

Parte II - Panorama de la edición académica de libros en acceso
abierto en América Latina

**Capítulo 6 - Edición digital y libros de acceso abierto em
América Latina: un análisis a partir de la información de los
editores**

Juan Felipe Córdoba Restrepo
Cristóbal Urbano Salido
Elea Giménez Toledo

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

CÓRDOBA RESTREPO, J.F., URBANO SALIDO, C., and GIMÉNEZ TOLEDO, E. Edición digital y libros de acceso abierto em América Latina: un análisis a partir de la información de los editores. In: GIMÉNEZ TOLEDO, E. and CÓRDOBA RESTREPO, J.F., eds. *Edición académica y difusión*. Libro abierto en Iberoamérica [online]. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario - Editorial Comares, 2018, pp. 153-181. ISBN 978-958-784-167-1. <https://doi.org/10.12804/th9789587841671.10>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Capítulo 6

Edición digital y libros de acceso abierto en América Latina: un análisis a partir de la información de los editores

Juan Felipe Córdoba Restrepo
Cristóbal Urbano Salido
Elea Giménez Toledo

Una visión complementaria al análisis estadístico sobre edición digital y acceso abierto la aporta la revisión de los comentarios realizados por los propios editores en la propia encuesta. Muchas de las preguntas previeron un espacio para las respuestas abiertas, en el que los editores pudieran matizar o ampliar la información que estaban ofreciendo en el propio cuestionario. El análisis de esas respuestas permite interpretar algo mejor los resultados y detectar algunas características o debilidades de las estrategias editoriales en relación con ambos temas.

En lo que concierne a la publicación en formato electrónico, es evidente que existe un conocimiento general sobre el

interés que tiene y sobre las formas de hacer edición digital. Sin embargo, se observa que en algunos casos ese conocimiento es superficial. Si se considera que una de las grandes oportunidades de la edición digital es la difusión del catálogo como uno de los ejes sustantivos del trabajo editorial, la capacitación en este ámbito se presenta como una prioridad.

Se puede apreciar que las personas al frente de los proyectos editoriales en las universidades de la región intuyen la importancia de la publicación digital, pero no avanzan en el desarrollo de la estrategia. Incluso se observa cierto romanticismo al hablar del papel como el soporte preferido, especialmente entre lectores de humanidades y ciencias sociales. Este argumento se repite una y otra vez en la encuesta. En este punto hay que tener en cuenta distintas cuestiones. La preferencia del lector por el papel puede ser real, pero igualmente puede ser fruto de la predilección del editor por el soporte. Es innegable que la adopción del formato digital no es un proceso inmediato, ni para lectores, ni para autores ni para editores. Requiere tiempo, pero un tiempo en el que poco a poco se van dando pasos. Si los editores aumentan su producción en digital es probable que la demanda aumente. Desde hace varios años quien decide el soporte es el lector.

Hay en la región un número de editoriales, si se quiere importante, que avanza en la publicación en formato electrónico, pero el estado de la misma requeriría de un trabajo constante que permita entender la publicación en este soporte como una herramienta eficiente para la comunicación científica. Las respuestas permiten ver que el tema está en la agenda de la mayoría de las editoriales universitarias de la región, aunque se observan bastantes diferencias entre países y también dentro de cada país. Para varias de las instituciones es importante contar con este soporte para sus publicaciones, entienden lo que significa para comunicar ciencia de una forma diferente o más amplia, pero

esto todavía requiere del desarrollo de estrategias que permitan aumentar su uso por parte de los lectores.

Tanto por lo que se afirma y cómo se hace, y quizás de forma más notoria por lo que no se dice, las respuestas abiertas de la encuesta ofrecen base para sustentar la hipótesis de que en conjunto hay una ausencia de proyecto claro para el desarrollo de una oferta relevante de títulos en digital, salvando excepciones normalmente vinculadas a las instituciones de mayor tamaño. Claro que hay oferta de publicaciones digitales, pero estas parecen ser más el resultado de una reacción, que de una planificación. Es importante señalar que, de acuerdo con las respuestas, la asignación de recursos económicos y humanos para el desarrollo de las publicaciones en formato electrónico es aún modesta en las universidades de América Latina, lo que puede sugerir, por ejemplo, que las instituciones de educación superior de la región todavía no han dado el paso para que la publicación en formato digital forme parte integral de los proyectos editoriales universitarios.

1. Demanda de libros electrónicos por parte del lector académico

A través de las respuestas de las editoriales es posible saber cómo es la demanda de libros electrónicos por parte de los lectores académicos. Ocurre con muchas preguntas abiertas del cuestionario que son respondidas solo por una parte de las editoriales. En el caso concreto de esta pregunta,¹ fue respondida por el 41,2 %. La falta de respuesta se puede interpretar como que, en este momento, este tema no ocupa la agenda de los editores de

¹ La pregunta se formulaba así: 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?

la región, o bien desconocen el tema o no cuentan con estudios nacionales que les permitan saber cómo evoluciona la demanda de contenidos digitales, o bien no les interesó responder esta pregunta. Se describen a continuación algunos de los asuntos que surgen y destacan de entre los comentarios de los editores.

Los libros impresos continúan representando las principales ventas mientras que los libros digitales y su comercialización todavía no son suficientemente solventes o demandados “Os livros eletrônicos produzidos por nós são pouco demandadas comercialmente”. También detectan esta falta de demanda en las ferias nacionales e internacionales del libro. En relación con este tema se apunta la necesidad de crear subsidios para poder incentivar el consumo de libros electrónicos.

Sobre el precio de los libros digitales, a veces se tiene la percepción de que son caros, quizá por esa falsa asimilación entre electrónico y gratuito: “O preço de livros digitais ainda é muito caro para que a demanda comercial seja condizente ao interesse pelo ebook”.

