

PARTE II
PANORAMA DE LA EDICIÓN
ACADÉMICA DE LIBROS EN ACCESO
ABIERTO EN AMÉRICA LATINA

Capítulo 5

Libros académicos digitales y acceso abierto en América Latina

Elea Giménez Toledo
Jorge Mañana Rodríguez
Carlos Tejada Artigas

Introducción: edición digital y académica

Algunas de las barreras que el libro en español y en otras lenguas romances de América Latina (portugués) tiene para alcanzar a sus lectores potenciales están relacionadas con la distribución, la comercialización y la exportación.¹ El salto a la edición digital en las editoriales podría venir a salvar esos obstáculos, permitiendo que los libros publicados en cualquier parte del mundo llegaran a los lectores de cualquier país, lo que representa una enorme oportunidad para el mercado del libro en español y portugués. Claro que no basta con la edición digital para que se produzca un despegue del mercado. Son necesarios los sistemas de información sobre libros en venta, adecuadamente actualizados y enriquecidos

¹ Gil, 2018; Millán, 2015; Sagastizabal y Anaya, 2017.

con metadatos, así como las plataformas de comercialización. Sin ambas infraestructuras, no es posible acercar los libros a sus lectores, pues no se trata solo de facilitar la compra de libros y de hacerlos llegar a sus destinos en los distintos formatos, sino de *descubrirlos*² o localizarlos en la inmensidad de títulos publicados cada año, que compiten entre sí por los lectores.

En el caso específico del libro académico, se puede apuntar una gran ventaja en este proceso de localización de los libros de interés: el lector académico, el investigador o el erudito buscará sin cesar los títulos que se correspondan con su tema de interés específico. Quizá, a diferencia de otro tipo de lectores, no se dejará llevar por lo primero que encuentre sobre un tema, por las recomendaciones o por lo que aparezca en primer lugar, sino que buscará una referencia concreta, una alta especialización del libro o una editorial de prestigio que publique libros de su disciplina. Sin embargo, aunque se empeñe en la búsqueda no logrará encontrar lo que quiere si los libros no están en los sistemas de información, en las plataformas de comercialización o si no están correctamente clasificados con los correspondientes metadatos.

Sistemas como DILVE³ en España o Metabooks⁴ en Brasil son cruciales para la visibilidad y comercialización de libros en español y en portugués. Aún está pendiente la tarea de lograr sistemas similares para otros países latinoamericanos o incluso para el conjunto de ellos. La evolución o transformación

² Hoy se habla de *descubribilidad* (*discoverability*) para referirse a la posibilidad de los libros para ser encontrados, básicamente en sistemas de información.

³ Federación de Gremios de Editores de España, DILVE. Distribuidor de información del libro español en venta (Disponible en: https://www.dilve.es/dilve/dilveweb/index_dilve.jsp)

⁴ MVB y Feria del Libro de Frankfurt, Metabooks (Disponible en: <http://metabooks.com/>).

de Repertorio Integrado de Libros en Venta en Iberoamérica —RILVI—⁵ sería una buena noticia para el sector. En lo que concierne específicamente al libro académico, destacan la iniciativa de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas Unebook y la base de datos Visibilidad y conocimiento⁶ de EULAC. La creación o el fortalecimiento de estos sistemas supondrán una gran oportunidad para la visibilidad del libro académico en español y portugués, para el aumento de las ventas y también para el reconocimiento de la ciencia producida en ambos lados del Atlántico y publicada en forma de libros. Resultan tremendamente paradójicas las cifras de exportación. Como apunta Millán, “mientras que el 23 % de los libros que importan los países latinoamericanos (incluyendo Brasil) provienen de la misma América y el 77 % de otros continentes, apenas un 2 % de los libros importados en España procede de países americanos”.⁷ Y, por otro lado, no deja de sorprender que en los estudios sobre prestigio de las editoriales académicas realizados a partir de la comunidad académica española solo aparezcan seis editoriales latinoamericanas entre las 100 extranjeras más destacadas.⁸ Estos datos señalan una falta de apreciación o de comunicación en la investigación realizada en los distintos países de la región. No cabe duda de que todas estas son cuestiones en las que hay que trabajar si se quiere potenciar no solo la industria editorial académica en español y portugués, sino también lo que subyace: la cultura, los valores compartidos y los temas de investigación que nos preocupan.

⁵ CERLALC, RILVI (Disponible en: <http://www.cerlalc.org/rilvi/index.php>).

⁶ EULAC, Visibilidad y conocimiento (Disponible en: <http://www.eulac.org/visibilidad-conocimiento/>).

⁷ Millán, 2015.

⁸ Giménez-Toledo, E., ed., 2018.

Los formatos digitales pueden convertirse en aliados para desarrollar esta parte del mercado y, de paso, lo que cultural y científicamente conlleva. Publicar en digital implica una cierta transformación en las editoriales y, desde luego, cierta inversión. El retorno de esa inversión no es siempre inmediato pues, entre otras cosas, es necesario que los lectores adopten los libros digitales, se sientan cómodos con su manejo y lectura y los acaben demandando. Y aunque parece que los lectores académicos aún no están familiarizados con los formatos digitales,⁹ lo cierto es que la oferta creciente, el incremento de la práctica lectora digital y las facilidades para conseguirlos, serán razones suficientes para que este mercado crezca y se consolide.

A pesar de que estas cuestiones han sido ampliamente tratadas en la literatura científica, especialmente en el ámbito anglosajón y de manera destacada en el Reino Unido y Estados Unidos, son pocos los estudios que han tratado específicamente la edición de libros académicos en formatos digitales en el ámbito latinoamericano. Y puesto que no cabe duda de que se trata de un mercado específico y diferente, resultaba interesante y necesario abordar un estudio que permitiera describir en qué puntos se encuentra la edición universitaria en América Latina con respecto a la adopción de formatos digitales.

1. Libros de acceso abierto en América Latina

El movimiento de Acceso Abierto en América Latina ha sido muy destacado en lo que se refiere a revistas científicas. Las cifras muestran bien la extraordinaria acogida del acceso abierto en

⁹ Geoffrey Crossick, *Monographs and open access: a report to HEFCE* (Bristol: HEFCE, 2015. Disponible en: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20180322111256/http://www.hefce.ac.uk/pubs/rereports/year/2015/monographs/>).

Iberoamérica: Latindex registra 1731 revistas de acceso abierto en su directorio y el Directory of Open Access Journals —DOAJ— incluye 2718. El fenómeno queda constatado si, además, se considera ese volumen de publicaciones en abierto en un contexto internacional, como hace Alperin:¹⁰

(1) The region is the largest in the world that attempts to increase scientific visibility and quality through regional portals; and (2) it exceeds other parts of the world (nearly fourfold) in the amount of research that is published online, free of charge, and free of most copyright restrictions [...] By one measure, over 70 % of the academic output of Latin America is open access (OA), while no other region of the world exceeds 20 % (Miguel et al., 2011). Moreover, there are signs that the open regional model for communicating science is one that might be replicated in other parts of the world, with some authors claiming that OA worldwide is “inevitable”.¹¹

Sin embargo, la adopción del acceso abierto es muy diferente para libros que para revistas científicas. Los desafíos para la publicación de libros académicos en abierto están relacionados con la financiación de las ediciones, con las políticas públicas y las medidas de apoyo al acceso abierto, con aspectos que conciernen a la propiedad intelectual e incluso con la percepción de los autores sobre el valor y el prestigio del libro impreso. Pero las ventajas que presentan las monografías en abierto son tan evidentes que en países como el Reino Unido o Estados Unidos se

¹⁰ Alperin, 2015.

