *Universidad Carolina (Cuni)* de Praga, República Checa, y master del *Programa de Formación para Profesores de Secundaria Superior en Estudios Religiosos* por la *Facultad de Teología Católica* en la *Cuni*, en Praga. Ha trabajado durante varios años como directora de bibliotecas especializadas. Ha llevado a cabo varios proyectos sobre autoridades y bibliografías, como por ejemplo las *Autoridades de nombres cristianos de Bohemia*, y la *Bibliografía geográfica checa online*, con 180.000 registros y 30.000 textos completos. Desde 2011 es directora de la *Colección de Mapas de la Facultad de Ciencias, Cuni*, y co-directora del proyecto *Tecnología para procesar las colecciones de mapas de la República Checa*. En éste, se ha encargado de catalogar los documentos cartográficos, preparar metodologías de las RDA, digitalizar, metadatos y acceso a los documentos cartográficos. Es autora de artículos, exposiciones, catálogos y libros.  
<http://orcid.org/0000-0001-9973-2532>

*Geographical Library, Faculty of Science, Charles University  
Albertov, 6. 12843 Praha 2, República Checa  
eva.novotna@natur.cuni.cz*

## Resumen

Se muestran las reglas de catalogación RDA (*Resource description and access*) que parten del modelo conceptual de FRBR y FRAD, describiendo las entidades básicas como la obra, su expresión, realización, unidad, atributos y relaciones o contexto. Se explica la estructura de RDA y los cambios fundamentales de las reglas existentes AACR, con respecto a la nueva terminología y modelo de catalogación, tratándose en concreto de la regla de tres autores, supresión de siglas, anotaciones de números y de errores y uso de corchetes. Se informa sobre los nuevos campos de MARC 21 para los datos editoriales 264 así como sobre el campo 3XX para el tipo de contenido, medio y portador de datos. Nos centramos en el problema de cómo aplicar estas modificaciones en los documentos cartográficos, especialmente en lo que se refiere a los campos de datos matemáticos 255 destinados a escalas, visualizaciones cartográficas y coordenadas, así como los determinados para la descripción física, citando posibilidades de uso. Un papel fundamental en el desarrollo de las RDA y formación de catalogadores lo desempeña el grupo especializado en documentos cartográficos *Magirt* (ALA). Las reglas son lo suficientemente flexibles como para que puedan servir tanto a catalogadores como a agencias que se dedican a la catalogación, por lo cual será necesario interpretarlas en función de las costumbres que tiene cada país en su sistema de catalogación. Las RDA ya han sido traducida a las lenguas más importantes del mundo.

## Palabras clave

*Functional requirements for bibliographic records, FRBR, Resource description and access, RDA, Anglo-American cataloguing rules (AACR2), Catalogación, Documentos cartográficos, Mapas, Estándares, Normas, Reglas, Descripción, Metadatos, Ejemplos.*

**Title: Cataloging cartographic documents with RDA**

## Abstract

The article discusses new RDA (Resource description and access) cataloguing rules, which are based on the FRBR and FRAD conceptual model. The basic entities (work, expression, manifestation and item), as well as their attributes and relationships are described, and RDA structure and substantial changes from existing AACR2 rules explained. New terminology, new cataloguing models, and specifically "the rule of three" are included, no abbreviations, annotations of numbers and errors, and use of square brackets. New MARC 21 fields are explained: the 264 field for publisher data and the 3XX field for content, media and carrier types. The paper addresses the application of these changes in cartographic documents, especially in the 255 field for mathematical data elements, containing a sub-field for scale, cartographic projections and coordinates, and in the physical description field, including record samples. The essential role in the RDA development and training of cataloguers for cartographic documents is carried out by an expert group called *Magirt* (ALA). The rules offer freedom of application for cataloguers and cataloguing agencies; therefore, their interpretation is required, taking into account national cataloguing conventions. The instructions have already been translated into the major world languages.

Artículo recibido el 22-09-2013  
Aceptación definitiva: 30-01-2014



## Keywords

Functional requirements for bibliographic records, FRBR, Resource description and access, RDA, Anglo-American cataloguing rules (AACR2), Cataloging, Cartographic documents, Maps, Standards, Rules, Document description, Metadata, Examples.

**Novotná, Eva** (2014). "Catalogación de documentos cartográficos en RDA". *El profesional de la información*, marzo-abril, v. 23, n. 2, pp. 195-203.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.mar.12>

## 1. Introducción

Las instrucciones RDA (*Resource description and access*) creadas por el *Joint Steering Committee (JSC) for Anglo-American Cataloguing Rules*, son una nueva y unificada normativa de catalogación, que, a su vez, reemplazan a las AACR2 usadas en la actualidad (*Anglo-American Cataloguing Rules*, 2010). Entre las organizaciones participantes en el JSC están, entre otras: *American Library Association (ALA)*, *Australian Committee on Cataloguing (ACOC)*, *British Library (BL)*, *Canadian Committee on Cataloguing (CCC)*, *Chartered Institute of Library and Information Professionals (CILIP)* y *Library of Congress (LC)*.

Una vez transcurrido el período de prueba, las reglas RDA fueron implementadas en marzo de 2013 en la *Library of Congress*, así como en las bibliotecas nacionales de Canadá, Australia, Gran Bretaña y Alemania. Además, se están llevando a cabo de forma gradual cambios en los registros contenidos en el catálogo mundial OCLC (*Online Computer Library Center*) (**Whitacre; Fujikawa**, 2013). En el actual ambiente de catalogación compartida es muy probable que también catalogadores de otros países empiecen a crear registros con las RDA<sup>1</sup>, ya que las mismas han sido traducidas ya al chino, francés, alemán y español (ALA, 2010).

El presente artículo se basa en los *Requisitos funcionales de los registros bibliográficos* (FRBR) que desarrollan el modelo conceptual de entidades, atributos y relaciones, de los cuales parten las nuevas instrucciones de catalogación (**Celbová**, 2001). La obra en cuestión ha sido publicada en forma impresa en 2010 (ALA, 2010), y desde entonces está siendo sometida a constantes revisiones. ALA publica en la web *RDA Toolkit* (2013) tanto las reglas como sus actualizaciones y ejemplos de cómo usarlas. Otra fuente importante de información sobre RDA es el propio JSC (2013). Las autoras **Anne Welsh** y **Sue Batley** publicaron en 2012 el libro *Practical cataloguing: AACR, RDA and MARC 21* (**Welsh; Batley**, 2012), en el cual acercan al usuario la filosofía básica de la catalogación, los estándares catalográficos, así como los procesos FRBR, citando múltiples ejemplos de catalogación tanto en AACR como RDA, e incluyendo la portada de cada uno de los documentos descritos.

Desgraciadamente, la información relativa a documentos cartográficos es muy escasa. Los materiales citados a continuación, procedentes de cursos de formación, han sido de gran utilidad:

- *Back to the basics. An Alcts pre-conference* presentado en la conferencia ALA de 2013, por la *Association for Library Collections & Technical Services*, en Chicago.
- **Chris Oliver** en su presentación *Understanding RDA: a*

*guide to some basic concepts* explicó de forma clara y concisa las bases de FRBR y FRAD, que representan el modelo conceptual del cual parte RDA (2013b).

- Otro trabajo del mismo autor *RDA: Highlights of descriptive changes* está dedicado a cambios emprendidos en las descripciones RDA (**Oliver**, 2013).
- **Luiz Mendes** impartió una ponencia acerca de los cambios que se están operando en los puntos de acceso (2013).
- Mucho interés suscitó también la exposición *View from the utilities* a cargo de las autoras **Cynthia Whitacre** y **Georgia Fujikawa** (2013) cuyos objetivos fueron los intercambios y las posibilidades de colaboración entre bibliotecas, así como el planning de actualizaciones de RDA a realizar en el catálogo de OCLC.

Para este artículo la autora ha utilizado también materiales recogidos en cursos de formación y sesiones de trabajo:

- Del grupo ALA sobre el tratamiento de documentos cartográficos *Magirt (Map and Geospatial Information Round Table)* (2013), cuyos integrantes elaboran métodos de catalogación de documentos cartográficos en RDA.
- Webinars que ALA ofrece con regularidad, dedicados tanto a los postulados básicos de RDA, como a tipos de documentos específicos.
- Webinar de **Paige G. Andrew** *RDA and cartographic materials: mapping and new route* (2011), dedicado a los cambios generales que han experimentado las reglas, uso de nuevos campos 3XX e impacto que dichos procesos han tenido sobre la catalogación de documentos cartográficos.
- El mismo autor, junto con **Susan Moore**, organizó en el marco de la conferencia en Chicago, otro curso formativo denominado *Maps the RDA way* (**Andrew; Moore**, 2013), en el cual desarrollaba más a fondo su ponencia dada en 2011, centrándose en primer lugar en los cambios de RDA en documentos cartográficos. Describieron los nuevos campos brindando múltiples ejemplos y ejercicios concretos sobre la materia.
- Otro webinar, además de responder a las preguntas planteadas por los participantes del seminario, fue enfocado a cuestiones específicas, como la del uso del campo 264, catalogación de fotocopias, aplicación de corchetes y posibilidades de los signos de puntuación ISBD (**Andrew; Moore**, 2013).
- Ponencia dedicada especialmente a los documentos cartográficos a cargo de **Katherine Rankin** y **Mary-Lynette Larsgaard** (2012).

