

Historia y desafíos de la edición en el mundo hispánico

(Universidad de Cádiz, 2013)



La riqueza semántica del propio término (producción impresa, colección de libros, tirada de un periódico, emisión de un programa informativo, celebración de certamen, etc.) está en perfecta consonancia con la de este libro en el que

se recogen las ponencias y comunicaciones presentadas al *II Foro Editorial de Estudios Hispánicos y Americanistas* (Cádiz, abril de 2012) sobre temática muy diversa: biblioteconomía, codicología, crítica textual, ecdótica, edición de textos, etnografía de la comunicación, filosofía, historia, lengua, literatura, sociolingüística y nuevas tecnologías.

Los trabajos están todos escritos en español aunque sus autores proceden de diversas universidades y centros españoles (Barcelona, Cádiz, Castellón, Islas Baleares, La Rioja, Madrid, Murcia, Sevilla, València) y extranjeros (Alemania, Italia, Argentina, Canadá, México, Venezuela).

La obra se presenta en un formato mixto que combina el texto impreso (179 pp.) con la tecnología digital (CD-Rom, 179 + 440 pp.) lo que la convierte en un librito de fácil manejo (140 x 200 mm) pero con mucha información.

Precisamente, F. Fernández Izquierdo pone de manifiesto (p. 154-5) el cambio tan radical que está experimentando el mundo de las librerías, debido al desarrollo creciente de los libros electrónicos y la irrupción en el mundo editorial (producción y comercialización) de múltiples grupos mediáticos internacionales y nacionales. Con respecto al mundo académico, destaca (p. 176) el papel que los sistemas de documentación, localizados en bibliotecas, repositorios y bases de datos, suponen para la difusión científica.

Eloísa Llaveró Ruiz

Directora del Servicio de Publicaciones y Difusión Científica de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Derroteros de prestigio



Ana Bocanegra Valle
Profesora Titular de Universidad del Área de Filología Inglesa y Directora del Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz

Acabo de recibir un correo electrónico con el asunto «Prestigio de las editoriales de libros en Humanidades y Ciencias Sociales». En él muy amablemente se me invita, como profesora/investigadora, y no como directora de una editorial universitaria, a complimentar una encuesta gracias a la cual se espera «acotar mejor el núcleo de editoriales científicas o de interés para la investigación, así como aportar indicadores orientativos y objetivables en los procesos de evaluación de la actividad científica». Me pregunto si eso es lo que necesitan las editoriales universitarias: «prestigio».

Muchos investigadores en nuestras universidades alardean de la calidad de sus trabajos que publican, sí, pero no en una editorial universitaria; lo hacen en una «editorial de prestigio». Y eso ya marca una diferencia. El continente permea el contenido y a su autor, quien pasa a ser reconocido en la academia (léase ANECA) como autor de prestigio con publicaciones de prestigio. En este paralelismo, el «prestigio» se nos antoja, pues, como la tabla de salvación para las editoriales universitarias; no solo para su posicionamiento sino, incluso, para su digna supervivencia. Pero ¿qué tenemos que hacer las editoriales universitarias para conseguir tan preciado galardón?

La edición universitaria tiene ante sí un reto poliédrico y complejo. El entorno digital, la ciencia abierta, la internacionalización, el compromiso social, la financiación... Nada de eso es comparable con lo que a mi juicio constituye el mayor desafío: conseguir la máxima credibilidad académica dentro de la propia institución primero y en todo el país después.

La propia encuesta de la que hablaba ya le avanza al usuario algunos conceptos asociados con el «prestigio editorial» —como son la «especialización» y «trayectoria continuada» de la editorial, la «existencia de sistemas de evaluación rigurosos», el «impacto científico y reseñas», la «amplitud y extensión de la difusión y la distribución», la «calidad editorial», la «calidad del marketing editorial», las «traducciones», la «proyección internacional de la editorial» o la «variedad de formatos de edición»— y asume que el destinatario de la encuesta está capacitado para discernir el prestigio editorial en base a esos conceptos y aportar respuestas fiables sobre las que llegar a unas conclusiones que, quién sabe, pueden marcar el destino de algunas editoriales y, desde luego, de las universitarias. Desconozco la calidad del marketing o el número de traducciones de una editorial como, por ejemplo, John Benjamins, pero sé a ciencia cierta que, en mi área, una publicación en Benjamins es un éxito académico asegurado porque así lo reconocerán los organismos acreditadores de la calidad investigadora. Las editoriales universitarias necesitan, pues, gozar de esa acreditación nacional.

Ya se atisban iniciativas que comienzan a constituirse en diferentes ámbitos y a marcar las «reglas del juego»: el ranking *Scholarly Publishers Indicators*; las bases de datos internacionales *Book Citation Index* o *Citation Index*; o los criterios para la evaluación de las editoriales científicas propuestos en la galardonada obra *El ecosistema del libro electrónico universitario*. En todas ellas resuenan la especialización y la continuidad editorial, la apertura a una audiencia internacional y la revisión ciega por pares como sistema de evaluación riguroso. Cuatro faros que se yerguen en el mar de la edición universitaria para alumbrar y guiar nuestros derroteros académicos. Las editoriales universitarias no podemos quedarnos a la deriva y resignarnos a no ser consideradas editoriales de prestigio, y menos aún, a que ese sea el sentir generalizado de nuestra propia tripulación: los gestores institucionales y profesores/investigadores de nuestros centros de investigación y nuestras universidades.