Existe un reconocimiento de que el formato electrónico representa una posibilidad para eliminar fronteras y se puede identificar un cierto despegue de las publicaciones digitales. Es innegable que lo digital crece, pero a la fecha la velocidad de este crecimiento no es la más rápida, igual que la demanda del recurso del libro digital, es por eso que los indicadores señalan que su uso todavía es lento:

La edición y publicación de libros electrónicos en el entorno académico ha sido una práctica que desde hace aproximadamente 10 años ya se ha venido ejerciendo. Sin embargo, ha sido en los últimos 5 años cuando realmente se ha podido identificar una mayor producción de ediciones en este soporte. En los últimos años, las editoriales universitarias han

buscado ofrecer un mayor número de títulos electrónicos, ya sea a través de sus propios portales institucionales o en diferentes sistemas de información en línea, comerciales o gratuitos.

El libro digital se asocia habitualmente a libro gratuito. Un editor lo describe así: “Desafortunadamente los lectores son escasos porque cuando invierten prefieren pagar la versión impresa o una copia. Si la versión electrónica no es Open Access no la consultan y mucho menos la descargan del sitio oficial”. Otro apunta “El lector académico sí prefiere el libro digital pero no está dispuesto a pagar por él. Además, quieren que la experiencia de acceso y descarga sea fácil y tener la opción de imprimirlo y compartirlo libremente”. Sin duda, detrás de estos planteamientos hay una falta de conocimiento y de sensibilidad sobre el trabajo editorial y sobre el esfuerzo de los autores y la necesidad de proteger su propiedad intelectual. Esto sugiere una necesidad de formar mínimamente a los lectores sobre las aportaciones de los editores y autores, sobre el reconocimiento y la valoración de su trabajo, incluso en obras que se publican en abierto.

Otros temas que sobresalen entre los comentarios son la falta de desarrollo tecnológico e inversión económica y en recursos humanos para hacer visibles los libros digitales; los altos costos de la tecnología; la desconfianza que existe con las plataformas para pagos; la necesidad de contar con estudios de mercado; las limitaciones que aún presenta la lectura en el soporte digital; y, desde luego, la necesidad de contar con políticas institucionales claras que apuesten por este tipo de edición.

2. Lo que se edita en formato electrónico

Un 40 % de las editoriales aportaron información adicional sobre los materiales o tipos de libros que se están publicando

en formato digital. Algunas indican (véase el capítulo 5) que todo lo que publican es en formato digital. Sin embargo, otras reservan para la edición electrónica algunos tipos de materiales como los manuales de cátedra, tesis —aunque no llegan a definir si estas abarcan todos los ciclos— y, desde luego, para libros descatalogados, que no volverán a imprimirse pero que tienen una segunda vida gracias a versiones digitales, con frecuencia en formato PDF de poco valor añadido. Un editor señala que se deciden por la edición electrónica “Solo cuando se agotan las ediciones impresas y queremos sacar un pequeño tiraje para el mercado local. Pero estamos pensando hacerlo también para ventas cortas en el extranjero previo acuerdo con algunas empresas que prestan este servicio en los países a donde llegamos”. Este es, sin duda, un aspecto clave de la publicación electrónica: la posibilidad de llegar a lectores de otros países y de ampliar el mercado para obras que normalmente son para minorías. El propio comentario sugiere que esa visión de la publicación electrónica es incipiente y que aún no existe un proyecto editorial claro en las instituciones de educación superior.

Una de las respuestas llama la atención pues indica que para poder atender la impresión bajo demanda es necesario contar con versión electrónica, lo que parece desconocer que es independientemente del soporte, el proceso de diagramación ya permite contar con esta.

El editor no tiene siempre la última palabra. Los autores desempeñan un papel importante sobre la publicación en digital, tanto para proponer o aceptar que su obra se publique en formato electrónico como para rechazarlo por algunos de los motivos que se han apuntado anteriormente (fundamentalmente relacionados con la protección intelectual de la obra).

3. Barreras y enfoques que limitan la apuesta por una oferta digital de libros

A partir del 26 % de las editoriales que aportaron información adicional al cuestionario, se pueden identificar las principales razones para no publicar en electrónico. La mayor parte de ellas están relacionadas con cuestiones en parte abordadas ya en la sección anterior, pero que adquieren una dimensión completa a la vista de la respuesta a la pregunta 4.²

En primer lugar, había que considerar que con muy buen criterio algunos entrevistados imputan una gran parte de la explicación a la falta de un proyecto editorial solvente y con planificación estratégica. Ya sea por la ausencia de un proyecto o por su formulación sin una base sostenible, de nuevo se reconoce la falta de recursos humanos y su falta de capacitación como una limitación y se relaciona con la imposibilidad de crear plataformas para la difusión o comercialización de libros electrónicos. Bien es cierto que hay plataformas que aúnan la producción de las editoriales para su comercialización pero, en cualquier caso, son necesarios los recursos para la negociación con las plataformas, para el desarrollo de las adaptaciones técnicas, etc. Finalmente, pero no menos importante, se hace mención de la dificultad de superar trabas administrativas, tal y como recalca un editor: “A impossibilidade de comercialização direta, emissão de nota fiscal, o que nos impede de participar de um modelo de distribuição das grandes plataformas de mercado editorial digital”.

El apego al libro como objeto tangible, reconocible en el acervo personal del comprador, así como la costumbre, el confort y eficacia de la lectura en papel es otra de las razones que se repite. Se afirma

² ¿Cuáles son las razones para no publicar en electrónico?

No existe una demanda de publicaciones en formato electrónico. Por una parte, no existe costumbre de leer en formato electrónico y, como apunta un editor “Todavía le apostamos a la lectura amable que facilitan los libros impresos”. Por otra parte, buena parte de las publicaciones son manuales de trabajo que los estudiantes deben usar en sus materias, y deben hacerlo en formato impreso.