La autora expresa un especial agradecimiento a **Susan Moore** por haber respondido por vía mail de forma abnegada a todas sus preguntas.

## 2. Adaptación del catálogo al sistema FRBR

La estructura teórica de RDA parte de los modelos conceptuales FRBR (*Functional requirements for bibliographic records*, 1998, 2001) y FRAD (*Functional requirements for authority data*, 2009). Ambos modelos se desarrollaron bajo los auspicios de IFLA (*International Federation of Library Associations and Institutions*) (Oliver, 2013). Tales modelos se basan en las relaciones entre entidades y analizan los datos bibliográficos y los de autoridad desde el punto de vista del usuario, es decir en función de la forma en que serán utilizados. Mientras que las reglas AACR2 estaban ordenadas en función de los tipos de documentos, RDA no hace distinción entre ellos, tomando en consideración únicamente el hecho de si la entidad a catalogar es una obra (*work*), expresión (*expression*), manifestación (*manifestation*) o ítem (*item*). Los FRBR fueron publicados por primera vez en 1998 (Celbová, 2001). Examinan la concepción intelectual de la obra, el concepto del libro así como las relaciones de cara a las copias de la obra que están en otras bibliotecas. Las relaciones son lo que debe representar el componente fundamental de cada catálogo. El cometido del catalogador no consiste sólo en describir la obra que está en sus manos, sino también en registrar las relaciones que la misma tiene dentro del universo bibliográfico. Su trabajo no termina con anotar el nombre del autor y el año en que fue publicado el libro; además de ello debe apuntar todos los datos que pudieran resultar de utilidad para el usuario final. Los FRBR dan testimonio del hecho de que cada objeto tiene forma, contenido y complejas relaciones de las distintas versiones entre sí (Wels; Batley, 2012).

Los requisitos funcionales básicos para registros bibliográficos se definen según las necesidades que tiene el usuario. Éste quiere: 1. Encontrar una entidad (investigación), 2. Identificar una entidad (pertinencia), 3. Seleccionar una entidad (búsqueda), 4. Acceder (obtener el texto completo online o pedirlo prestado).

Los requerimientos básicos del modelo FRAD son similares: 1. Encontrar una entidad, 2. Identificarla, 3. Explicar relaciones o contexto, 4. Autorizar (comprender) (Oliver, 2013).

### 2.1. Elementos básicos del modelo: entidades, atributos y relaciones

Las entidades bibliográficas se dividen en tres grupos:

1. Creaciones fruto de una actividad intelectual o artística: obra, expresión, manifestación, ítem. Para las cuatro entidades se usa también la sigla WEMI (Rankin; Larsgaard, 2012).
2. Entidades que responden por el contenido intelectual y artístico, producción, distribución o administración: persona (*person*), corporación (*corporate body*).
3. Entidades complementarias como objetos de una actividad intelectual o artística: concepto (*concept*), objeto (*object*), evento (*event*), lugar (*place*) (Celbová, 2001).

Las relaciones primarias dentro del primer grupo se dividen en tres:

- a. obra realizada mediante
- b. expresión materializada en
- c. manifestación ejemplificada por un ítem (Wels; Batley, 2012).

Como ejemplo del primer grupo nos podemos servir del conocido atlas de Abraham Ortelius *Theatrum orbis terrarum* (1584). La obra como idea fue realizada por medio de la expresión del texto original en neerlandés, y fue escrito y materializado en la manifestación publicada por el editor Abraham Ortelius en Amberes, en 1584. El ejemplar se encuentra en la colección de mapas de la *Facultad de Ciencias Naturales* de la *Univerzita Karlova*, código 3233299719.

### 2.2. Entidades del segundo y tercer grupo

La responsabilidad del contenido intelectual y artístico, la de la producción física, y la de la divulgación o administración de entidades del primer grupo se expresan con las entidades del segundo. Se trata de personas (creadores, cartógrafos, editores, etc.), familias (propietarios, narradores, etc.) y corporaciones (editores, editores literarios, etc.) que además pueden ser objeto de la obra.



Figura 1. Atlas de Abraham Ortelius *Theatrum orbis terrarum*. Amberes, 1584.



Las relaciones de responsabilidad están vinculadas con el primer grupo, es decir, con la obra creada por personas, familias y corporaciones, con la expresión que realizan, con la manifestación que producen, y finalmente con el ítem que poseen.

Los objetos de la obra vienen expresados en el tercer grupo en forma de concepto, objeto, acción y lugar. El concepto es una idea abstracta que designa el objetivo de la obra. Cada obra puede tener varios conceptos. El objeto es el objeto material de la obra, por ejemplo un teodolito o una torre de observación (Oliver, 2013).

Tabla 1. Registro bibliográfico en formato MARC y FRBR para documentos cartográficos (según Steven J. Miller) (Rankin; Larsgaard, 2012).

1XX/240	= obra, expresión
245-260, 490	= manifestación
255 \$a	= expresión, \$b = obra, \$c = obra (Moore, 2013)
300	= expresión, manifestación
otro 33X	= obra, expresión, manifestación
5XX	= obra, expresión, manifestación
700-730	= obra, expresión
760-787	= obra, expresión, manifestación
8XX	= obra, expresión y manifestación

### 2.3. Atributos

Los usuarios utilizan atributos para encontrar determinadas entidades que bien forman parte de la entidad en cuestión, o bien se pueden obtener desde fuera. Por ejemplo, en la entidad de obra registramos nombre, forma, coordenadas, equinoccio, etc. En la entidad de expresión registramos forma, idioma, escala, proyección cartográfica, técnica de visualización, interpretación del relieve, mediciones geodésicas, verticales y de coordenadas, etc. Entre los atributos de la entidad de manifestación cuentan los datos referentes a la responsabilidad, edición, lugar de publicación, forma del portador etc. Atributos del ítem: identificador de ítem (código de barras), su origen y estado, restricción del acceso al ítem, etc. (Celbová, 2001). En el caso de persona, los atributos del segundo grupo engloban, entre otros, nombre, fechas, título y otras designaciones de la persona. En cuanto a la corporación, los atributos, pueden ser lugar, fecha, número, historia de la corporación. Los atributos de familia abarcan el tipo, fecha, lugar relacionado con la misma, historia, etc. (Oliver, 2013).

### 2.4. Relaciones

Las relaciones principales se establecen entre las entidades básicas: obra, expresión, manifestación e ítem. Las relaciones secundarias se llevan a cabo entre:

1. Persona, familia o corporación y fuente
2. Una fuente y otra
3. Persona, familia o corporación y otra persona, familia o corporación.

## 3. Organización y estructura de RDA

FRBR y FRAD se reflejan en RDA. Las reglas se dividen en dos secciones principales: las secciones 1 a 4 describen atributos de cada una de las entidades, y las 5 a 10 explican las relaciones existentes entre las mismas.

En los anexos se encuentra información acerca del uso de mayúsculas, abreviaturas, artículos iniciales, sintaxis para datos descriptivos así como los selectivos, informaciones complementarias sobre nombres de personas, títulos nobiliarios, rangos, fechas del calendario cristiano, designadores de relaciones entre entidades, vocabulario, registro (ALA, 2010).

### 3.1. Cambios sustanciales con respecto a AACR2

Las RDA trabajan con nueva terminología para encabezamiento (*access point*), datos de responsabilidad (*creator*), responsabilidad física, es decir, medio para almacenar la información (*carrier*). Los elementos básicos (*core elements*) se describen en el capítulo 0.6 y en la web de la *Library of Congress* (2012). La abreviatura GMD (*general material designation*) designa cambios realizados en la clasificación general del tipo de documento que ha sido sustituido por 3 elementos independientes: tipo de medio, tipo de portador y tipo de contenido. En lugar de usar una denominación unificada se emplea el "título preferido" de la obra (ALA, 2013). En vez de hablar de encabezamiento principal y secundario, se usa título preferido y punto de acceso autorizado para creador (*access point for creator*). Referencias tipo "véase" serán sustituidas por una variante de elemento de acceso; véase también elemento de acceso autorizado para entidades relacionadas (Kuhagen, 2010).