¹¹ Lewis, 2012.

suceden los estudios, debates e iniciativas que están permitiendo salvar esos obstáculos.¹² Por un lado, las políticas públicas promueven e incluso financian parcialmente la publicación de libros en abierto. Por otro, se crean nuevas fórmulas de financiación de las ediciones, que abarcan desde las más altruistas a las más lucrativas: libros académicos publicados bajo un sello comercial pero cofinanciados por un conjunto de bibliotecas universitarias (Knowledge Unlatched, Library Publishing Coalition); editoriales que surgen con la vocación de publicar exclusivamente en acceso abierto y que cuentan con un fuerte apoyo de las universidades o con modelos de negocio novedosos; o pago de tasas por publicación (*Book Processing Charges* —BPC—) a las grandes editoriales académicas, siguiendo el esquema exitosamente probado —en términos empresariales— en revistas científicas. La efervescencia del tema es evidente en la edición académica anglosajona, tradicionalmente fuerte en términos económicos y de prestigio, y sustentada en una potente actividad científica.

Por el contrario, son escasos los estudios e iniciativas que se refieren a los libros académicos de acceso abierto iberoamericanos. Y sin embargo parecen especialmente necesarios, teniendo en cuenta no solo la rápida adopción del acceso abierto en revistas científicas, sino también la enorme producción editorial de algunos países como Brasil, España, México, Argentina y Colombia. En el caso de España, se estima que un 17 % de todos los libros registrados en DILVE desde su creación son académicos, entendiendo por estos los que aparecen clasificados en alguna disciplina científica.¹³ Por otra parte, y para obtener una medida

¹² Michael Jubb, *Academic books and their future: A Report to the AHRC and the British Library* (Londres, 2017). Disponible en: https://academicbookfuture.files.wordpress.com/2017/06/academic-books-and-their-futures_jubb1.pdf.

¹³ Elea Giménez-Toledo, ed., *La edición académica española. Indicadores y*

aproximada de lo que supone la edición universitaria en estos países, conviene recordar los datos de CERALC que apuntan a que un 10,2 % de las editoriales en Argentina son universitarias, en Brasil representan un 23,3 %, en México un 18,4 % y en Colombia un 15,2 %.¹⁴

Lo descrito hasta el momento enmarca el objeto de la investigación que se presenta. Este capítulo es el germen de este libro y del proyecto de investigación *Prensas universitarias iberoamericanas* (CSO2015-63693-P). Pretende conocer las estrategias de publicación digital y el estado de la publicación de libros académicos en abierto en América Latina y contribuir, con este conocimiento, a un análisis y a una reflexión colectiva que considere especialmente el fortalecimiento y el reconocimiento del libro académico en español y en otras lenguas romances de la región.

2. Objetivos y metodología

El estudio que se presenta aquí se plantea varios objetivos relacionados con la estrategia de publicación digital y con el acceso abierto en editoriales universitarias latinoamericanas. Para ello se realizó una encuesta dirigida a editoriales universitarias de la mayor parte de los países latinoamericanos, que puede consultarse en el anexo del presente capítulo. A través de esta encuesta se han tratado de conocer las tendencias de publicación digital y de la publicación de libros académicos en acceso abierto. Con 143 respuestas de editoriales universitarias, esta encuesta representa el estudio más amplio realizado en el sector, lo que

características (Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2017. Disponible en: <http://ilia.cchs.csic.es/SPI/spi-fgee/docs/EAEV2.pdf>).

¹⁴ CERALC, 2017, p.18.

permite apuntar conclusiones firmes sobre edición digital y libros de acceso abierto en la región.

El cuestionario distribuido entre las editoriales universitarias, entre junio y septiembre de 2017, incluyó cuestiones relacionadas con: 1) las percepciones de los editores sobre la demanda que tiene el libro electrónico; 2) las tendencias de publicación digital, estimando el volumen de producción impresa y electrónica; 3) los criterios y formatos para publicar en digital; 4) la impresión bajo demanda; 5) los frenos que existen a la edición electrónica; 6) los canales de comercialización del libro electrónico; 7) la existencia de políticas de apoyo al acceso abierto en las universidades; 8) el volumen de publicación de libros académicos en abierto y el estado en que se encuentran los programas de publicación en abierto; 9) los modelos de publicación en abierto; 10) los canales para ofrecer los libros en abierto; 11) el grado de participación en proyectos colaborativos sobre publicación de libros en abierto y 12) los asuntos que más preocupan a los editores en relación con la edición y publicación digitales.

En lo que concierne específicamente a los libros académicos de acceso abierto, se planteaba como objetivo global sondear el grado de conocimiento que tienen los editores universitarios sobre las monografías de acceso abierto y los desafíos que presentan. Asimismo, el estudio ha permitido conocer las diferencias entre países o los puntos en común en relación con esta cuestión, así como la distancia o acercamiento a las corrientes internacionales en el acceso abierto en libros académicos.

La tasa de respuesta ha sido variable según los países. Es importante apuntar que en los países de América Latina que participan en EULAC, a través de las redes nacionales de editoriales universitarias, la encuesta se distribuyó a través de EULAC y de la asociación nacional correspondiente. En estos casos, se sabe cuál

era el número total de editoriales destinatarias del cuestionario y cuál, por tanto, la tasa de respuesta. En los países en los que no hay red nacional de editores universitarios, el contacto se realizó a través de CERLALC. En este caso, la difusión del cuestionario no se realizó solo entre editoriales universitarias, por lo que no sería correcto calcular la tasa de respuesta, puesto que el número total de editoriales destinatarias no son solo universitarias.

En la tabla 5.1 muestra las cifras exactas de editoriales destinatarias y participantes en cada uno de los países de América Latina en los que se ha podido realizar la consulta:

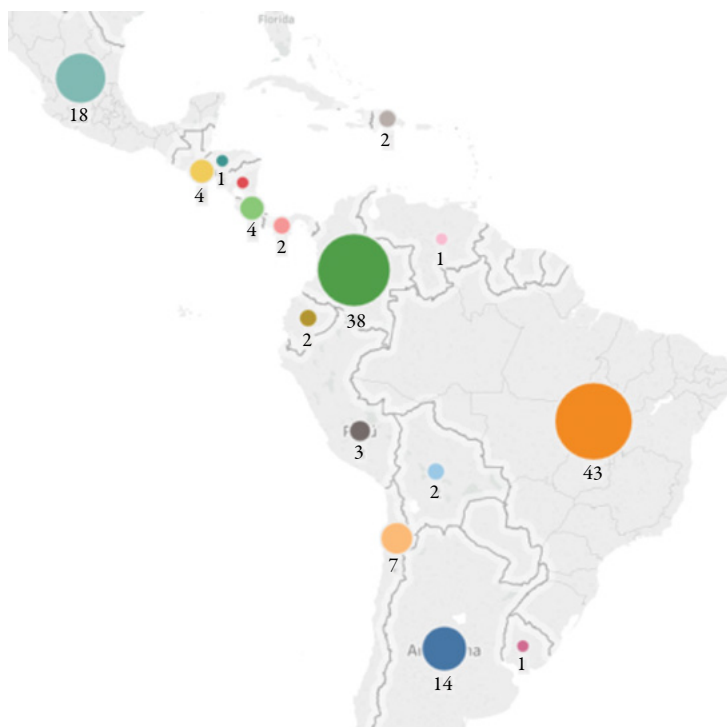


Figura 5.1. Tasa de respuesta por países. Porcentajes

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.1. Tasa de respuesta por países. Número de casos y porcentajes

<i>País</i>	<i>Red</i>	<i>Número de editoriales</i>	<i>Número de respuestas</i>	<i>Tasa de respuesta</i>
Argentina	REUN+REUP	59	14	23,73
Bolivia	Sin red. CERLALC	18	2	N/A
Brasil	ABEU	123	43	34,96
Chile	Sin red. CERLALC	77	7	N/A
Colombia	ASEUC	67	38	56,72
Costa Rica	SEDUCA	5	4	80,00
Cuba	Sin red. CERLALC	27	0	N/A
Ecuador	REUPDE	34	2	5,88
El Salvador	SEDUCA + Contactos directos	1	4	N/A
Guatemala	SEDUCA	1	0	0,00
Honduras	SEDUCA	3	1	33,33
México	Altexto	50	18	36,00
Nicaragua	SEDUCA	2	1	50,00
Panamá	SEDUCA	3	2	66,67
Paraguay	Sin red. CERLALC	25	0	N/A
Perú	Sin red. CERLALC	7	3	N/A
República Dominicana	SEDUCA+ Contactos directos	1	2	N/A
Uruguay	Sin red. CERLALC	14	1	N/A
Venezuela	Sin red. CERLALC	54	1	N/A
		571	143	

Fuente: Elaboración propia.