De los comentarios se desprende también que el formato electrónico provoca, además, dos tipos de inseguridades: la primera relacionada con los derechos de autores o con la piratería; la segunda, relacionada con las inseguridades de las redes de comunicaciones, la apropiación de contenidos y la volatilidad de los mismos.

Se apuntan también otras razones como las propias características del mercado editorial y el desarrollo actual de la comercialización de libros electrónicos, así como la falta de proveedores de servicios para producir textos digitales. Esto es necesario contextualizarlo, no en todos los países es igual, en algunos y desde hace varios años es posible contar con proveedores para procesar contenidos en formato digital, en otros este recurso puede estar un poco limitado. Es posible que la identificación de los potenciales proveedores esté en proceso, esté en construcción.

A pesar de que no publican en digital, los editores que han respondido a la pregunta 4 reconocen las ventajas de este tipo de publicación. Sin embargo, por distintas razones, no dan el paso para diseñar una estrategia de publicación digital y se sigue hablando del futuro inmediato para hacerlo. Los editores expresan que la publicación digital es “uma tendência extremamente necessária de sobrevivência para o futuro editorial”. Frente a las ventajas de la edición electrónica, también consideran los

problemas de financiación que les puede plantear, como indica este editor: “Existen propuestas de publicación muy interesantes pero con un público muy específico. En ese sentido se dificulta su financiación, puesto que no puede garantizarse el recupero de los montos invertidos”.

4. Canales para la comercialización de libros digitales

Un 41 % de las editoriales indicaron canales específicos para la comercialización de sus libros digitales. Lo primero que puede señalarse es la variedad de canales que dicen emplear. Mencionan: Ebsco, E-libro, Saxo, Bookwire, Open Edition Books, Unebook, SciELO Livros, Amazon, Digitalia, Booklick, iPublishCentral, Hipertexto y Open Monograph Press. También se refieren a infraestructuras como repositorios institucionales, librerías digitales, sitios web de las bibliotecas, de las editoriales o de las facultades de la universidad o mencionan espacios para la comercialización como las ferias del libro.

Sorprenden algunas respuestas como los CD, la difusión personal o determinadas empresas que habían dejado de existir en el momento de realización de la encuesta. Son pocos los casos, pero este tipo de respuestas dejan ver un cierto desconocimiento de lo que significa e implica la comercialización de libros electrónicos.

Existen, en definitiva, una inseguridad y una falta de análisis que llevan a considerar como obstáculos lo que en buena medida se podrían considerar como oportunidades. Así, por ejemplo, una editorial indica respecto a publicar en digital que “siempre estaremos a prueba porque el libro académico está destinado a lectores especializados”, cuando precisamente esa alta especialización del libro académico y de sus lectores hace que el formato electrónico sea especialmente propicio para interconectarlos.

Los canales de comercialización del libro electrónico permiten que un libro muy especializado llegue a cualquier parte del mundo donde estará el lector también especializado.

5. Políticas explícitas de apoyo al acceso abierto

Un 65 % de las editoriales no especifica nada en relación con la existencia de políticas explícitas en la universidad sobre acceso abierto. Entre las que sí ofrecen respuestas, son particularmente interesantes aquellas que mencionan la existencia de una política explícita de acceso abierto específica de la universidad como la Fundação Oswaldo Cruz Fiocruz-Brasil, la Universidad Francisco Gavidia de El Salvador o de las bibliotecas como la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, también de El Salvador, la Universidad Estatal a Distancia —EUNED— y la Nacional, ambas de Costa Rica.

El reglamento interno de la universidad o algunas decisiones rectorales específicas suelen contemplar esa posibilidad de publicación en abierto (por ejemplo en la Universidad Federal de Ciencias de la Salud de Porto Alegre-Brasil). Algunas, como la Universidad de Antioquia, están a punto de aprobar esas políticas internas en favor del acceso abierto. Además, las editoriales suelen mencionar los repositorios institucionales para alojar los contenidos en abierto que publican, así como a las bibliotecas universitarias como gestoras de los mismos o promotoras del acceso abierto. El repositorio de la Universidad Nacional de San Martín (Argentina) “se adhiere a la iniciativa de Acceso Abierto a través de la Ley 26899 (Creación de Repositorios Digitales Institucionales de Acceso Abierto, Propios o Compartidos)”. Otro caso es el de la Editora UFLA (de la Universidade Federal de Lavras) o la Universidade de Alagoas (Brasil), pero hay más.

Algunas editoriales mencionan que se publica en acceso abierto aunque no haya política específica que lo respalde y que,

normalmente, afecta a las revistas científicas. En algunos casos se aplica también a textos docentes, para estudiantes, y a libros, pero son minoritarios. La Universidad del Valle (Colombia) sí prevé el acceso abierto para libros de investigación.

En el caso de la Fundación Universitaria Los Libertadores (Colombia) se refieren a que la editorial y el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación —CRAI— deben seguir las licencias Creative Commons por un acuerdo rectoral, lo que implica que hay una política implícita de publicación en acceso abierto.

En algunos casos, se aprecia cierta confusión entre edición digital y edición en abierto, lo que sugiere que serían necesarios programas de capacitación entre editores. En otro caso, la Editora da Universidade Estadual de Santa Cruz —Editus— se refiere específicamente a la política de embargo que tienen. Pasados los seis meses tras la publicación de un libro liberan el contenido. Lo mismo ocurre en el caso de Ediciones Universitarias de la Universidad de la República, de Uruguay. En el caso brasileño también mencionan la participación en SciELO books para ampliar su visibilidad y alcance. También es brasileña la editorial que indica que todos sus fondos están disponibles en abierto (libros y libros agotados): Editora da Universidade Federal da Grande Dourados.