Las reglas hacen posible que tanto la interpretación como el uso sean relativamente libres, dependiendo su empleo de la decisión del catalogador, y de la institución o política nacional de catalogación (Oliver, 2013). Las bibliotecas norteamericanas disponen de una plataforma establecida en la *Library of Congress* (*Library of Congress - Program for cooperative cataloging policy statements*, LC-Pccps), donde se publican interpretaciones nacionales, correcciones, complementos, enmiendas así como opiniones para catalogación en RDA (ALA, 2013).

Aclarando las informaciones poco inteligibles u ocultas, RDA ayuda al usuario a identificar con mayor facilidad documentos de su interés. Los registros han cambiado de forma sustancial en lo que se refiere a la reglas de tres autores, abreviaturas, números, errores, incorrecciones y corchetes.

Los números romanos, que aparecen ante todo en los datos referidos a publicaciones y números de edición, se han transformado en arábigos. En RDA los números romanos se registran tal y como lo prefiera la agencia catalogadora o según la fuente de descripción (1.8.2). Las incorrecciones, errores tipográficos y demás fallos se tienen que registrar en la misma forma en que aparecen en el original, sin incluir la nota sic o i.e., citando en el campo 246 [eventualmente en el campo reservado para notas (Moore, 2013)<sup>2</sup>] la denominación correcta (2.3.1.4.). Los corchetes se pueden usar únicamente para los datos procedentes de otra fuente. Cada uno de los datos se ha de citar dentro de un paréntesis diferente, no es posible juntar unos con otros (Rankin; Larsgaard, 2012).

Aparte del campo 264 (*Library of Congress*, 2011) destinado a datos editoriales, es nuevo también el campo para portador 33X. Así mismo ha cambiado la relación creador - signos



de puntuación. La máxima más importante para la nueva catalogación es: “Regístralo tal como lo ves” (Kuhagen, 2010).

Los signos de puntuación son opcionales porque en RDA no están sujetos a ningún tipo de reglas concretas. Las RDA tienen que ser flexibles y de fácil divulgación, para poder conformarse sin esfuerzo según diferentes formatos de metadatos (la puntuación dificultaría la conversión a los diferentes formatos de metadatos). Por otro lado, se puede seguir usando la ISBD (*International standard bibliographic description*). Se está viendo la posibilidad de cambiar el formato de intercambio MARC21, lo cual conllevaría cambios en los signos de puntuación (Andrew, 2011).

### 3.2. Datos referidos a responsabilidad y tres autores

Los datos referidos a responsabilidades se registran en la misma forma en que aparecen en la fuente de la descripción. Es posible omitir informaciones siempre y cuando no se pierda información importante. Desde hace poco, en RDA cabe la posibilidad (2.4.1.4) de citar los títulos y afiliaciones de los autores o se puede prescindir de ellos. Ya no se indican códigos referentes al tipo de autoría, sin embargo, lo que se detalla, es la responsabilidad. Ejemplo:

100 1 \$a Kreibich, František Jakub Jindřich \$d 1759-1833, \$e cartógrafo

Ejemplo del uso de títulos y rangos:

245 00 \$a Carte de la Turquie d'Europe \$h [documento cartográfico] / \$c nouvellement dressée et dessinée par Al. S Konrad capitaine d'artillerie pensionné de S. M. J. & R. Ap. ; d'après G. Palma J. Riedl et et ; chez Artaria et Compagnie editeurs propriétaires ; sur la nouvelle édition de la carte du général F. G. Vaudoncourt

Según la instrucción principal (2.4.1.5.), aparte de la posibilidad de registrar más de tres autores, existe la posibilidad de registrar el primero y entre corchetes anotar el total de los mismos [y el total de los demás autores].

Ejemplo:

AACR2 = Europa [documento cartográfico] / bearbeiten nach F. de Beaumont ... [et al].  
 RDA = Europa [documento cartográfico] / bearbeitet nach F. de Beaumont, Berghaus, Bory St. Vincent, Boué, Brongniart, v. Buch, Buckland, Charpentier, Dechen, Eichwald, Ferd. Müller, Geenough, Grimm, Griesenbach, Hiesinger, v. Holf, Hoffmann, v. Humboldt, Klöden, König, Koch, v. Leonhard, v. Lilienstern, Mendelssohn, Merleker, Ober-Müller, Pusch, Reichard, Ritter, Roch, de Rougemont, Stieler, M. Wagner, Zeune u. a.  
 O  
 RDA = Europa [documento cartográfico] / bearbeitet nach F. de Beaumont [y otros 34].

En RDA no existe limitación en lo que se refiere al número de autores (6.27.1.3.). En el caso de que haya más personas, familias o corporaciones responsables por la creación de la

obra, se constituyen datos selectivos (the authorized access point) en el siguiente orden: a. dato selectivo referido a persona, familia o corporación, b. Título preferido de la obra.

### 3.3. Abreviaturas

En RDA se eliminan abreviaturas de uso común en el proceso de catalogación, por ejemplo las usadas para el caso de autoridad (d., fl., ca, cent.), series (ed. rev.), datos matemáticos cartográficos (ca, approx.), datos físicos (p., v., ill., col.), ediciones literarias (vol., bd.) notas. El símbolo correspondiente a cm se sigue utilizando, ya que en el caso de símbolos métricos no se trata de abreviaturas. En lo que se refiere a escalas, se puede indicar una escala verbal, usando los siguientes símbolos (7.25.5.3).

Basándose en la regla 3.4.5.3. las páginas que no llevan numeración se enumeran sólo aproximadamente (*approximately*) estimando su total con una cifra igualmente aproximada. No se usa la abreviatura “aprox.” ni corchetes.

Por ejemplo:

93 páginas sin numeración (no poner: [93] p.), aproximadamente 500 páginas (no poner aprox. 500 p.).

También es posible indicar que se trata de un volumen cuyas hojas no están numeradas, por ejemplo: 1 volumen (con páginas sin numeración).

Ejemplos:

300 \$a 84 páginas sin numeración, 68 páginas: \$b ilustraciones ; \$c 27 cm

Los datos relativos a la edición de la obra se registran en la forma en que están anotados en la fuente, es decir, no es obligatorio abreviarlos, pero tampoco hay que registrarlos en toda su extensión (2.5).

Ejemplo:

Fuente	= Tercera edición revisada
AACR2	= 3ª ed. rev.
RDA	= Tercera edición revisada

No se usan abreviaturas en latín. En el caso de que no se pueda averiguar ni de manera aproximada el lugar de publicación del documento, no se pone la abreviatura latina de [s.l.] (*sine loco*), sin indicar este hecho entre corchetes independientes [lugar de publicación no identificado] (place of production not identified).

Análogamente, si en el documento no viene indicado el nombre del productor (*producers' name*), y tampoco es posible averiguarlo de otras fuentes, no se pone la abreviatura latina [s.n.] (*sine nomine*), sino el término [productor no identificado] [*producer not identified*]. Cada una de las

frases hay que introducirla entre corchetes independientes (2.7.4.7).

### 3.4. Nuevo campo 264 para datos de publicación

Según las instrucciones RDA los datos relativos al productor se registran de la misma forma en que aparecen en la fuente descrita (2.8.2). Los cambios sustanciales se pueden resumir en tres puntos:

- El lugar de publicación se registra con la jurisdicción más amplia, si existe más de un lugar de publicación, hay que reseñarlos todos. En el caso de que no sea posible averiguar el lugar de publicación, hay que anotar entre corchetes: [Lugar de publicación no identificado] (Wels; Batley, 2012).
- La regla 2.7.2.6 solventa el problema de si no aparece en la fuente el lugar de publicación. En este caso hay que anotar entre corchetes un lugar posible donde la obra pudiera haber sido publicada.

Antes, en AACR2 el nombre del productor se registraba en la forma más corta posible, mientras que ahora en RDA se recomienda transcribir su nombre en la misma forma en que aparece en la fuente descrita (2.7.4).

La máxima más importante para la nueva catalogación es: “Regístralo tal como lo ves”

El subcampo \$c destinado a fechas, ha sufrido cambios. Las fechas aproximadas o probables se indican así: [1969?] (se deja de usar la abreviatura „aprox.“). Los intervalos de años se tienen que registrar igualmente con un signo de interrogación: [entre AAAA y AAAA?], así como decenios y siglos [entre 1970 y 1979?] o [entre 1800 y 1899]. Una novedad es el registro para la fecha más tardía posible [no antes/después de 28/10/1918] (1.9.2.). El derecho de autor o copyright se puede registrar bien entero o con el símbolo.