3. Resultados I: publicación académica digital

La primera parte del cuestionario estaba encaminada a conocer cómo se está produciendo la evolución hacia la edición digital y qué problemas se pueden estar planteando en las editoriales universitarias latinoamericanas.

Un aspecto clave para la adopción de formatos digitales y todos los cambios que eso puede conllevar en una editorial es la acogida que el lector da a los nuevos formatos. Siguiendo la opinión o percepción de las editoriales, así como los estudios de mercado que han estado a su alcance, parece haber una división de actitudes en el lector. Un 49 % de las editoriales señalan que el libro electrónico tiene demanda por parte del lector académico, pero que la oferta aún no es grande, pues económicamente no es rentable. Esta apreciación tiene relación, sin duda, con el hecho de que no se hayan replanteado los modelos de financiación de la edición o con la previsión de retornos —económicos o no— en el medio/largo plazo. Otro 33 % de las editoriales indican, sin embargo, que el lector académico aún no está familiarizado o no demanda el libro electrónico. Este dato coincide con los estudios llevados a cabo en el Reino Unido,¹⁵ en los que se advierte del lento acercamiento de los lectores a los soportes digitales, pero también del inevitable crecimiento de la demanda a medida que vaya aumentando la oferta de títulos en digital.

Los datos de la producción editorial permiten conocer el perfil de las editoriales universitarias latinoamericanas. A pesar de la falta de respuestas de algunas editoriales —especialmente a las preguntas sobre producción digital—, se puede saber, por los resultados de esta consulta, que la mayor parte de ellas son

¹⁵ Michael Jubb, *Academic books and their future: A Report to the AHRC and the British Library* (Londres, 2017. Disponible en: https://academicbookfuture.files.wordpress.com/2017/06/academic-books-and-their-futures_jubb1.pdf) y 2018.

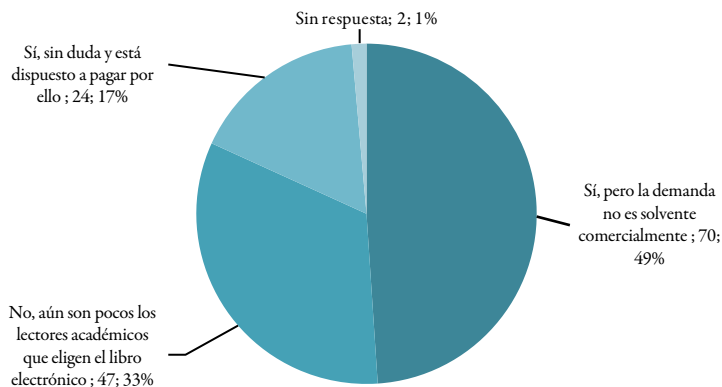


Figura 5.2. Demanda del libro electrónico por parte del lector académico.
Número de casos y porcentajes

Fuente: Elaboración propia.

pequeñas o medianas editoriales. Observando los datos de producción editorial en 2016, un 66 % de las editoriales publicaron entre uno y ochenta títulos impresos, mientras que solo un 12 % publicaron más de ochenta títulos, dándose solo dos casos por encima de los trescientos libros (véase la siguiente tabla). Este

Tabla 5.2. Distribución de las editoriales en función del volumen de publicación de libros impresos. Número de casos

<i>Títulos impresos publicados en 2016</i>	<i>Nº editoriales</i>	<i>Títulos impresos vivos en el catálogo</i>	<i>Nº editoriales</i>
0 / N/A	32	0 / N/A	46
1 a 80	94	1 a 225	59
81 a 160	11	226 a 450	15
161 a 240	2	451 a 675	9
241 a 320	2	676 a 900	4
321 a 400	1	901 a 1125	3
401 o más	1	1126 o más	7

Fuente: Elaboración propia.

dato es importante como referencia para saber cómo es de fuerte la edición digital. La mayor parte de las editoriales que hacen edición digital (45 %) publicaron entre 1 y 32 títulos. 46 de las 143 editoriales que respondieron no publican aún en formato digital, aunque la mayor parte de ellas (un 90 %) tiene previsto hacerlo.

Tabla 5.3. Distribución de las editoriales en función del volumen de publicación de libros digitales. Número de casos

<i>Títulos publicados en versión digital en 2016</i>	<i>Nº editoriales</i>	<i>Títulos vivos en versión digital en el catálogo</i>	<i>Nº editoriales</i>
0 / N/A	63	0 / N/A	65
1 a 32	65	1 a 95	59
33 a 64	8	96 a 190	8
65 a 96	2	191 a 285	6
97 a 128	2	286 a 380	0
129 a 160	1	381 a 475	0
161 o más	2	476 o más	5

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.4. Distribución de las editoriales en función del volumen de publicación en ambos formatos (impresos y digitales). Número de casos

<i>Títulos publicados en 2016, impresos/digitales</i>	<i>Nº editoriales</i>	<i>Títulos vivos en catálogo, impresos/digitales</i>	<i>Nº editoriales</i>
0 / N/A	60	0 / N/A	111
1 a 50	67	1 a 50	20
51 a 100	7	51 a 100	5
101 a 150	3	101 a 150	0
151 a 200	4	151 a 200	2
201 a 250	0	201 a 250	1
251 o más	2	251 o más	4

Fuente: Elaboración propia.

Pero además de observar cómo se concentran las editoriales en torno a un volumen de publicación (tablas 5.2, 5.3 y 5.4), los descriptivos básicos del conjunto de respuestas del estudio aportan un patrón de publicación claro para las editoriales universitarias latinoamericanas (tabla 5.5). El valor que mejor contribuye a explicar este patrón es la mediana y, según él, las editoriales están publicando algo menos de la quinta parte de su producción en formato digital. La proporción aumenta considerablemente cuando se trata de libros en el doble formato (impreso y digital). En ese caso, puede decirse que más o menos la mitad de los títulos nuevos de una editorial se publican ya en ambos formatos. Pero si bien estos son valores que describen la generalidad de la muestra y pueden indicar una tendencia en el conjunto de la edición latinoamericana, es necesario atender a las enormes diferencias que se producen entre editoriales (los valores de la desviación típica son claro ejemplo de ello). Cuatro o cinco editoriales publican anualmente centenares de títulos, tanto en impreso como en digital, marcando una enorme distancia con respecto al resto de las editoriales. Así, por ejemplo, la UNAM cuenta con 1309 títulos publicados en 2016 en formato impreso, mientras que Edifes-Editora do Ifes, no cuenta con títulos publicados en formato impreso ese año. La UNAM publicó 508 títulos en ambos formatos (impreso y digital), mientras que editoriales como Univali o la Universidad Católica Silva Henríquez no tienen actividad editorial en el año 2016. Embrapa Informação Tecnológica cuenta con 2605 títulos en acceso abierto, mientras que la Editorial Universidad Austral de Chile, por ejemplo, cuenta con un único título en acceso abierto. La identificación de esta diversidad editorial ha de servir también para saber que la transformación digital ha de llegar a distintos tipos de editoriales y que para ello son necesarias distintas fórmulas, ayudas o estrategias.