Otro caso destacado es el de la Editorial de la Universidad Nacional de La Plata que señala que todos sus libros digitales son de acceso gratuito y universal por política de la Universidad. También la Editorial Universidad Nacional de Río Negro —UNRN— establece mediante un decreto interno una política institucional de apoyo al acceso abierto, al igual que el Fondo Editorial ITM de Colombia. En la Universidad Autónoma del Estado de Morelos señalan la existencia de un comité institucional

sobre el acceso abierto. Todos estos son ejemplos de existencia de una política de acceso abierto específica de la institución.

Al margen de la mención a las propias políticas institucionales, en algunos casos se han mencionado legislaciones nacionales como la Ley de Ciencia y Tecnología de México o a las declaraciones firmadas como Berlín (UNAM, Universidad del Rosario) o Budapest o Bethesda (las tres últimas seguidas por la editorial Corpoica).

En el caso del Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú se da la opción de publicación de libros en abierto a sus autores. Pero, se desconoce el modo de financiación de esas ediciones en abierto. También la Universidad APEC de República Dominicana menciona que es en el contrato de edición donde se especifica si se publicará en abierto o no.

La editorial de la Universidad de Sao Paulo se refiere a su portal específico para libros abiertos (livrosabertos), como una prueba del apoyo explícito de la Universidad a la edición de libros en abierto. Sucede lo mismo en la UNAM con su sitio web Libros UNAM Open Access. En otros casos, como Ediciones Universidad Católica de Salta —EUCASA— se publican en abierto revistas, pero también se incluye algunos títulos en abierto en Google Play Books.

6. Razones para no publicar en abierto

Un 68 % de las editoriales ofrece información específica en este apartado. Las editoriales apuntan varias razones para no publicar en abierto, pero quizá se puedan destacar cuatro, por la frecuencia con que son citadas: 1) la falta de política institucional al respecto; 2) el hecho de que el modelo esté aún en fase de análisis o estudio; 3) las reservas de los autores hacia el acceso abierto, pero también la idea de que lo abierto es incompatible con la protección de los derechos de autor; y, finalmente, 4) el

modelo tradicional de venta no se cuestiona publicar en abierto, pues va contra el sistema establecido.

Las editoriales aluden a la falta de acuerdos en la institución para adoptar una política clara sobre acceso abierto o también a la fase de transición por la que están pasando, pues sí que parece que el acceso abierto es un asunto que se plantean muchas universidades en estos momentos, y que está en fase de análisis.

En ocasiones reconocen que desconocen el tema, lo que deja ver que el acceso abierto es una cuestión estrictamente política o que desde la editorial no se tiene un papel lo suficientemente activo o decisivo en este plano.

En las respuestas analizadas, apenas hay referencias a la universidad en su posible rol de financiadora del acceso abierto, aunque la financiación —o la falta de ella— sí es un asunto que surge a menudo. Las editoriales señalan que en ocasiones se publican libros en abierto (e impresos para la venta también) gracias a la financiación del autor o de las agencias de financiación de la investigación. Esta idea de publicar en abierto la investigación financiada es compartida por algunas editoriales.

Una de las razones apuntadas con más frecuencia para no publicar en acceso abierto está relacionada con los derechos de autor, con las dudas que surgen sobre cómo gestionarlos y las fórmulas que existen para hacerlo. Se señala el recelo por parte de los autores para compartir abiertamente su producción. A veces se indica que son los propios autores quienes consideran que publicar en abierto infravalora el trabajo intelectual.

En un caso se afirma “La política institucional excluye estas obras [libros en abierto] en correspondencia con la Ley de Derecho de Autor (...)”. La protección de la propiedad intelectual no está reñida con el acceso abierto. Si existe esa apreciación de que ambas cuestiones son incompatibles se hace necesario formar a los editores en este sentido.

Algunas editoriales apuestan por consolidar los canales de comercialización tradicionales y solo se plantean la venta. En la misma línea se afirma que no se publican libros en acceso abierto “porque necesitamos vender los libros para poder hacer más libros”.

Cabe señalar de nuevo una cierta confusión con algunos aspectos o herramientas para el acceso abierto. Se llega a afirmar que la editorial va a adquirir el sistema OMP para la edición en acceso abierto, cuando este es un software libre.

Finalmente, entre las razones para no publicar en abierto surgen también las dificultades para la distribución y la gestión de las publicaciones, señalando que falta una plataforma adecuada para su desarrollo o que las que existen presentan dificultades.

7. Colecciones específicas de libros en acceso abierto

Con la intención de identificar cómo se están publicando los libros de acceso abierto, la encuesta preguntaba sobre si existen colecciones específicas creadas para este tipo de libros o si más bien, en función del libro, se decide publicarlo en abierto o no.

Dada la variedad de editoriales participantes, se dan todo tipo de casos. En algunos se indica que la publicación de libros en acceso abierto está reservada a un determinado tipo de libros, como por ejemplo, los textos docentes, las memorias o actas de congresos o las tesis doctorales. No se especifica si estas son editadas o no y, por tanto, no se puede diferenciar si la colección de tesis en abierto se distinguiría de las tesis que podrían encontrarse en un repositorio institucional. También hay editoriales como la UNAM o la Pontificia Bolivariana de Colombia que indican que el acceso abierto se reserva para libros estrictamente académicos (con pocos lectores potenciales y pocas posibilidades de comercialización). En la Universidad de Antioquia (Colombia) el acceso

abierto está previsto para libros producto de investigación cuyos derechos patrimoniales son de la Universidad.

En cuanto a las editoriales que disponen de colecciones específicas para libros de acceso abierto, se describen a continuación algunos de los casos. Uno de ellos es el de Embrapa Informação Tecnológica que destaca por registrar el mayor número de títulos en acceso abierto. Desde la editorial se indica que tienen colecciones específicas de libros en abierto y especialmente destinadas a productores rurales y científicos.