Ejemplos:

264 1 \$c [no antes/después de 1938]  
264 1 \$c [fecha de publicación no identificada], ©2002 [copyright 2002] (Rankin; Larsgaard, 2012)

## 4. Documentos cartográficos en RDA

La gran mayoría de instrucciones RDA relativas a documentos cartográficos, se encuentra en los capítulos 2, 3, 6 a 7 (Andrew, 2011).

Los puntos de acceso para documentos cartográficos son: escala, coordenadas, tipo de portador, extensión del documento cartográfico, dimensiones del mapa. La proyección cartográfica es opcional.

### 4.1. Cambios en los registros de materiales cartográficos en el campo 255 MARC 21

Más arriba se indicaron los cambios en el uso de abreviaturas y corchetes. A continuación se verá en qué forma éstos se utilizan en materiales cartográficos. Las instrucciones re-

feridas al campo 255 de datos matemáticos (subcampo \$a, \$b, \$c) se encuentran en el capítulo 7, ya que se engloban en las entidades que expresan relación con el contenido.

La escala (7.25) se expresa de forma parecida a la descrita en el capítulo 3 de las AACR2, salvo algunas excepciones. La escala se puede obtener de cualquier fuente y de varias maneras (7.25.1.2), y por este mismo motivo ya no se indica entre corchetes. En el caso de que la escala no venga citada en el documento primario hay que obtenerla, bien calculándola a partir de la escala gráfica, bien mediante un indicador natural de escala (Moore, 2012)<sup>3</sup>, y tampoco se pone entre corchetes. La escala, en cualquiera de sus formas (numérica, gráfica, descrita) siempre se expresa en forma de fracción 1:n. Aunque no esté explícitamente indicado en ninguna parte, en las bibliotecas norteamericanas se seguirá anteponiendo al subcampo \$a la palabra Escala, exceptuando aquellos casos donde en el mapa esté explícitamente indicado, que el mapa en cuestión había sido confeccionado sin basarse en una escala. En ese caso, habrá que anotar la frase Mapa trazado sin usar escala (Andrew; Moore, 2013). Si en el mismo documento aparecen mapas con tres y más escalas, según AACR2 hay que anotar Diferentes escalas. En las RDA es posible indicar todas las escalas del mapa, registrando cada escala por separado. (7.25.1.4). Si en varios mapas integrados en el mismo documento no se sabe la escala, hay que anotar Diferentes escalas. Si alguna de las escalas se puede descifrar, hay que registrarla.

Por ejemplo:

Escala del tercer y cuarto mapa 1:250 000 (ALA, 2013)

Un ejemplo del cambio en la forma de registrar una escala aproximada procedente del indicador natural de escala:

AACR2 = 255 \$a Escala [aprox. 1:90 000]  
RDA = 255 \$a Escala aproximada 1:90 000

Otro ejemplo de cambios: la escala se ha calculado a partir de otras unidades de medición. Como el autor del cómputo es un humano, se supone que lo hace con exactitud, por lo tanto, no hace falta usar el término “aproximado”.

AACR2 = 255 \$a Escala [aprox. 1:250 000]. 9,7 cm = 5 Common leauges of Flanders. 10,3 cm = 6 Common leauges of France. 11,2 cm = 15 British computed miles  
RDA = 255 \$a Escala 1:250 000. 9,7 cm = 5 Common leauges of Flanders. 10,3 cm = 6 Common leauges of France. 11,2 cm = 15 British computed miles

#### 4.1.1. Proyección cartográfica

Los datos relativos a la proyección se pueden obtener no solamente del documento primario, sino también de cualquier otra fuente (7.26.1.1). En proyecciones no se usan abreviaturas. Por ejemplo: 255 \$b Proyección equidistante.

#### 4.1.2. Coordenadas

Según la instrucción 3.3D1 era posible indicar las coordenadas por medio de grados, minutos y segundos. A parte del registro clásico, las nuevas reglas ofrecen la posibilidad de indicar coordenadas en grados decimales (7.4.2.3) (**Andrew; Moore**, 2013)<sup>4</sup>. Las informaciones se pueden adaptar de cualquiera de las fuentes disponibles.

Ejemplo de cómo usar el campo 255 entero:

255 \$a Escala 1:600 000 ; \$b proyección de Gauss \$c (022°06'16" longitud Este.--028°54'57" longitud Este. / 044°22'15" latitud Norte.--041°06'44" latitud Norte)

#### 4.2. Campo de datos físicos 300 MARC 21

Para fuentes impresas, manuscritos, obras gráficas o fuentes tridimensionales cuyo contenido es de carácter cartográfico se aplican las reglas RDA 3.4.2.2-3.4.2.5. Para el caso de fuentes con contenidos cartográficos grabados en otros medios (por ejemplo, microfilm) son de aplicar las instrucciones de la regla 3.4.1. Para la descripción física del documento cartográfico se usa el número de unidades y términos detallados en la lista, sea en singular, sea en plural. Lista de términos: atlas, diagrama, globo, mapa, modelo, perfil, imagen obtenida vía satélite, sección, vista (3.4.2.2).

Como ya sabemos, RDA elimina abreviaturas, lo cual se verá reflejado en la descripción física de los documentos cartográficos. Ejemplos:

AACR2 = 300 \$a 1 mapa \$b col. ; \$c 67 x 48 cm en hoja 68 x 49 cm, doblado en 23 x 12 cm  
RDA = 300 \$a 1 mapa: \$b en color ; \$c 67 x 48 cm en hoja 68 x 49 cm, doblado en 23 x 12 cm

AACR2 = 300 \$a 1 atlas (89 p.): |b en color ; |c 45 cm  
RDA = 300 \$a1 atlas (89 páginas): |b en color ; |c 45 cm

Un caso a parte, es la catalogación de una obra que se describe como un conjunto. No se dispone de información sobre la cantidad total de hojas de mapas, tampoco de la ordenación de las misma. Se han conservado sólo fragmentos de la obra. En este caso el registro se hará de la siguiente forma:

300 \$a 1 mapa sobre \_ hojas

La cantidad de hojas se dejará sin anotación hasta que se llegue a descubrir cuántas hojas realmente integran la totalidad de la obra (3.4.1.10) (**Moore**, 2013).

La instrucción 3.11.2 habla de otras características físicas como la organización de las imágenes cartográficas. Para fuentes que no sean atlas se describen las dos caras, siendo la escala de la imagen igual en la hoja/hojas.

Ejemplos:

300 \$b un mapa manuscrito en ambas caras de una hoja  
300 \$b 3 mapas impresos en las dos caras de una hoja  
300 \$b el mismo mapa impreso en las dos caras de una hoja, cada una de ellos en un idioma diferente.

Entre otras cosas, RDA presta atención también al registro del material físico, cuyos tipos vienen enumerados (3.6), montaje (3.8), método de producción (3.9) o polaridad y relaciones entre colores y sus matices (3.14) (**Andrew; Moore**, 2013).

Los signos de puntuación ISBD siguen vigentes. Igualmente se sigue trabajando con el formato MARC 21, al cual se le han añadido dos campos nuevos: 3XX y 264

#### 4.3. Nuevos campos 33X

Para las fuentes cartográficas es importante que existan nuevos campos 33X que se pueden repetir y que incluyan informaciones procedentes de AACR2 del subcampo 245 \$h y del campo 300.

336: tipo de contenido (RDA 6.9, obligatorio)  
337: tipo de medio (RDA 3.2)  
338: tipo de portador (RDA 3.3, obligatorio)

En general, podemos afirmar que el tipo de contenido responde a la pregunta "¿Qué es?", el tipo de medio a la de "¿Cómo está almacenado?" y por último, el tipo de portador a la de "¿Dónde está almacenado?" (**Andrew; Moore**, 2013). El contenido y portador son elementos obligatorios, por lo tanto tienen que estar registrados. Por otro lado, el tipo de medio es optativo, ya que en ocasiones sí se puede usar, mientras que en otras queda poco claro. **Paige Andrew** en el marco de su presentación había preparado unas tablas sinópticas, provistas de códigos para documentos cartográficos de cada uno de los campos 3XX basándose en la web de RDA en MARC (2011).

Ejemplo del campo 33X para mapa en una hoja:

336 imagen cartográfica \$b cri \$2 rdacontenido  
337 no mediado \$b c \$2 rdamedios  
338 hoja \$b nb \$2 rdaportador

Ejemplo de campos 33X para mapas en relieve:

336 forma cartográfica tridimensional \$b crf \$2 rdacontenido  
337 no mediado \$b n \$2 rdamedios  
338 objeto \$b nr \$2 rdaportador



Ejemplo de los campos 33X para globos terráqueos: (**Andrew; Moore**, 2013).