Tabla 5.5. Producción editorial según formatos. Descriptivos básicos

	<i>Títulos publicados en 2016. Impreso</i>	<i>Títulos vivos en el catálogo. Impreso</i>	<i>Títulos publicados en 2016. Digital</i>	<i>Títulos vivos en el catálogo. Digital</i>	<i>Títulos publicados en 2016. Impreso/digital</i>	<i>Títulos vivos en catálogo. Impreso/digital</i>
Media	47,85	270,15	19,78	71,58	30,89	163,82
Mediana	18,00	115,50	4,00	12,00	10,00	18,50
Moda	10,00	10,00	0,00	0,00	0,00	2,00
Desviación típica	123,30	501,17	62,85	200,03	64,37	429,09

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a los libros que son objeto de publicación digital, la tendencia mayoritaria (43 % de las editoriales) es que se priorizan algunos títulos en particular: los muy especializados, las actas de congresos, las publicaciones de autores de la institución o aquellos títulos que no han contado con fondos para poder realizar una edición impresa. Un 31 % de las editoriales indica que para los nuevos títulos se publica ya en los dos formatos, mientras que solo un 5 % publican exclusivamente en digital. En cuanto a los formatos, los resultados muestran un claro predominio de los PDF y los Epub, siendo los demás claramente minoritarios.

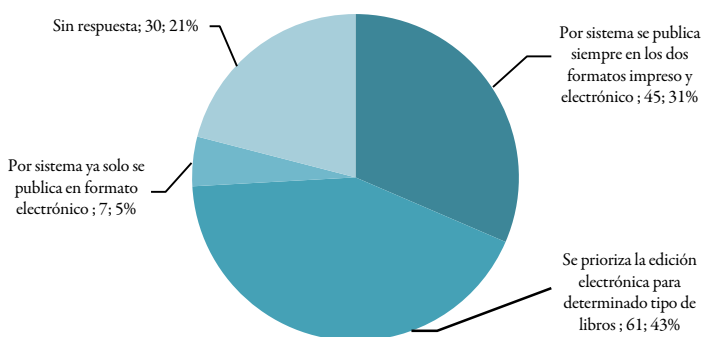


Figura 5.3. Criterios para publicar en digital una obra.
Número de casos y porcentajes

Fuente: Elaboración propia.

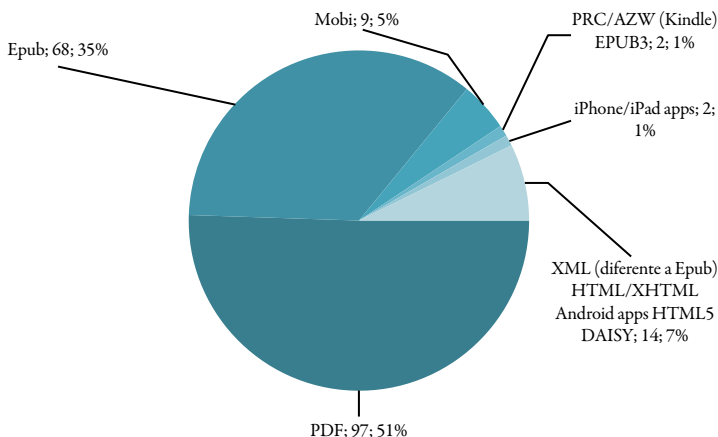


Figura 5.4. Formatos de publicación digital. Número de casos y porcentajes

Fuente: Elaboración propia.

Un asunto crucial en el desarrollo del libro electrónico es la comercialización y, en concreto, los canales que se utilizan para dar a conocer y vender los títulos. Los sitios web de las editoriales son los canales más empleados para la comercialización del catálogo junto con las librerías digitales como Amazon, Google Books o Apple, o librerías híbridas como La Casa del Libro, Gandhi o Fnac.¹⁶ De hecho, la mayor parte de las editoriales que utilizan más de un canal de venta, optan por esta combinación del propio sitio web y la librería digital. El uso de agregadores de contenido como E-libro, Proquest o Ebsco es señalado por el 15 % de las editoriales. Entre las opciones alternativas señaladas por un 10 % de las editoriales se encuentran las librerías locales, las ferias del libro y, por supuesto, las distribuidoras. También mencionan plataformas tecnológicas que proporcionan acceso a los libros electrónicos, protegiendo adecuadamente los contenidos

¹⁶ Con filial en Brasil.

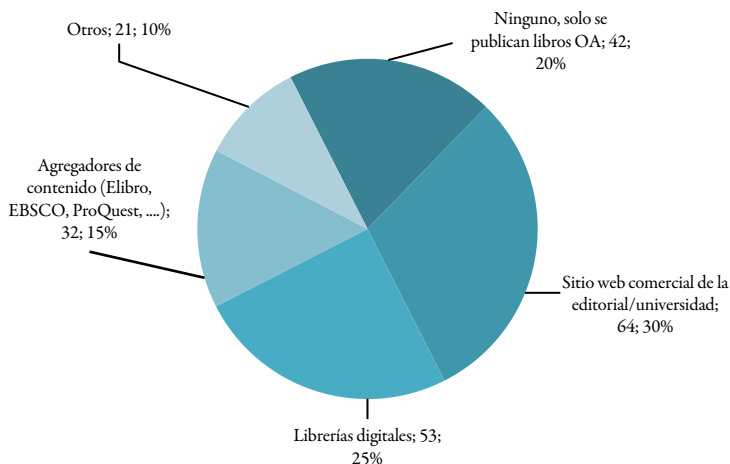


Figura 5.5. Canales utilizados para la comercialización de libros digitales.
 Número de casos y porcentajes

Fuente: Elaboración propia.

y a sus autores. Es preciso señalar que 42 editoriales dieron como respuesta que no utilizan canales para la comercialización, pues solo publican libros en abierto, algo que resulta cuestionable a la luz de los datos del apartado siguiente (publicación en acceso abierto).

4. Resultados II: libros académicos en acceso abierto

Solo algo más de un tercio de las instituciones (universidades) tienen una política específica sobre acceso abierto, materializada en la firma de manifiestos, decretos, etc. Esto implica cierta inmadurez del sistema, pues sin el marco político es difícil desarrollar acciones específicas en el plano práctico de la edición. Sí que parece que se está produciendo un cambio paulatino, pues otro tercio de las instituciones están desarrollando esas políticas o, al menos, estudiando la posibilidad de implantarlas.

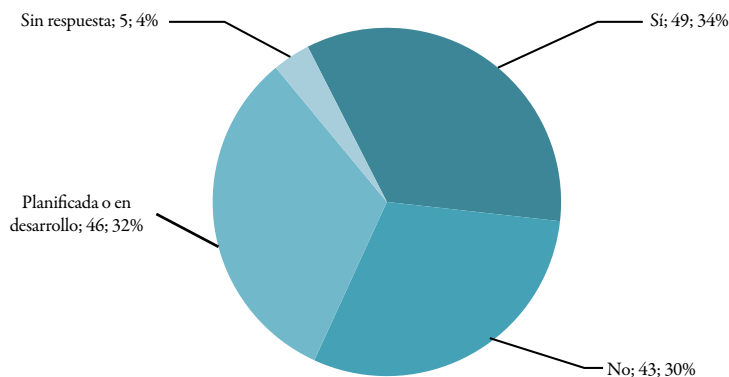


Figura 5.6. Política de acceso abierto explícita en la universidad.

Número de casos y porcentajes

Fuente: Elaboración propia.

A pesar de esa falta de regulación institucional, un 60 % de las editoriales (86) participantes en el estudio están publicando en acceso abierto, aunque en distintos grados o con distinta intensidad. Muchas publican revistas en abierto pero la situación es muy distinta para libros académicos.

Los porcentajes que los libros en acceso abierto representan respecto al conjunto del catálogo son aún pequeños. En 40 de las editoriales participantes, los libros en abierto pueden llegar a suponer hasta un 20 % de los catálogos, mientras que en 17, los títulos en acceso abierto representan entre un 21 y un 40 % del catálogo. En el resto de editoriales los porcentajes de publicación en abierto son muy bajos.