En Ediciones Universidad de La Frontera (Chile) se creó la *Colección Espiral Social* destinada a publicar obras de investigadores o centros emergentes. Otro caso diferente es el del Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú que señala dos colecciones de acceso abierto, que no tienen interés comercial pero sí representan una buena aportación a la comunidad: *Historia de las Literaturas peruanas* y *No estoy viajando callado*, un conjunto de relatos en lengua bora (la edición es bilingüe). Este ejemplo representa otra de las opciones del acceso abierto, la aportación a la comunidad más cercana de materiales muy interesantes, pero para los que no se prevé rentabilidad comercial.

En la Universidad Autónoma del Estado de Morelos (México) los libros de acceso abierto se encuentran en la colección *Praxis digital* y se caracterizan por contar con ISBN, licencia Creative Commons, carta de autorización para su difusión, y metadatos que permiten su recolección e interoperabilidad. Sus fondos forman parte, además, del repositorio institucional.

La Editorial Equinoccio de la Universidad Simón Bolívar (Venezuela) menciona la colección *Guías y libros de texto* para estudios autónomos y a distancia preparados por la Universidad, que fueron publicados hace treinta años pero que tienen plena vigencia. En este caso, la edición en abierto se reserva a libros

prácticamente descatalogados pero cuyos contenidos pueden seguir siendo útiles.

En otras ocasiones, hay libros que desde el primer momento son considerados interesantes para la publicación en abierto, independientemente de que encajen o no en una colección en concreto prevista para títulos en abierto. En otros casos, se trata de libros descatalogados que se publican en abierto, previo acuerdo con los autores. Pucpress-Editora Universitária Champagnat señala que se decide publicar en abierto cuando es necesario darle una difusión muy amplia a los contenidos y también por cuestiones relacionadas con la promoción del profesorado.

8. Modelos de publicación en acceso abierto

La inmadurez de los modelos de publicación en abierto para libros o la falta de claridad sobre lo que es un modelo de publicación (acompañado de un modelo de negocio) son más que evidentes por la falta de respuestas en esta sección. Solo un 12 % de las editoriales han aportado alguna información al respecto en esta pregunta³ y no siempre ha sido referida, específicamente, al modelo de negocio o de publicación. Como conclusión general, se puede decir que no existe un modelo claro y bien definido para los libros de acceso abierto. Si bien en las revistas se suele mencionar la vía dorada, en libros no se define ninguno. Pocas editoriales universitarias aportan información al respecto. Entre ellas, se pueden distinguir varios casos.

Por un lado, se identifican algunas editoriales universitarias en las que el coste del acceso abierto en libros es sufragado por las propias universidades. Así, por ejemplo la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, indica “Los textos son accesibles al lector

³ ¿Cuál es su modelo de publicación en acceso abierto?

sin ninguna traba. El costo de edición lo asume la Editorial pero tiene el compromiso de cubrir dicho gasto con la venta de sus títulos comerciales (lo cual no siempre se logra). Al autor no se le pide que pague nada”. El subsidio por parte de la universidad parece ser también el modelo de la universidad dominicana APEC y de la colombiana Fondo Editorial ITM. La Editorial Universidad del Norte (Colombia) señala que combinan la vía dorada y la vía verde, concretando que “las Instituciones asumen el costo y se publican en el repositorio de la Universidad para acceso de los lectores”.

En otros casos, los costes de la edición son asumidos por las universidades pero también por las agencias externas financiadoras de la investigación. Así sucede en la Universidad de Antioquia (Colombia) y la Editora Fiocruz (Brasil).

Al igual que en otras partes del estudio, se detectan algunas prácticas o concepciones que no son comunes al tratar de acceso abierto. Por ejemplo, una de las universidades indica que los autores pueden compartir sus libros libremente incluso si no cuentan con una licencia tipo Creative Commons que defina lo que se pueda hacer con ese acceso abierto. Lo curioso es que esos mismos libros están a la venta. Se espera —así lo afirma la editorial— que el hecho de que el autor comparta o haga circular sus libros no afecte a las ventas digitales. En otros dos casos se afirma que los libros se publican en abierto pero están disponibles solo para los estudiantes de la universidad, lo que supone un acceso abierto restringido y, por tanto, no universal, característica consustancial al movimiento de Acceso Abierto.

9. Uso de licencias para las publicaciones de acceso abierto

La pregunta sobre utilización de licencias para el uso de las publicaciones de acceso abierto fue contestada, con respuestas

válidas, por 52 editoriales (sobre un total de 88 editoriales que afirmaron que publicaban libros en acceso abierto). Entre ellas, únicamente 36 mencionan de forma clara y explícita las licencias Creative Commons —CC— aplicadas a los libros, aunque un número importante afirma que las aplica únicamente a las revistas. En todo caso, el referente principal para las licencias de libros en acceso abierto son las CC, con una variedad importante en cuanto al tipo de licencia concreta dentro del marco CC.

Resulta muy interesante observar cómo la existencia de un programa de gestión editorial como Open Journal Systems —OJS— en el que el asunto de las licencias aparece pautado con una serie de opciones, actúa como referente a la hora de mencionar el uso de las CC para las revistas. Está claro que OJS presenta una difusión mucho más intensa que Open Monograph Press —OMP— del mismo proyecto PKP.

Algo similar se observa con SciELO Livros y podría suceder con otros sistemas de información. Desde una editorial se afirma que las licencias que siguen son “As que seguem para o SciELO Livros estão submetidas às normas desse programa”. El hecho de que exista una plataforma que establezca directrices para la inclusión de libros académicos permite superar los problemas de capacitación y toma de decisiones en casos de falta de directivas y de políticas a nivel de la propia universidad.

10. Canales para ofrecer los libros en abierto

Entre las editoriales que afirman publicar en abierto, un 23 % especificó en el apartado “otros” algunos canales a través de los cuales ofrecen sus publicaciones en abierto, adicionales a los que ya se habían señalado como opciones cerradas. En algunos casos se detallan en “otros” nombres concretos de plataformas, sin considerar que la respuesta cerrada “En plataformas agregadoras” acogía algunas de las herramientas que se citan en este apartado

(por ejemplo, Unebook, Open Edition Books, etc.). Sin embargo, el hecho de que empleen la opción de respuesta abierta permite concretar algo más los canales empleados.