336 forma cartográfica tridimensional \$b crf \$2 rdacontenido  
337 no mediado \$b n \$2 rdamedios  
338 objeto \$b nr \$2 rdaportador

Ejemplo de los campos 33X para imágenes digitales: (**Andrew; Moore**, 2013).

336 imagen cartográfica \$b cri \$2 rdacontenido  
337 computador \$b c \$2 rdamedios  
338 recurso en línea \$b cr \$2 rdaportador

## 5. Conclusiones

A medida que las nuevas reglas de catalogación se aplican en la práctica se van perfeccionando, pues cada vez existen más ejemplos de cómo usarlas; y será con su uso diario cuando se verán sus ventajas e inconvenientes. Los signos de puntuación ISBD siguen vigentes. Igualmente se sigue trabajando con el formato MARC 21, al cual se le han añadido dos campos nuevos: 3XX y 264, aunque cada vez se habla más de introducir en él limitaciones e incluso de la posibilidad de sustituirlo por otro formato. Las demás novedades en el sistema de catalogación van encaminadas a que el almacenamiento y la búsqueda de información sean más fáciles. En algunos campos aumenta el volumen de la descripción, lo cual puede implicar que el período de tiempo necesario para realizar los registros bibliográficos sea más prolongado, ante todo en bibliotecas especializadas donde difícilmente cabe esperar que los documentos que tienen en su propiedad sean descritos también en otras instituciones.

La fuerza motriz del desarrollo y divulgación de la catalogación de documentos cartográficos en RDA es el grupo de trabajo *Magirt*. **Mary-Lynette Laarsgard** y **Paige G. Andrew** están preparando una monografía dedicada a RDA y fuentes cartográficas. Estaba programada para el año 2013, pero al final se tuvo que posponer para 2014. Esta obra se centrará principalmente en las diferencias entre RDA y AACR2. Otra fuente importante para la catalogación de documentos cartográficos en RDA será la metodología que está preparando **Tammy Wong** de la *Library of Congress*. Estos documentos facilitarán el uso de las RDA en colecciones de mapas.

La *Library of Congress* ofrece un sinnúmero de materiales formativos y de tests. Las páginas de *RDA Toolkit* brindan regularmente webinaros tanto para principiantes como avanzados. Las reglas están siendo traducidas a varios idiomas. Muchas bibliotecas nacionales van preparando sus propias interpretaciones y registros mínimos en RDA. Todo ese proceso podría ayudar a que el cambio transcurra de forma fluida, divulgándose las nuevas reglas de catalogación con la mayor rapidez posible.

## Notas

1. Identificación del registro v RDA: campo 040 contiene \$e rda
2. El uso del campo correspondiente a nota depende de la

posibilidad de generar la misma por medio del indicador 1. En el caso de que el sistema no lo permita, habrá que usar el indicador 3 y campo 500.

3. *Natural scale indicator*. Si los mapas contienen una escala gráfica o red cartográfica, la escala se puede deducir de ahí.

4. Para convertir minutos al sistema decimal hay que dividirlos por 60. Por ej., 122°45' equivale a 122,75 grados.

## Agradecimiento

El presente artículo fue redactado gracias a una ayuda del *Ministerio de Cultura de República Checa*, en el marco del proyecto *Temap*, del programa NAKI.

## 6. Bibliografía y referencias

ALA. Magirt.

<http://www.ala.org/magirt>

ALA (2013). Magirt. *Training & presentations*.

<http://magirt.ala.libguides.com/trainingsandpresentations>

ALA (2010). *RDA: Resource Description and Access*. Chicago: American Library Association. ISBN: 978 0 8389 1093 1

ALA. RDA Toolkit.

<http://access.rdatoolkit.org>

ALA (2013). RDA Toolkit. *D.2. MARC 21 format for bibliographic data mapped to RDA elements*.

<http://access.rdatoolkit.org/document.php?id=jscmap2>

ALA (2013). RDA: back to the basics. An Alcts pre-conference. June 28. Chicago: ALA.

ALA (2010). *RDA: resource description and access*. Chicago: American Library Association. ISBN: 978 0 8389 1093 1

ALA. *RDA in translation*.

<http://www.rdatoolkit.org/translation>

*Anglo-americká katalogizační pravidla: 2. vydání: revize 1988*. Praha: Národní knihovna ČR, 1994-. ISBN: 80 7050 187 1

**Andrew, Paige G.** *RDA and cartographic materials: mapping a new route*. RDA webinar. ALA, 2011.

<http://www.ala.org/alcts/confevents/upcoming/webinar/cat/092811>

**Andrew, Paige G.** *RDA and cartographic materials: mapping a new route, an Alcts webinar. Questions & answers log*. RDA webinar. ALA, 2011.

[http://alcts.ala.org/ce/0928\\_2011\\_RDA\\_and\\_Cartographic\\_Materials\\_QA.doc](http://alcts.ala.org/ce/0928_2011_RDA_and_Cartographic_Materials_QA.doc)

**Andrew, Paige G.; Laarsgard, Mary-Lynette** (2014). *RDA and cartographic resources*, Chicago: ALA Editions, 2014. ISBN: 978 0 8389 1131 0

**Andrew, Paige G.; Moore, Susan.** *Maps the RDA way*. Presentation at ALA meeting 2013. Chicago: Magirt, 2013.

[http://lgdata.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/docs/3001/802199/MAGIRT\\_2013\\_Program\\_Presentation\\_Slides.pdf](http://lgdata.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/docs/3001/802199/MAGIRT_2013_Program_Presentation_Slides.pdf)

**Andrew, Paige G.; Moore, Susan.** *Maps the RDA way-the sequel. Webinar*.

<http://ala.adobeconnect.com/p658auoia2i>

**Celbová, Ludmila** (2001). *Funkční požadavky na bibliografické záznamy: závěrečná zpráva*. Praha: Národní knihovna ČR. ISBN: 80 7050 400 5  
<http://www.ifla.org/files/assets/cataloguing/frbr/frbr-cs.pdf>

IFLA. *Ustanovení mezinárodních principů katalogizace*.  
[http://www.ifla.org/files/assets/cataloguing/icp/icp\\_2009-cs.pdf](http://www.ifla.org/files/assets/cataloguing/icp/icp_2009-cs.pdf)

IFLA Study Group on the Functional Requirements for Bibliographic Records. Final report. München: K.G. Saur, 1998.  
<http://archive.ifla.org/VII/s13/frbr/frbr.pdf>

IFLA Working Group on Functional Requirements and Numbering of Authority Records (Franar). Functional requirements for authority data: a conceptual model. Ed. by Glenn E. Patton. München: K.G. Saur, 2009.

International standard bibliographic description (ISBD). München: K. G. Saur, 2007.

Joint Steering Committee for Development of RDA. *RDA: Resource description and access*.  
<http://www.rda-jsc.org/rda.html>

Joint Steering Committee for Development of RDA. *RDA-FRAD mapping*.  
<http://www.rda-jsc.org/docs/5rda-rdafradmappingrev.pdf>

**Kárászová, Lenka** (2009). *Vývoj katalogizačních pravidel "Resource description and access"*. Praha: Univerzita Karlova v Praze.

**Kiorgaard, Deirdre**. *RDA to FRBR mapping*.  
<http://www.rda-jsc.org/docs/5rda-rdafrbrmappingrev2.pdf>

**Kuhagen, Judy A.** (2011). RDA LC reference staff briefing.  
[http://www.rda-jsc.org/docs/10\\_11\\_30\\_LCReferencestaffbriefingrev2011.ppt](http://www.rda-jsc.org/docs/10_11_30_LCReferencestaffbriefingrev2011.ppt)

Library of Congress. *Accessing policy statements*.  
[http://www.loc.gov/aba/rda/lcps\\_access.html](http://www.loc.gov/aba/rda/lcps_access.html)

Library of Congress. *264 - Production, publication, distribution, manufacture and copyright notice*.

<http://www.loc.gov/marc/bibliographic/bd264.html>

Library of Congress. *RDA core elements*.  
[http://www.loc.gov/aba/rda/pdf/core\\_elements.pdf](http://www.loc.gov/aba/rda/pdf/core_elements.pdf)

*MARC 21: bibliografický formát*. Praha: Národní knihovna České republiky, 2003. ISBN: 80 7050 427 7

*MARC 21: formát pro autority*. Praha: Národní knihovna ČR, 2004. ISBN: 80 7050 441 2

**Mendes, Luiz** (2013). *Access point changes: with exercises*. In: RDA: Back to the basics. An Alcts pre-conference. Presentation at ALA meeting. Chicago: ALA.