Analizando las respuestas abiertas obtenidas a la pregunta sobre las razones para no publicar en abierto, destaca el desconocimiento (no se ha explorado el modelo, la financiación del acceso abierto en libros, ni la gestión de derechos de autor), la falta de recursos para hacerlo sostenible o el rechazo de los autores. También se detecta confusión: “no estamos publicando

Tabla 5.6. Producción editorial en acceso abierto. Número de casos

<i>Número de títulos ofertados en acceso abierto</i>	<i>Número de editoriales</i>	<i>Porcentaje de libros en acceso abierto con relación al conjunto del catálogo</i>	<i>Número de editoriales</i>
0	67	0	74
1 a 90	64	1 a 20	40
91 a 180	8	21 a 40	17
181 a 270	0	41 a 60	2
271 a 360	1	61 a 80	1
361 a 450	1	81 a 100	9
451 o más	2		

Fuente: Elaboración propia.

en abierto pero estamos estudiando la entrada de fondos en Unebook” cuando esta plataforma comercializa contenidos o “todas nuestras obras están protegidas por derechos de autor”, como si lo publicado en acceso abierto no pudiera estar protegido.

Una afirmación común entre las editoriales es “Necesitamos vender los libros para poder hacer más libros”. Esto implica que las ventas sí son objetivo importante de algunas editoriales universitarias, que el acceso abierto va contra esa lógica comercial y que los retornos no económicos no están siendo considerados por las universidades. En ocasiones, las editoriales han señalado que los libros no se publican en abierto para recuperar algo de la inversión, mientras que en revistas sí se opta por el modelo de acceso abierto.

Los miedos de los autores están relacionados principalmente con una falsa concepción de que la monografía de acceso abierto es de segunda categoría (falta de conocimiento) y también por la inseguridad que les genera con respecto a los derechos de autor (creen que la obra es más vulnerable desde el punto de vista de la protección intelectual). Así se deduce de las respuestas

abiertas de los editores y también de algunas entrevistas mantenidas con ellos.

Volviendo a las editoriales y a sus prácticas, cabe señalar que la heterogeneidad también se registra en las políticas sobre los títulos que se publican en abierto. En la mayor parte de los casos (54 editoriales, 38 %), los títulos en acceso abierto se publican en distintas series o colecciones. Pero también es destacable que 26 editoriales hayan desarrollado ya colecciones que publican todo en acceso abierto. Este dato permite observar la enorme distancia que hay entre editoriales de la región que ni publican en acceso abierto ni se lo plantean y aquellas que lo han adoptado firmemente.

Sin embargo, en el análisis de las respuestas hay que destacar la falta de respuestas en 63 casos, lo que puede interpretarse como una falta de comprensión de la pregunta, pero también —parece lo más probable a raíz de las conversaciones con editores— como consecuencia de la diferencia terminológica y conceptual de lo que es una colección.

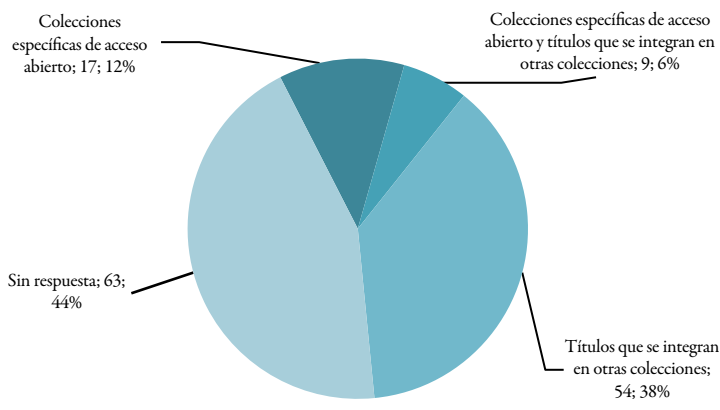


Figura 5.7. Presencia o no de colecciones específicas para publicar en acceso abierto. Número de casos y porcentajes

Fuente: Elaboración propia.

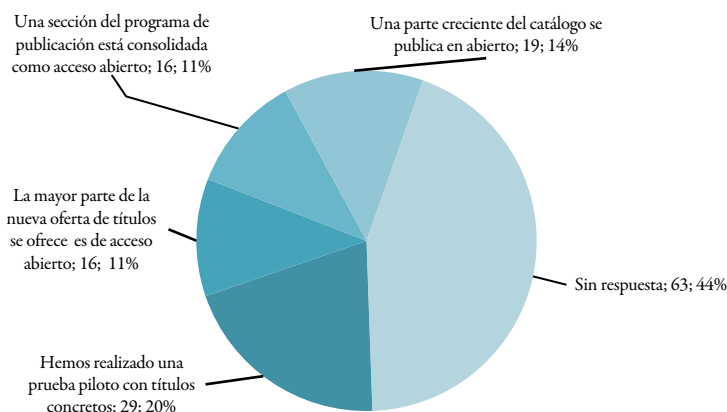


Figura 5.8. Fase de desarrollo del modelo de acceso abierto.

Número de casos y porcentajes

Fuente: Elaboración propia.

Al preguntar por el estadio en el que se encuentra el desarrollo de los libros académicos de acceso abierto en las editoriales universitarias latinoamericanas, se observa diversidad y también falta de definición, pues son muchos los casos en los que no se ha respondido: 63 editoriales no han ofrecido respuesta. Algunas consideran que su catálogo de libros en abierto es creciente (14 % de las editoriales); en un 11 % de los casos, una sección consolidada del catálogo es de acceso abierto; en otro 11 % de los casos casi todo lo nuevo que se publica es en acceso abierto y en un 20 % de las editoriales se están desarrollando proyectos piloto para desarrollar la edición en abierto, que permiten obtener información muy valiosa para la toma de decisiones sobre la viabilidad e interés del modelo, la respuesta de los consumidores y otros factores importantes (ver figura 5.8).

Han sido numerosas las faltas de respuesta en la pregunta relativa al modelo de negocio/financiación de la edición en abierto, lo que resulta muy significativo. El cuestionario aportaba

respuestas cerradas (vía verde, vía dorada, etc.) junto con las correspondientes definiciones de cada modelo. Sin embargo, 65 editoriales no indicaron nada acerca del modelo seguido. Entre las que sí ofrecieron respuesta, hay otro dato paradójico. La vía dorada, es decir, el acceso abierto inmediato gracias al pago que hace el autor o la institución es señalada por una gran parte de las editoriales (44; 31 %). La paradoja está en que en la revisión de los sitios web de las editoriales universitarias,¹⁷ que el equipo de investigación realizó en busca de información para contrastar los datos de la encuesta, apenas son dos o tres editoriales las que mencionan esa posibilidad de pago del autor, por lo que no parece que sea una fórmula extendida, al menos no está publicitada y dista mucho de ser parecida a la que se da en las editoriales académicas anglosajonas, que sí que adoptan esta fórmula de financiación de las ediciones en abierto.

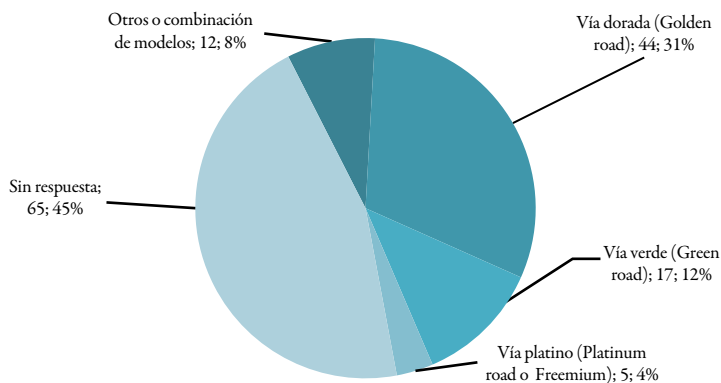


Figura 5.9. Modelos de negocio para la publicación en abierto.