Así, por ejemplo, aunque ya se vio en el capítulo anterior que el 38 % de las editoriales participantes ofrecían sus contenidos a través del repositorio institucional y el 35 % a través del sitio web de la institución, al analizar las respuestas abiertas, vuelven a mencionar estas opciones, pero también citan en dos ocasiones que utilizan la plataforma OJS de la institución. Apenas se alude a las políticas de autoarchivo en relación con los libros, tanto de autores de dentro como de fuera de la institución. También en este sentido, el acceso abierto en libros va por detrás de las revistas. Una editorial sí apunta en esta línea: “Para los libros (...), son los autores quienes tienen la libertad para compartirlos”. Esta frase es una muestra clara de que mientras el volumen de libros en acceso abierto es bajo, las editoriales no tienen la presión de decidir sobre una plataforma propia o de terceros para su distribución digital. En el caso concreto de esta frase, se pone de manifiesto que el acceso abierto ha empezado en esa institución por el repositorio institucional o el portal OJS en el caso de las revistas, aunque es muy importante la mención que hacen de dar libertad al propio autor para que haga la distribución digital que considere adecuada (esto es, reconocen el potencial de autoarchivo del propio autor como un canal más a tener en cuenta).

En este apartado las editoriales también citan distribuidores comerciales de ediciones digitales que ofrecen servicio de suscripción a contenidos (como préstamo digital a bibliotecas). Mencionan específicamente Digitalia.⁴

⁴ Digitalia hispánica, *Digitalia publishing.com* (Disponible en: <https://www.digitaliapublishing.com>).

Otra forma de ofrecer los contenidos en abierto es la de los agregadores externos de naturaleza comercial que ofrecen tanto acceso libre a contenidos, como la venta de ítems concretos a personas a título individual. En este caso se menciona Google Books en dos ocasiones e Issuu, iTunes University y Amazon en una ocasión cada uno.⁵

Finalmente, se alude de nuevo a las plataformas agregadoras, cuya naturaleza es plenamente consistente con la cultura del acceso abierto y referidas específicamente a libros de acceso abierto. Son DOAB, OAPEN, Open Edition Books y SciELO Livros, que es citada en cuatro ocasiones,⁶ todas correspondientes con editoriales de Brasil. Una editorial colombiana (Universidad del Rosario) forma parte también de SciELO Livros. Esta última, se trata de una solución muy solvente y de calidad que replica el modelo de las revistas, creando un espacio para que cada editorial universitaria pueda ofrecer sus fondos, a la venta o en abierto.

En algunas ocasiones se hace referencia a distribuidores digitales de orientación comercial. Esto puede deberse a un error de interpretación de la pregunta, o bien a que en la negociación con el distribuidor se convierte en contenido no-acceso abierto, contenido originalmente de acceso abierto. Ciertamente algunas plataformas agregan todo el contenido digital, tanto el

⁵ Google, *Google Books* (Disponible en: <https://books.google.com>); Issuu Inc., *Issuu* (Disponible en: <https://issuu.com>); Apple, *iTunes U* (Disponible en: <https://www.apple.com/es/education/itunes-u/>) y Amazon, *Amazon libros gratis* (Disponible en: <https://www.amazon.es/libros-gratis-Tienda-Kindle/s?ie=UTF8&page=1&rh=n%3A818936031%2Ck%3Alibros%20gratis>).

⁶ OAPEN Foundation y SemperTool, *DOAB. Directory of Open Access Books* (Disponible en: <https://doabooks.org>); OAPEN Foundation, *OAPEN. Open Access Publishing in European Networks* (Disponible en: <http://www.oapen.org/home>); Open Edition, *Open Edition Books* (Disponible en: <http://books.openedition.org>); SciELO, *SciELO Livros* (Disponible en: <http://books.scielo.org/>).

de acceso abierto, como el de no-acceso abierto, en tanto que el valor añadido por el que paga el suscriptor es la agregación de contenido mismo bajo una interfaz y experiencia de usuario única. En otras ocasiones podríamos hablar de distribuidores netamente de acceso abierto y sin ánimo de lucro, o una vía intermedia, como el caso de Issuu o Google Books, que se pueden entender como agregadores comerciales, pero que no responden al esquema tradicional de la distribución de libros.

Se confunde canal con plataforma tecnológica de distribución. Resulta curioso comprobar cómo se repite diversas veces en la respuesta la plataforma OJS como un instrumento de referencia, aunque en la encuesta no se esté preguntado por revistas. Contar con una herramienta *llave en mano* de código abierto es fundamental para que la institución consiga una curva de aprendizaje más breve. Curiosamente no se menciona el OMP de PKP como el canal, mientras que sí se hace respecto al OJS; de todas formas, algunos (muy pocos) lo mencionan como el gestor de las colecciones editoriales de libros que ofrecen en sitios web propios cuando el acceso no se gestiona desde plataformas de terceros.

En algún caso se hace mención a portales agregadores de revistas (como CAMJOL), prueba de que editoriales con poco peso en la edición de libros digitales sí han experimentado en paralelo en entornos de agregación de contenidos para las revistas de la universidad.

11. Participación en iniciativas colaborativas para la edición de libros en abierto

Un 30 % de las editoriales que afirman publicar en acceso abierto declaran que están involucradas en algunas iniciativas colaborativas para publicar libros académicos en abierto. Sin embargo, son pocas las que se refieren a un proyecto específico

en concreto. Utilizan la respuesta para precisar quién ejerce un liderazgo en los proyectos cooperativos de acceso abierto, como sería el caso de los cosechadores nacionales o internacionales de metadatos que agregan acceso, o contenido, de los repositorios institucionales.