**Moore, Susan** (2013). *About RDA cataloguing* (email).

**Moore, Susan** (2013). *Natural scale indicator*. May, 31st.  
[https://www.youtube.com/watch?v=vSus\\_5bt440](https://www.youtube.com/watch?v=vSus_5bt440)

OCLC. *OCLC RDA policy statement*.  
<http://www.oclc.org/en-US/rda/new-policy.html>

OCLC. *Bibliographic formats and standards*.  
<http://www.oclc.org/bibformats/en.html>

**Oliver, Chris** (2013a). *RDA: highlights of descriptive changes*. In: RDA: Back to the basics. An Alcts pre-conference. Presentation at ALA meeting. Chicago: ALA.

**Oliver, Chris** (2013b). *Understanding RDA: A guide to some basic concepts*. In: RDA: Back to the basics. An Alcts pre-conference. Presentation at ALA meeting. Chicago: ALA.

**Rankin, Kate; Larsgaard, Mary-Lynette** (2012). *RDA for cartographic resources*. Hawaii: University of Hawaii at Manoa, 2012. Presentation at WAML meeting.  
<http://digitalscholarship.unlv.edu/libfacpresentation/98>

**Welsh, Anne; Batley, Sue** (2012). *Practical cataloguing: AACR, RDA and MARC21*. Chicago: Neal-Schuman Publishers, imprint of American Library Association. ISBN: 978 1 55570 743 9

**Whitacre, Cynthia; Fujikawa, Georgia** (2013). *View from utilities*. In: RDA: back to the basics. An Alcts pre-conference. Presentation at ALA meeting 2013. Chicago: ALA.

**EPI número 1 de la categoría "Documentación" en el Índice h de las revistas científicas españolas según Google Scholar Metrics (2008-2012)**

<http://ec3.ugr.es/in-recs>

**DOCUMENTACION**

	REVISTAS	H Index	Mediana H
1	El Profesional de la Información	16	21
2	Revista Española de Documentación Científica	10	12
3	Anuario Thinkepi	7	13
4	BiD: Textos Universitarios de Biblioteconomía i Documentació	6	10
5	Anales de Documentación: Revista de Biblioteconomía y Documentación	6	8
6	Documentación de las Ciencias de la Información	5	6
7	Ibersid: Revista de Sistemas de Información y Documentación	3	10



**enero-agosto 2014****26-28 de marzo de 2014**

RESEARCH DATA ALLIANCE PLENARY MEETING

Dublin

<https://rd-alliance.org/rda-third-plenary-meeting.html>**27-28 de marzo de 2014**

XI JORNADAS APDIS. Las bibliotecas de la salud: ¿Qué futuro tienen?

Lisboa

*Universidade de Lisboa, Associação Portuguesa de Documentação e Informação de Saúde*<http://www.apdis.pt/jornadas>**1-3 de abril de 2014**6<sup>TH</sup> INTL CONF ON COMPUTER SUPPORTED EDUCATION (CSEDU 2014)

Barcelona, Spain

<http://www.csedu.org/Home.aspx>**3-5 de abril de 2014**10<sup>TH</sup> INTL CONF ON WEB INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES (WEBIST)

Barcelona

<http://www.webist.org>**8-10 de abril de 2014**

SIMPOSIO LATINOAMERICANO ACCESO A LA INFORMACION GUBERNAMENTAL

México

*Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)*[http://iibi.unam.mx/jf/conv\\_simposio\\_acceso\\_inf\\_gubernamental.pdf](http://iibi.unam.mx/jf/conv_simposio_acceso_inf_gubernamental.pdf)**10-11 de abril de 2014**6<sup>TH</sup> EUROPEAN CONF ON INTELLECTUAL CAPITAL (ECIC-2014)

Trnava, República Eslovaca

*Academic Conferences & Publishing International*<http://academic-conferences.org/ecic/ecic2014/ecic14-home.htm>**10-11 de abril de 2014**

INTL CONF SUSTAINING THE NETWORKED FUTURE: USE AND REUSE OF DIGITAL CONTENT

Innsbruck, Austria

<http://books2ebooks.eu/eod2014>**13-16 de abril de 2014**

II CONGRESO MUNDIAL DE COMUNICACIÓN IBERO-AMERICANA (CONFIBERCOM)

Braga, Portugal

*Confederação Ibero-americana de Associações Científicas e Académicas de Comunicação; Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS); Universidade do Minho*<http://www.confibercom2014.org>**22-24 de abril de 2014**

INTL CONF ON ORGANIZATIONAL LEARNING, KNOWLEDGE AND CAPABILITIES

Oslo

<http://www.olkc2014.com>**23-25 de abril de 2014**

LILAC. Librarians' Information Literacy Annual Conf

Sheffield

CILIP Information Literacy Group

<http://www.lilacconference.com/WP>**27-30 de abril de 2014**16<sup>TH</sup> INTL CONF ON ENTERPRISE INFORMATION SYSTEMS (ICEIS)

Lisboa

<http://www.iceis.org>**29-30 de abril de 2014**

ENTERPRISE SEARCH EUROPE

Londres

*Information Today, Ltd.*<http://www.enterprisearcheuropa.com/2014>**5-8 de mayo de 2014**13<sup>A</sup> CONF INTL SOBRE COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA (PCST). Divulgação da ciência para a inclusão social e o engajamento político

Salvador, Bahia, Brasil

<http://www.pcst-2014.org>**8-9 de mayo de 2014**4<sup>A</sup> CONF SOBRE CALIDAD DE REVISTAS DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES (CRECS 2014)

Madrid

*Biblioteca de la UCM, El profesional de la información, Casa del Lector de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez*<http://www.thinkepi.net/crecs2014>**10-13 de mayo de 2014**5<sup>TH</sup> GLOBAL CONF ON STORYTELLING

Lisboa

*Inter-Disciplinary.Net*<http://goo.gl/SU30B0>**12 de mayo de 2014**

CONTENT DELIVERY SUMMIT 2014

New York

*Information Today, Inc.*<http://www.contentdeliverysummit.com/2014>**12-14 de mayo de 2014**INFO 2014. 29<sup>TH</sup> ANNUAL CONF & EXHIBITION

Tel Aviv

*Teldan Information Systems, Ltd.*<http://goo.gl/SU30B0>**13-16 de mayo de 2014**

Archiving 2014

Berlín

*Society for Imaging Science and Technology (IST)*<http://www.imaging.org/ist/conferences/archiving>**13-15 de mayo de 2014**12<sup>TH</sup> INTL CONF OF CURRENT RESEARCH INFORMATION SYSTEMS (CRIS 2014)

Roma

*European Organization for International Research Information*<http://www.cris2014.org>**19-20 de mayo de 2014**

CONF ON DIGITAL ACCESS TO TEXTUAL CULTURAL HERITAGE (DATECH 2014)

Madrid, Spain

<http://www.datech2014.info>**21-23 de mayo de 2013**17<sup>TH</sup> INTL CONF ON BUSINESS INFORMATION SYSTEMS (BIS 2014).

Big data: problems solved and remaining challenges



Larnaca, Chipre  
[http://bis.kie.ue.poznan.pl/17th\\_bis](http://bis.kie.ue.poznan.pl/17th_bis)

**22-23 de mayo de 2014**

BIBLIOSALUD XV. Jornadas nacionales de información y documentación en ciencias de la salud  
 Madrid  
*Colegio Oficial de Médicos de Madrid*  
*biblioteca@icomem.es, eprimo@isciii.es*

**25-29 de mayo de 2014**

EUROPEAN SEMANTIC WEB CONF (ESWC) 2014  
 Anissaras, Creta, Grecia  
*STI International*  
<http://2014.eswc-conferences.org>

**27-30 de mayo de 2014**

6<sup>TH</sup> INTL CONF ON QUALITATIVE AND QUANTITATIVE METHODS IN LIBRARIES  
 Estantul  
*Kadir Has University*  
<http://www.isast.org>

**2-4 de junio de 2014**

4<sup>TH</sup> INTL CONF ON WEB INTELLIGENCE, MINING AND SEMANTICS (WIMS '14)  
 Tesalónica  
*Dept. of Informatics, Aristotle University of Thessaloniki*  
<http://wims14.csd.auth.gr>

**2-5 de junio de 2014**

35<sup>TH</sup> IATUL ANNUAL CONF. Measures for success: library resources and effectiveness under scrutiny  
 Espoo, Finlandia  
*Intl Association of Technology University Libraries (IATUL)*  
<http://web.lib.aalto.fi/iatul2014>