Número de casos y porcentajes

Fuente: Elaboración propia.

¹⁷ Véase Capítulo 7.

Siguiendo la vía dorada se opta por depositar la carga económica del proceso en el autor o su institución y, probablemente, en la línea de los presupuestos de proyectos de investigación que incluyen, cada vez con mayor frecuencia, partidas específicas para cubrir los costes por publicación en acceso abierto. Para que este marco de financiación se dé, no solo debe haber políticas públicas de promoción del acceso abierto, sino también políticas de investigación que establezcan presupuestos adecuados para la investigación, incluyendo en ellos las partidas para publicación en abierto.

La vía verde es la segunda más frecuente, con un 12 % de las respuestas; los autores pueden acceder al texto sin ninguna traba, siendo las instituciones o autores quienes, habitualmente, auto-archivan el texto en un repositorio. Las combinaciones de otros modelos y la vía platino (en este último caso, los servicios de valor añadido se comercializan pero el acceso al texto es libre) son minoritarias respecto a las anteriores.

Las licencias para el uso y difusión de los contenidos científicos en abierto, en este caso para los libros, también parecen ser objeto de desconocimiento. De nuevo, un número elevado de editoriales (64) no aportó respuestas específicas sobre las licencias utilizadas, mientras que 37 (26 %) no las utilizan y solo 42 (29 %) hacen uso de ellas. Esto equivale a decir que apenas un tercio de las editoriales están previendo algún tipo de protección legal para las obras que publican en abierto. Las licencias Creative Commons,¹⁸ las más extendidas a nivel mundial y también las que más utilizan las editoriales universitarias consultadas, permiten que se produzca el acceso al conocimiento publicado en abierto, manteniendo la integridad de la obra y

¹⁸ Creative Commons (Disponible en: <https://creativecommons.org/>).

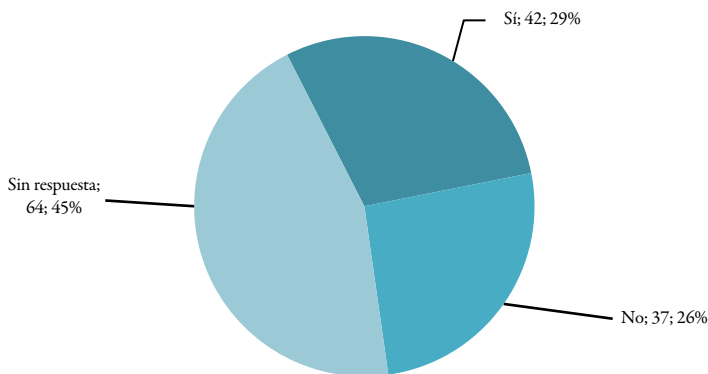


Figura 5.10. Uso de licencias para los libros en abierto.
Número de casos y porcentajes

Fuente: Elaboración propia.

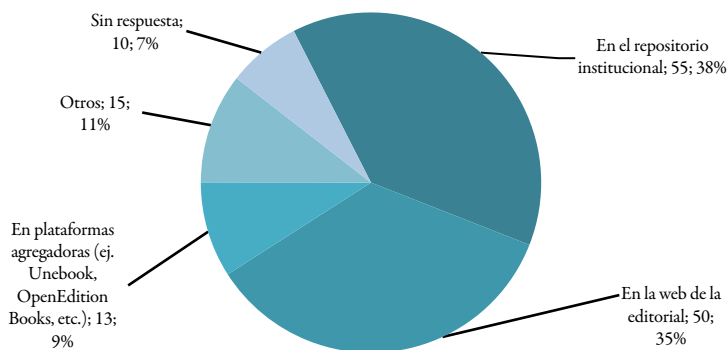


Figura 5.11. Canales en los que se ofertan libros académicos en abierto.
Número de casos y porcentajes

Fuente: Elaboración propia.

protegiendo la propiedad intelectual de su autor. El hecho de que solo 42 editoriales declaren estar utilizando algún tipo de licencia señala, sin duda, un enorme campo de trabajo, no solo para que puedan ofrecer a sus autores opciones de publicación

en abierto, sino también para que puedan informarles de la protección de sus derechos.

Otro de los aspectos relevantes para el desarrollo de los libros en acceso abierto es su visibilidad y su *descubribilidad*, es decir, la posibilidad de ser vistos y encontrados en la red. Los resultados de este estudio muestran que los canales mayoritarios para ofrecer los libros en abierto son los repositorios institucionales, a los que recurre el 38 % de las editoriales, seguidos de los sitios web de las propias editoriales (35 %). Un total de 12 editoriales compaginan los dos canales. Solo el 9 % recurre a plataformas agregadoras como OpenEdition Books o Unebook. La inclusión de libros en abierto publicados por editoriales latinoamericanas en directorios como Directory of Open Access Books —DOAB— o en el repositorio asociado OAPEN Library, es mínima,¹⁹ a juzgar por las respuestas de las editoriales y también de los títulos que DOAB recupera a partir de SciELO books. Este último recurso, que da cabida tanto a libros en abierto como a libros en venta, solo incorpora fondos de algunas editoriales brasileñas y de una colombiana, la Editorial Universidad del Rosario. Habitualmente, los criterios para formar parte de estas plataformas están relacionados con el uso de alguna licencia de acceso abierto (Creative Commons) y con la aplicación del sistema de revisión por expertos (*peer review*) en los libros.

La multiplicación de canales para hacer visibles y accesibles los libros en abierto es una estrategia de indudable interés para las editoriales, pues aumenta las posibilidades de que un título sea encontrado, leído o citado. Sin embargo, lo que muestran los datos es que no se están aprovechando bien los distintos canales

¹⁹ DOAB no permite la búsqueda por idioma o país de publicación, por lo que no puede obtenerse una cifra aproximada de libros en español o portugués ni de los editados por editoriales latinoamericanas.

existentes. Se puede concluir que sería necesario formar a los editores en las estrategias de visibilización y difusión de su catálogo y en los sistemas de información que ya existen específicamente para los libros académicos en abierto, junto con los requerimientos que hay —entre ellos el uso de licencias— para formar parte de los mismos.

La participación en iniciativas colaborativas para la edición o visibilización de los libros en abiertos es aún minoritaria, pues solo un 15 % de las editoriales (22) indican que han participado ellas mismas o las bibliotecas de sus universidades en iniciativas como OpenEdition Books o OAPEN Library. Solo una editorial participa en el esquema de cofinanciación de libros en abierto Knowledge Unlatched, la editorial Embrapa Informação Tecnológica. 60 editoriales no respondieron a la cuestión, mientras que 61 declaran no participar en ninguna de estas iniciativas colaborativas. Si bien es cierto que estas iniciativas parten de países con un sector editorial académico y científico muy fuerte, también lo es que la entrada para editoriales de países iberoamericanos no está limitada. Por otra parte, no hay iniciativas a nivel iberoamericano que permitan afrontar el desafío que supone la edición de libros académicos en abierto y su financiación.

Además, en el cuestionario se realizó un ejercicio sencillo de prospectiva mediante la inclusión de una pregunta para que los editores indicaran qué modelo de gestión económica creen que se impondrá en el futuro a medida que se asienten las estrategias de publicación digitales. Las editoriales consultadas consideran, en un 43 % de los casos, que la financiación del acceso abierto será asumida por la propia universidad o por agencias u otros organismos (en este punto puede haber ciertas coincidencias con lo que está ocurriendo en el Reino Unido, por ejemplo), pero es llamativo que solo el 6 % crea que el pago de tasas formará parte del modelo de financiación del acceso abierto para las monografías o que el 18 % crea que se produzca una cofinanciación de las

ediciones. Sin embargo, un 28 % de las editoriales cree que el modelo que funcionará será el tradicional de venta de libros y recuperación de costes. De alguna manera, esta financiación tradicional o subsidio de la universidad denota conservadurismo frente a opciones más innovadoras como tasas de publicación en abierto o cofinanciación. Esto puede derivarse de una falta de análisis detallado sobre la oportunidad de afrontar el acceso abierto en libros y sobre las maneras de hacerlo.