Si bien el número de respuestas es bajo, la biblioteca aparece en muchas respuestas como un actor un poco más activo en las acciones cooperativas/colaborativas para el desarrollo del acceso abierto en general (en especial, en revistas) y de forma incipiente para los libros. Ciertamente la cultura cooperativa, que se manifiesta en la formación de redes o de consorcios, cuenta con arraigo tanto entre las bibliotecas universitarias, como entre las editoriales universitarias. Sin embargo, se hace necesario revisar las lógicas de cada una de estas unidades y el papel que desarrollan al interior de las instituciones de educación superior, es claro que cada una de estas dependencias posee características particulares, los objetivos de ambas tienen diferencias y en algunos casos similitudes, pero hay que mirarlas un poco más de cerca para reconocer sus particularidades. En el caso de la biblioteca universitaria, las instituciones la definen, en la mayoría de los casos, como unidades de servicio, los gastos los absorbe la institución; en el caso de las editoriales universitarias, si bien también son unidades de servicio, también son unidades de producción con manejo de un inventario comercial para la venta, lo que implica retornar a la institución parte del recurso económico que esta invierte en la edición de textos. Es por ello que encontramos a las bibliotecas proponiendo un modelo de servicio sin coste para los diferentes sectores de la comunidad universitaria (e incluso para la sociedad del país en general en el caso de las universidades públicas, o en el de privadas con voluntad de servicio público), en el que la cooperación se observa como una reducción de costes o un aumento en el volumen y calidad

de los recursos y servicios. Mientras que las editoriales universitarias son definidas en la mayoría de los casos como unidades de apoyo académico, pero a la vez como unidades de negocio.

En todo caso, analizando las respuestas que implícitamente reconocen la participación en proyectos de esta naturaleza se obtiene una muestra interesante del grado de conocimiento (o mejor de desconocimiento) de estas opciones. Solo 13 editoriales especifican proyectos concretos en los que participan, siendo la mayor parte de ellos directorios, plataformas agregadoras o repositorios: DOAB, OAPEN, Zenodo, SciELO Livros y Open Edition Books, siendo estos dos últimos los más frecuentes (4 y 5 editoriales respectivamente los mencionan). Sin embargo, solo se menciona en una ocasión una iniciativa que permite afrontar la cofinanciación de libros académicos en abierto, Knowledge Unlatched. Sin embargo, estas respuestas no parecen ajustarse plenamente a la realidad, ya que, por ejemplo, la editorial que menciona Knowledge Unlatched, no aparece en la lista de editoriales que han trabajado en dicho proyecto,⁷ ni en la de bibliotecas.⁸ Algo similar ocurre con Open Edition Books, sistema en el que solo aparecen dos de las editoriales (Ariadna Ediciones, de Chile y Universidad Externado, de Colombia).

En definitiva, la falta de participación en proyectos colectivos sobre libros de acceso abierto es patente. Y ello sugiere la necesidad de trabajar por acciones conjuntas que permitan visibilizar, posicionar, reconocer académicamente y financiar los

⁷ Knowledge Unlatched, *Supporting Publishers 2017* (Disponible en: <http://knowledgeunlatched.org/wp-content/uploads/2017/09/Supporting-Publishers-2017.pdf>).

⁸ Knowledge Unlatched, *Participating Libraries* (Disponible en: <http://www.knowledgeunlatched.org/wp-content/uploads/2016/10/Participating-Libraries.pdf>).

libros académicos producidos en la región. En este sentido, hay que destacar el comentario de una editorial “En la reunión de las editoriales centroamericanas (SEDUCA) en este mes de junio, se debatió el tema y habrá mayor acercamiento con las bibliotecas, para el logro del mismo”. Se trata de un claro ejemplo del potencial que la cooperación regional en materia bibliotecaria puede tener al ser la *pista de aterrizaje* para la cooperación en materia de edición en acceso abierto de libros. Las editoriales empiezan a ser conscientes de que en modelos de negocio de acceso abierto, sin recuperación de costes por la vía de la venta del producto físico, ir de la mano de las bibliotecas puede servir para que determinadas redes o consorcios amplíen su ámbito de acción para generar plataformas de agregación comunes, para perfeccionar la distribución mediante los repositorios institucionales y los cosechadores nacionales, o para negociar colectivamente la relación con plataformas como SciELO, o similares.

12. Cuestiones en torno a los modelos futuros de gestión económica

Alrededor de un 30 % de las editoriales aporta alguna información en la pregunta relacionada con el modelo de negocio. En las respuestas cerradas, podía verse cómo prevalecen dos tipos de modelos: aquellos en los que patrocinadores externos o la universidad financian la edición y aquellos basados en la obtención de beneficios mediante las ventas. En el espacio que se dejaba a las editoriales para hablar de los modelos afloran otras cuestiones contextuales que afectan a la adopción de uno u otro modelo.

Todas las respuestas muestran un elevado grado de incertidumbre respecto a cómo afrontar el reto de la transformación hacia el entorno digital. En muchos casos se concretan los problemas que generan esa incertidumbre: falta de capacitación en un número muy elevado de casos; falta de evaluación y prospectiva de

la propia trayectoria, combinado con una ausencia de liderazgo de los órganos centrales de la universidad respecto a políticas de difusión científica o de responsabilidad social; volumen y calidad de la producción editorial bajos, que ponen en cuestión la propia sostenibilidad presente y que hacen inviable cualquier transformación que se realice en solitario, fuera de un marco cooperativo nacional o regional.