**3-6 de junio de 2014**

INTL CONF ON INFORMATION MODELLING AND KNOWLEDGE BASES (EJC)  
 Kiel, Alemania  
<http://www.tut.fi/en/ejc>

**9-13 de junio de 2014**

9<sup>TH</sup> INTL CONF ON OPEN REPOSITORIES (OR2014)  
 Helsinki  
<http://or2014.helsinki.fi>

**10-14 de junio de 2014**

EUROPEAN LIBRARY AUTOMATION GROUP CONF (ELAG 2014). Finding gold  
 Bath, UK  
*European Library Automation Group (ELAG)*  
<http://www.elag.org/homepage.htm#>

**11-13 de junio de 2014**

14<sup>TH</sup> EUROPEAN ASSOCIATION FOR HEALTH INFORMATION AND LIBRARIES CONF (EAHIL 2014)  
 Roma  
<http://www.iss.it/eahil2014>

**11-14 de junio de 2014**

WESTERN BALKAN INFORMATION LITERACY CONF  
 Bihać, Bosnia & Herzegovina  
<http://conference.bibliotekabihac.com>

**13-15 de junio de 2014**

12<sup>TH</sup> EASE CONF. The complex world of science editing  
 Split, Croacia

*European Association of Science Editors*  
<http://www.ease.org.uk/ease-events/major-conferences>  
**16-20 de junio de 2014**

LIBRARIES IN THE DIGITAL AGE (LIDA). Assessing libraries and library users and use  
 Zadar, Croacia  
<http://ozk.unizd.hr/lida>

**19-20 de junio de 2014**

COMMUNICATION AND INFORMATION SCIENCES IN NETWORK SOCIETY: Experiences and insights  
 Vilnius  
*Vilnius University*  
[http://www.conference.kf.vu.lt/?page\\_id=23&lang=en](http://www.conference.kf.vu.lt/?page_id=23&lang=en)

**19-20 de junio de 2014**

18<sup>TH</sup> INTL CONF ON ELECTRONIC PUBLISHING (EIPub). Let's put data to use: digital scholarship for the next generation  
 Tesalónica  
*Alexander Technological Education Institute of Thessaloniki (ATEITh)*  
<http://elpub2014.teithe.gr>

**19-20 de junio de 2014**

3<sup>a</sup> CONF ESPAÑOLA SOBRE RECUPERACIÓN DE INFORMACIÓN (CERI)  
 A Coruña  
<http://ceri2014.udc.es>

**23 de junio de 2014**

DCMI REGIONAL MEETING. Making metadata work  
 Londres  
[http://www.iskouk.org/events/metadata\\_June\\_2014.htm](http://www.iskouk.org/events/metadata_June_2014.htm)  
<http://dcevents.dublincore.org/BibData/mmw>

**25-28 de junio de 2014**

KNOWLEDGE MANAGEMENT CONF 2014  
 Blagoevgrad, Bulgaria  
*Intl Institute for Applied Knowledge Management (IIAKM)*  
<http://iiakm.org/conference>

**1-4 de julio de 2014**

FIRST EUROPEAN SOCIAL NETWORKS CONF  
 Barcelona  
<http://www.eusn.org>

**2-5 de julio de 2014**

43<sup>RD</sup> LIBER. Research libraries in the 2020 information landscape  
 Riga, Letonia  
*Ligue des Bibliothèques Européennes de Recherche*  
<http://www.lnb.lv/en/liber2014>

**10-11 de julio de 2014**

EUROPEAN CONF ON SOCIAL MEDIA (ECSM 2014)  
 Brighton, UK  
*Academic Conferences & Publishing Intl*  
<http://academic-conferences.org/ecsm/ecsm2014/ecsm14-home.htm>

**17-20 de julio de 2014**

LIBEURO 2014. European conf on literature & librarianship  
 Brighton  
 Iafor (The International Academic Forum)  
<http://iafor.org/iafor/conferences/the-european-conference-literature-and-librarianship-2014>

**23-25 de julio de 2014**

ELECTRONIC THESES AND DISSERTATIONS 2014 (ETD2014)  
 Leicester, Reino Unido  
*University of Leicester Library*  
<http://www2.le.ac.uk/library/etd2014>

# PUBLICACIONES *EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN*

## REVISTA *EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN*

<input type="checkbox"/> Suscripción anual institucional .....	212 €
<input type="checkbox"/> Suscripción anual individual .....	98 €
<input type="checkbox"/> Suscripción anual institucional sólo online.....	123 €
<input type="checkbox"/> Suscripción anual individual sólo online.....	75 €

### 2014 v. 23

<input type="checkbox"/> n. 1: Documentación audiovisual .....	37 €
<input type="checkbox"/> n. 2: Políticas de información .....	37 €

### 2013 v. 22

<input type="checkbox"/> n. 6: Formación y aprendizaje .....	37 €
<input type="checkbox"/> n. 5: Gestión de contenidos .....	37 €
<input type="checkbox"/> n. 4: Economía de la información .....	37 €
<input type="checkbox"/> n. 3: Bibliotecas y documentación de museos .....	37 €
<input type="checkbox"/> n. 2: Educación y biblioteca .....	37 €
<input type="checkbox"/> n. 1: Soportes digitales.....	37 €

### 2012 v. 21

<input type="checkbox"/> n. 6: Bibliotecas universitarias .....	30 €
<input type="checkbox"/> n. 5: Información y derecho .....	30 €
<input type="checkbox"/> n. 4: Comunicación digital .....	30 €
<input type="checkbox"/> n. 3: Organización del conocimiento .....	30 €
<input type="checkbox"/> n. 2: Publicación científica y acceso abierto .....	30 €
<input type="checkbox"/> n. 1: El futuro de la web .....	30 €

### 2011 v. 20

<input type="checkbox"/> n. 6: Fuentes de información 2.0 .....	25 €
<input type="checkbox"/> n. 5: Inteligencia competitiva .....	25 €
<input type="checkbox"/> n. 4: Fotografía y bancos de imágenes .....	25 €
<input type="checkbox"/> n. 3: Información de las administraciones públicas .....	25 €
<input type="checkbox"/> n. 2: Archivos administrativos e intranets .....	25 €
<input type="checkbox"/> n. 1: Psicología y sociología de la información.....	25 €

## Formulario de compra EPI

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/suscripciones.php>

## ANUARIO *THINKEPI*

### Tarifas institucionales

<input type="checkbox"/> Anuario 2013 .....	97 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2012 .....	50 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2011 .....	40 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2010 .....	35 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2009 .....	30 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2008 .....	30 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2007 .....	30 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2013+2012 .....	139 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2013+2012+2011 .....	165 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2013 a 2007 .....	260 €

### Tarifas individuales (particulares)

<input type="checkbox"/> Anuario 2013 .....	43 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2012 .....	30 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2011 .....	23 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2010 .....	21 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2009 .....	21 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2008 .....	21 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2007 .....	21 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2013+2012 .....	60 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2013+2012+2011 .....	76 €
<input type="checkbox"/> Anuario 2013 a 2007 .....	130 €