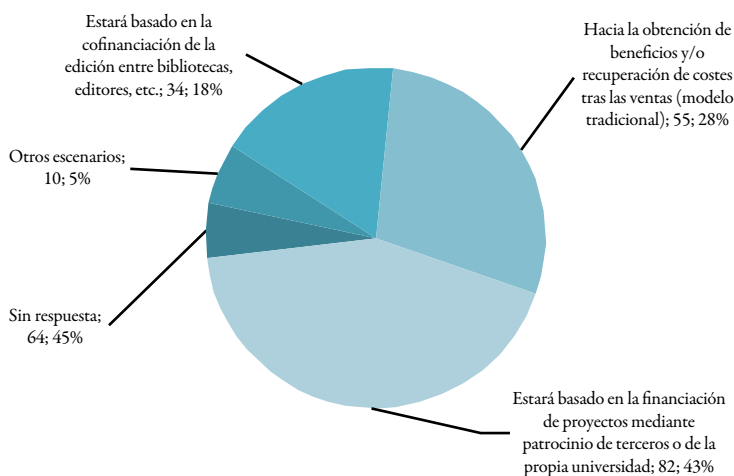


Figura 5.12. Prospectiva: valoración de los editores sobre la evolución del modelo de gestión económica a medida que se consolida la transición digital. Número de casos y porcentajes

Fuente: Elaboración propia.

Como cierre del estudio se planteó una pregunta para tratar de identificar los asuntos más críticos, a juicio de los editores, en el proceso de transformación digital de las editoriales, no solo en lo relativo al acceso abierto. Los aspectos que más preocupan a más editoriales son los relacionados con la comercialización (95 editoriales lo señalan como crítico o como un asunto que

preocupa mucho), los recursos humanos y la gestión de activos digitales. La tecnología, el modelo económico/de negocio y los recursos financieros también son cuestiones muy importantes para las editoriales consultadas. Son precisamente los recursos financieros junto con la piratería y los recursos humanos los aspectos que son considerados críticos por un mayor número de editoriales. Esos datos se corresponden bien con los análisis realizados en apartados anteriores. El cambio de modelo en las editoriales implica incertidumbres en los aspectos tecnológicos, pero también en todas las cuestiones que modifican las formas de comercialización, de protección de las obras y, desde luego, de financiación de la edición. A lo largo de este texto, la financiación aparece como uno de los grandes retos que deben afrontar las editoriales. Los formatos digitales permiten abrir un mercado deslocalizado, llegar a distintas partes del mundo

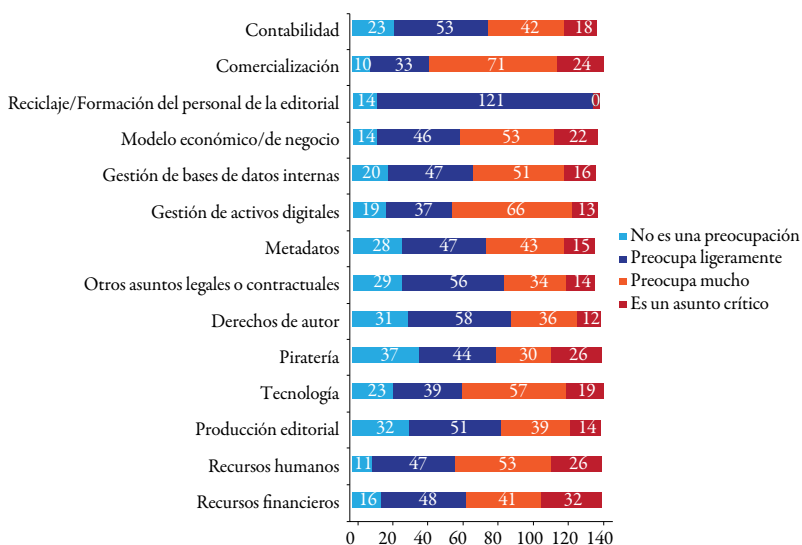


Figura 5.13. Asuntos que preocupan a las editoriales

Fuente: Elaboración propia.

con un catálogo. Para lograrlo, son muchas las transformaciones que han de darse en las editoriales y en este estudio se identifican aquellas que más preocupan o en las que más habrán de trabajar los editores.

Conclusiones

Así como en las revistas científicas el desarrollo del acceso abierto en América Latina ha sido muy fuerte, no puede decirse lo mismo en el caso de los libros. Según el estudio realizado, el desarrollo de los libros de acceso abierto en esta área geográfica está siendo muy desigual y hay pocas editoriales universitarias que apuesten con firmeza por el modelo. Se han detectado tres problemas fundamentales para su desarrollo: 1) falta de políticas institucionales que aboguen por promover el acceso abierto, afrontando el desafío que eso supone desde el punto de vista de la financiación, 2) falta de conocimiento de lo que supone el acceso abierto y de las oportunidades y amenazas que representa en concreto para el sector del libro (en algunas preguntas con respuestas cerradas, la falta de respuesta por parte de las editoriales es altísima); también se detecta bastante confusión en los conceptos clave y la terminología propia del acceso abierto, y 3) desconfianza por parte de los autores con respecto a la publicación de sus monografías, libros colectivos, etc. en acceso abierto.

Un 60 % de las editoriales participantes en el estudio están publicando en acceso abierto, aunque en distintos grados o con distinta intensidad. Mientras que una editorial supera los 2000 títulos (Embrapa Informação Tecnológica) y otra los 1000, la UNAM, hay 10 que publican un volumen considerable (entre 100 y 400 títulos en abierto). Sin embargo, el valor central (mediana) es de casi 20 títulos.

Tal y como se desprende de este estudio y de los innumerables que se están realizando en Europa y en Estados Unidos,

la financiación de las ediciones en abierto y, en concreto, de las monografías de acceso abierto es uno de los grandes temas de análisis y uno de los grandes desafíos. Si se considera que las fórmulas de financiación que están funcionando en las editoriales académicas más potentes son las basadas en el pago de tasas de publicación por parte de los autores, en el pago de las ediciones mediante cofinanciación de las editoriales universitarias o en las editoriales puramente de acceso abierto financiadas por las propias universidades o por empresas innovadoras (*start ups*), puede decirse que en el caso de América Latina se observa una divergencia notable. Como se apuntaba anteriormente, los editores consultados creen que se mantendrán los subsidios por parte de la universidad o de terceros y que se obtendrán ingresos por medio de las ventas, pero no confían —o no se están planteando— modelos más innovadores de financiación de la edición.

Vista la diversidad y la heterogeneidad de situaciones que se dan, cabe hacer algunas valoraciones generales. Si en el nivel político hubiera una apuesta clara por el acceso abierto que animara, instara u obligara a los investigadores a publicar en abierto (como sucede en la Unión Europea o en algunos de sus estados miembros como el Reino Unido), la cuestión de la financiación de las ediciones en abierto tendría que ser abordada tanto por las entidades financiadoras de la investigación como por parte de las universidades y editoriales universitarias. Esa acción conjunta y colectiva ayudaría al avance y maduración de los libros académicos de acceso abierto. Si no existen esas políticas —o existe indefinición— habrá iniciativas más o menos sólidas y más o menos acertadas en los modelos de edición y de negocio. Esa es la situación que se da en la actualidad. Hay desigualdad en el desarrollo, hay mucha falta de conocimiento y hay ausencia de directrices claras. Por lo tanto, faltan políticas claras, falta capacitación en las editoriales y —muy importante— entre los

autores y falta una acción colectiva para que el acceso abierto del libro académico en español y en portugués sea una realidad potente, visible y competitiva.