Merece la pena destacar algunos de los comentario realizados por los editores, como este que muestra la interrelación entre tecnología y la transformación del modelo de negocio:

Lo relativo a la producción y elaboración de archivos digitales es un obstáculo que hemos sabido sortear gracias a los esfuerzos conjuntos entre la REUN [Red de Editoriales Universitarias Nacionales de Argentina] y la AEDRES [Association des éditeurs de la recherche et de l'enseignement supérieur de Francia], que han brindado tareas de capacitación y formación en el país y en el extranjero para la implementación de un flujo de edición en XML, a partir del cual se exportan los ulteriores formatos digitales que van a comercializarse. Lo que aún no está claro para nosotros es lo concerniente al modelo de negocio y los avances de la lectura digital en nuestro territorio.

Esta respuesta de una editorial argentina resulta muy interesante en tanto que destaca que hay dos frentes en la transición digital: uno tecnológico al que se está dando respuesta con la capacitación conjunta desde las asociaciones y redes de editores; el otro, y más complejo, el de la transformación del modelo de negocio y de política científica que requiere de una visión más global dentro de la propia universidad.

Otro tipo de problemas tiene que ver con la burocracia:

A maior questão de nossa Editora atualmente gira em torno da impossibilidade de comercialização e distribuição direta por falta de CNPJ próprio e impossibilidade de emissão de nota fiscal. Esse problema impacta na própria divulgação da Editora, uma vez que não podemos nem sequer publicizar o preço dos livros. Essa questão impacta igualmente nas possibilidades contratuais de parcerias que poderiam ser extremamente benéficas para a Editora.

Se trata de una cuestión de gran importancia, aunque no se refiera específicamente al modelo de negocio: en síntesis, la burocracia, las limitaciones en la gestión económica-fiscal imposibilitan una toma de decisiones lógica respecto al modelo de negocio. En todo caso, situaciones como estas podrían ser un buen punto de partida para justificar que los costes de gestión económica, de cobros, al margen de ser burocráticamente imposibles en ciertos casos, pueden ser muy elevados en relación con los ingresos obtenidos, por lo que puede llegar a ser más económica y eficaz para la mayor proyección de la universidad la financiación directa de los costes por parte de la universidad haciendo un cálculo del retorno reputacional que se obtiene, o bien una vía mixta entre financiación de la universidad, los autores o los patrocinadores.

En algunos casos se identifican mensajes ambiguos:

Hemos seleccionado el modelo verde porque estamos convencidos que los textos para clase deben estar disponibles y los boletines de las facultades de iniciación científica, los cuales son los primeros ejercicios de escritura de los jóvenes investigadores. Las obras correspondientes a investigaciones

deben tener algún tipo de retorno o recuperación de tipo económico porque estamos convencidos que somos una editorial sin ánimo de lucro pero no con ánimo de pérdida.

Se quiere apostar por el acceso abierto, pero no se contempla como una inversión en la prestación de un servicio a los investigadores y a la reputación de la universidad. De alguna manera, se propone el acceso abierto solo para un determinado tipo de materiales académicos, lo que provoca jerarquías: se publica en abierto lo que producen los investigadores jóvenes y se publica y vende aquello que producen los investigadores sénior.

A lo largo del estudio se han ido mostrando importantes déficits de conocimiento y capacitación respecto a la tecnología y modelos de gestión/negocio que implica la edición digital en general y la edición de libros en acceso abierto en particular. Un editor lo resume así: “Es necesario iniciar procesos de capacitación a nivel global a los Equipos Editoriales de Universidades, con el objetivo de insertarnos en las nuevas tendencias”. Esta es una de las conclusiones claras y generales que se obtienen del estudio. La capacitación se hace necesaria, no solo para cada una de las editoriales sino también para el entorno (lo que se llamaría ahora ecosistema) académico, pues solo mediante un conocimiento colectivo de los retos de la edición académica podrán afrontarse, de forma conjunta y con la participación de distintas instituciones, acciones que permitan fortalecer la edición académica latinoamericana.

Conclusiones

A modo de conclusión se puede afirmar que se parte de una realidad muy diversa en muchos de los países analizados, pero con un relevante número de situaciones comunes para muchos de los casos: existe una baja penetración del libro digital entre

los lectores de gran parte de las universidades encuestadas, lo que concuerda con la naturaleza experimental, anecdótica, de la oferta de libros en acceso abierto en la mayoría de editoriales. El modelo analógico permite una cierta recuperación de costes en un entorno de mercado local y cercano, así como una adaptación a los hábitos del cliente. En general, no parece que la gran mayoría de las editoriales observe la ventana de proyección internacional y social al resto de la ciudadanía que podrían obtener con una apuesta digital.

Muchas editoriales tienen una infraestructura en recursos humanos y económicos muy débil, que a duras penas permite mantener una inercia labrada alrededor del libro en papel, por lo que el salto *al mundo digital* no se puede plantear por falta de una base de conocimiento, de *expertise* y de un liderazgo institucional en el plano de la política editorial y de comunicación científica.

En cualquier caso, el análisis de las editoriales más sólidas, o de países con políticas de apoyo nacionales a la comunicación científica (como por ejemplo Brasil), muestra el camino a seguir: dar relieve al valor añadido que ofrecen las plataformas conjuntas para la distribución del libro digital en línea que solventan problemas tecnológicos, de visibilidad y de reconocimiento de calidad. Sin duda, uno de los referentes en este sentido puede ser SciELO Livros, especialmente para las editoriales de Latinoamérica.

Falta participación en proyectos internacionales que visibilicen los libros en abierto producidos por las editoriales universitarias latinoamericanas. La que hay es minoritaria y parece responder a la visión estratégica de algunos editores en particular, más que a una acción conjunta o colectiva por hacer más presente la edición universitaria latinoamericana.

Por otro lado, la ausencia de editoriales universitarias latinoamericanas y de bibliotecas en proyectos de cofinanciación

de libros académicos en abierto es total, lo que implica una falta de exploración del modelo que debería ser cubierta. Quizá la solución pueda venir por la integración en proyectos ya creados, pero podría estar también en la organización de un proyecto latinoamericano o iberoamericano que permitiera la cofinanciación de obras en abierto producidas en la región.