## Formulario de compra Anuario ThinkEPI

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/suscripciones.php>

En todos los casos, excepto en los Anuarios, hay que añadir los gastos de envío

## LIBROS *EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN* (Editorial UOC)

<input type="checkbox"/> 1. Tecnologías de la web semántica .....	12,00 €
Juan-Antonio Pastor	
<input type="checkbox"/> 2. La revolución del libro electrónico .....	11,50 €
José-Antonio Córdón	
<input type="checkbox"/> 3. Sistemas de información en la empresa .....	11,50 €
Josep Cobarsi-Morales	
<input type="checkbox"/> 4. Información en el móvil .....	12,00 €
Natalia Arroyo-Vázquez	
<input type="checkbox"/> 5. Acceso abierto a la ciencia .....	12,00 €
Ernest Abadal	
<input type="checkbox"/> 6. Fuentes de información médica .....	12,00 €
Pablo Medina-Aguerrebere	
<input type="checkbox"/> 7. Gestión de la reputación online .....	11,50 €
Javier Leiva-Aguilera	
<input type="checkbox"/> 8. <i>Wikipedia</i> de la A a la W .....	12,50 €
Tomás Saorín	
<input type="checkbox"/> 9. Etiquetar en la web social .....	12,00 €
Raquel Gómez-Díaz	
<input type="checkbox"/> 10. Mejorar las búsquedas de información .....	12,00 €
Silvia Argudo y Amadeu Pons	
<input type="checkbox"/> 11. Clubes de lectura .....	11,50 €
Oscar Carreño	
<input type="checkbox"/> 12. Plan social media y community manager .....	13,50 €
Julián Marquina-Arenas	
<input type="checkbox"/> 13. Documentación audiovisual en televisión .....	12,00 €
Jorge Caldera y Pilar Arranz	
<input type="checkbox"/> 14. Gestión de documentos en la e-administración .....	12,00 €
Elisa García-Morales	
<input type="checkbox"/> 15. <i>El film researcher</i> .....	12,00 €
Iris López-de-Solis	
<input type="checkbox"/> 16. Preservación digital .....	12,00 €
Miquel Térmens	
<input type="checkbox"/> 17. Gestión de contenidos .....	13,00 €
Ricardo Eito-Brun	
<input type="checkbox"/> 18. Documentación fotográfica .....	14,00 €
Juan-Miguel Sánchez-Vigil y Antonia Salvador-Benitez	
<input type="checkbox"/> 19. Documentación cinematográfica .....	12,00 €
Elena De la Cuadra	
<input type="checkbox"/> 20. Archivos .....	14,00 €
Ramón Alberch-Figueras	
<input type="checkbox"/> 21. Inteligencia en redes sociales .....	11,00 €
Eva Moya	
<input type="checkbox"/> 22. Bibliotecas escolares .....	10,00 €
Concepción M <sup>a</sup> Jiménez-Fernández y Raúl Cremades-García	
<input type="checkbox"/> 23. Marca y comunicación empresarial .....	11,00 €
Pablo Medina-Aguerrebere	
<input type="checkbox"/> 24. El content curator .....	14,00 €
Javier Guallar y Javier Leiva	
<input type="checkbox"/> 25. Gestión de la calidad en la biblioteca .....	13,50 €
Nuria Balagué y Jarmo Saarti	

## Formulario de compra libros EPI-UOC

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/suscripciones.php>



El profesional de la  
**información**

ANUARIO  
**Think**  
EPI

Información y pedidos: Isabel Olea / [epi.iolea@gmail.com](mailto:epi.iolea@gmail.com) / Tel.: +34-608 491 521

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com>

<http://www.thinkepi.net>



# Te entendemos”

Sistemas de gestión de bibliotecas Open Source  
Interfaces interactivas y OPACs  
Repositorios OAI  
Gestión documental y de archivos  
Digitalización  
Outsourcing de servicios documentales  
Desarrollo de sitios web / multimedia / e-learning  
Comunicación y e-marketing de servicios de información



Deseo recibir todos los números de la revista EPI a partir del mes de enero del año 20  Las suscripciones van por años naturales, de enero a diciembre

Suscripción  Institucional  Personal

Nombre  Institución

(Los suscriptores individuales no han de escribir ningún nombre de institución, sólo indicar la dirección particular)

Departamento  NIF institucional

Dirección  Código postal  Ciudad  País

Teléfono  Fax  Correo-e

#### Método de pago

Tarjeta de crédito  VISA  Master Card  American Express

Titular de la tarjeta  Código de seguridad CVC2

Número de tarjeta  Caducidad (mm/aaaa)

Cheque nominativo en euros a nombre de El profesional de la información

Transferencia bancaria a la cuenta de La Caixa **IBAN ES95 2100 0818 9302 0074 5544 - BIC/Código Swift CAIXESBBXXX**

Enviar, fotocopiado o escaneado, el resguardo de la transferencia.

Giro postal al apartado de correos 32.280 de Barcelona **Enviar, fotocopiado o escaneado, el resguardo del giro.**

Domiciliación en cuenta bancaria

Entidad  Oficina  DC  Núm

Titular de la cuenta

PayPal a la cuenta EPISCP@gmail.com

Enviar el boletín relleno por correo electrónico, o postal al APARTADO 32.280 - 08080 BARCELONA - ESPAÑA.

Consultas: [suscripciones@elprofesionaldelainformacion.com](mailto:suscripciones@elprofesionaldelainformacion.com) o +34 609 352 954

**Open choice.** Los autores pueden liberar su artículo en open access en las webs de EPI mediante el pago de 400 €

## Precios 2014

Suscripción normal: 203,94 € + IVA = 212 €

Suscripción personal: (sólo a domicilios particulares) 94,23 € + IVA = 96 €

Gastos de envío fuera de España: Europa: 40 € Américas: 60 €

Suscripción sólo online: 101,65 € + IVA = 123 €

Número suelto: 35,57 € + IVA = 37 €

Suscripción sólo online personal: 62 € + IVA = 75 €

Gastos de envío fuera de España: Europa: 9 € Américas: 15 €

Fuera de Europa no se cobra el IVA



## NORMAS PARA LOS AUTORES

*El profesional de la información* tiene dos secciones principales:

**ARTÍCULOS:** Trabajos de investigación y temas analizados en profundidad.

**ANÁLISIS:** Experiencias, estudios de casos, análisis de productos, reseñas, etc.

Las contribuciones han de ser originales e inéditas, no pueden haberse publicado previamente en soporte papel o electrónico. El tamaño ideal es de 3.500 palabras, aunque en algunos casos la Redacción puede autorizar una mayor extensión.

El texto ha de enviarse en Word, rtf u odt. Las tablas deberán ir pegadas en el mismo documento. Todos los materiales gráficos (diagramas, fotografías, capturas de pantalla, etc.) deben pegarse en el Word y además enviarse en ficheros independientes (en formatos xls, jpg, pdf, etc.). Las imágenes jpg deben tener una resolución de al menos 300 pp (unos 200 KB cada una).

El texto debe presentarse completamente plano, sin autoformatos ni automatismos de Word (subsecciones, viñetas, citas enlazadas, pies de página, sangrías, tabulaciones, colores, etc.), pero debe seguir el estilo de EPI en cuanto a **negritas** (nombres de los autores citados), *cursivas* (instituciones, títulos de revista, marcas) y mayúsculas. Los urls deben estar sin hipervínculo.

Las citas bibliográficas en el texto se realizarán de la forma: (**Apellido**, año) o (**ApellidoAutor1**; **ApellidoAutor2**, año).

La redacción debe ser concisa y precisa, evitando la retórica.

Los trabajos deben incluir: a) título, b) resumen de 100-150 palabras, c) 5-10 palabras clave, d) title, e) abstract de 100-150 palabras, f) 5-10 keywords.

Aparte se incluirá el nombre de los autores, su lugar de trabajo y dirección (postal y electrónica), su foto tipo carnet superior a 100 KB en jpg, y un currículum de unas 70 palabras.

#### EVALUACIÓN

Los trabajos son revisados según el sistema tradicional "peer review" en doble ciego por al menos dos expertos en el tema, del Consejo Asesor de la revista y/o externos. La revista se compromete a informar del resultado a los autores.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ordenadas alfabéticamente por autor, se limitarán a las obras citadas en el artículo. No se acepta bibliografía de relleno.

Artículos de una publicación periódica:

**Apellido, Nombre; Apellido2, Nombre2.** "Título del artículo".  
*Título de la publicación periódica*, año, mes, v., n., pp. xx-yy.  
*Dirección url iniciada en nueva línea sin barra y sin punto final*  
<http://dx.doi.org/10.xxxx/doi>

Ponencia presentada en un congreso:

**Apellido, Nombre; Apellido2, Nombre2.** "Título de ponencia".  
*En: Nombre del congreso*, año, pp. xx-yy.  
*Dirección url iniciada en nueva línea sin barra y sin punto final*  
<http://dx.doi.org/10.xxxx/doi>

Monografías e informes:

**Apellido, Nombre; Apellido2, Nombre2.** *Título del trabajo.*  
Lugar de publicación: editor, fecha, ISBN: espacios, sin guiones  
*Dirección url iniciada en nueva línea sin barra y sin punto final*  
<http://dx.doi.org/10.xxxx/doi>

Capítulo de una monografía:

**Apellido, Nombre; Apellido2, Nombre2.** "Título del capítulo".  
*En: Apellido, Nombre; Apellido2, Nombre2. Título de la monografía.* Lugar de publicación: editor, fecha, pp. xx-yy. ISBN: espacios, sin guiones  
*Dirección url iniciada en nueva línea sin barra y sin punto final*

Recurso en línea:

**Apellido, Nombre; Apellido2, Nombre2.** *Título del recurso.*  
*Dirección url iniciada en nueva línea sin barra y sin punto final*

Todas las contribuciones se tienen que enviar a la sección EPI de la plataforma OJS del Repositorio Español de Ciencia y Tecnología (Recyt) de la Fecyt:  
<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/index>

Previamente los autores deben registrarse en:  
<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/user/registerJournal>