Puesto que el acceso al conocimiento es un objetivo que encaja perfectamente con la misión de la universidad, las monografías en abierto deberían entrar en la planificación de las editoriales universitarias. Para ello se requiere de un trabajo conjunto entre agencias de financiación de la investigación que promuevan o ayuden a la financiación de las ediciones, las editoriales universitarias y las bibliotecas en un nuevo rol (*Publishing Libraries*). Con este trabajo conjunto se podrá abordar el gran desafío: cómo se financia la edición de libros en abierto. En paralelo, es necesario establecer un programa de formación, tanto para editores como para académicos, que permita andar el camino del acceso abierto con profesionalidad y con certeza.

Anexo

Cuestionario sobre estrategia editorial digital y acceso abierto dirigido a editoriales iberoamericanas

PRENSAS UNIVERSITARIAS IBEROAMERICANAS: ESTRATEGIA EDITORIAL DIGITAL Y OPEN ACCESS

IDENTIFICACIÓN

Editorial:

Nombre de la persona de contacto:

Cargo:

Correo electrónico:

Teléfono (con prefijo internacional):

Dependencia orgánica de la editorial dentro de la universidad:

URL del sitio web de la editorial:

LIBRO DIGITAL

1. Según su percepción y los estudios de mercado de los que dispone ¿considera que en su entorno nacional el lector académico demanda cada vez más el libro electrónico?
 - o Sí, sin duda y está dispuesto a pagar por ello.
 - o Sí, pero la demanda no es solvente comercialmente.
 - o No, aún son pocos los lectores académicos que eligen el libro electrónico.

Si lo desea, puede hacer algún comentario sobre esta cuestión aquí:

2. Por favor, indique el número de títulos publicados por su editorial según formato:

Modalidad	Títulos publicados en 2016	Títulos vivos en el catálogo
Impreso		
Digital		
En ambos formatos (impreso/digital)		

3. Si ha señalado que publica títulos en formato electrónico, por favor, responda a las siguientes cuestiones:

3.1. ¿Qué criterios se tienen en cuenta para publicar en digital una obra?

- o Se prioriza la edición electrónica para determinado tipo de libros (actas de congresos, monografías, etc.). Por favor, indique cuáles.
- o Por sistema ya solo se publica en formato electrónico.
- o Por sistema se publica siempre en los dos formatos impreso y electrónico.

3.2. ¿En qué formatos se publica?

- o PDF
- o Epub
- o Mobi
- o PRC/AZW (Kindle) EPUB3
- o iPhone/iPad apps
- o XML (diferente a Epub) HTML/XHTML Android apps HTML5 DAISY
- o Otros. Por favor, indique cuáles

3.3. ¿Existe la opción de impresión bajo demanda?.

o Sí.

Por favor, indique en qué casos se ofrece (todo el catálogo, obras para minorías, publicadas recientemente, etc.)

o No

4. Si solo publica en formato impreso por favor responda a las siguientes cuestiones:

4.1. ¿Cuáles son las razones para no publicar en electrónico?

4.2. ¿Tienen previsto empezar a publicar en digital?

o Sí

o No

Indique por qué

5. ¿Qué canales utiliza su editorial para la comercialización de libros digitales? (puede usted señalar más de una opción)
- o Ninguno, solo se publican libros OA.
 - o El sitio web comercial de la editorial/universidad.
 - o Librerías digitales (Amazon, Google Books, Apple) o librerías híbridas que permiten la compra de libros digitales (La Casa del Libro, FNAC, Gandhi...).
 - o Agregadores de contenido (E-libro, EBSCO, ProQuest...).
 - o Otros. Por favor, especifique.

ACCESO ABIERTO

6. Su universidad ¿tiene una política de acceso abierto explícita?
- o Sí. Especifique, por favor (Declaraciones firmadas, Decretos, etc.)
-
- o No
 - o Planificada o en desarrollo
7. Su editorial ¿publica en acceso abierto?
- o Sí. Pase a la pregunta 8.
 - o No. Pase a la pregunta 7. a.
7. a. Si no publica en acceso abierto ¿puede señalar brevemente las razones? Luego pase a la pregunta 15.

8. Por favor, indique las siguientes cifras:

8.1. Número de títulos ofertados en acceso abierto

8.2. Porcentaje de libros en acceso abierto en relación al conjunto del catálogo

9. ¿Desarrollan colecciones específicas para publicar en acceso abierto o son títulos que se integran en otras colecciones?

- o Colecciones específicas de acceso abierto.
- o Títulos que se integran en otras colecciones.

9.a. Si ha indicado que hay colecciones específicas para el OA ¿qué las caracteriza?

10. ¿En qué estadio de desarrollo del modelo OA se encuentra su editorial?

- o Hemos realizado una prueba piloto con títulos concretos.
- o Una sección del programa de publicación está consolidada como acceso abierto.
- o Una parte creciente del catálogo se publica en abierto y cualquier título puede ser candidato si se dan ciertos requisitos.
- o La mayor parte de la nueva oferta de títulos que se ofrece es de acceso abierto.

11. ¿Cuál es su modelo de publicación en acceso abierto?
- o Vía dorada (Golden road)
Los textos son accesibles al lector sin ninguna traba, pero para poder ofrecerlos el coste de la edición es asumido por instituciones o autores.
 - o Vía verde (Green road)
Los textos son accesibles al lector sin ninguna traba. Normalmente son las instituciones o los autores quienes auto-archivan los textos en un repositorio para hacerlos accesibles al lector.
 - o Vía platino (Platinum road o Freemium)
Modelo híbrido en el que el texto está en acceso abierto pero algunos servicios de valor añadido sobre ese libro se comercializan.
 - o Otros o combinación de modelos. Por favor, explíquelo brevemente.
12. ¿Utiliza licencias para el uso de las publicaciones de acceso abierto?
- o Sí
 - o No
- 12.a. Si ha señalado que sí, ¿nos puede indicar qué tipo de licencias?
- -----

13. ¿En qué canales ofrece los libros en abierto?
- o En el repositorio institucional.
 - o En la web de la editorial.

- o En plataformas agregadoras (ej. Unebook, OpenEdition Books, etc.).
- o Otros. Por favor, indique cuáles.

14. Su editorial o la biblioteca de su universidad ¿están involucradas en alguna iniciativa colaborativa para la edición de libros OA (Library Coalition, Knowledge Unlatched, OpenEdition Books, etc.)?

- o No
- o Sí. Por favor, indique si es la editorial o la biblioteca quien está involucrada y en qué iniciativas

15. ¿Hacia dónde cree que evolucionará su modelo de gestión económica a medida que se consolide la transición digital de su editorial? (puede señalar más de una opción)

- o Hacia la obtención de beneficios y/o recuperación de costes tras las ventas (modelo tradicional).
- o Estará basado en el pago de los autores (OA fees).
- o Estará basado en la financiación de proyectos mediante patrocinio de terceros o de la propia universidad.
- o Estará basado en la cofinanciación de la edición entre bibliotecas, editores, etc.
- o Otros escenarios. Por favor, especifique cuáles

16. Por favor, indique cuáles de las siguientes cuestiones le preocupan —y en qué grado— en el modelo de edición digital de su editorial

	No es una preocupación	Nos preocupa ligeramente	Nos preocupa mucho	Es un asunto crítico
Recursos financieros				
Recursos humanos				
Producción editorial				
Tecnología				
Piratería				
Derechos de autor				
Otros asuntos legales o contractuales				
Metadatos				
Gestión de activos digitales				
Gestión de bases de datos internas				
Modelo económico/ de negocio				
Reciclaje/Formación del personal de la editorial				
Comercialización				
Contabilidad				

Observaciones o comentarios. Por favor, utilice este espacio para señalarnos cualquier cuestión relacionada con el propio cuestionario o con el objeto de estudio del mismo.

