

2. El uso de los soportes digitales para la edición de contenidos científicos en las universidades españolas: estudio de casos y estado de la cuestión

RAQUEL VIDAL

Accesibilidad	84
Velocidad de descarga	84
Existencia de versiones para la impresión	85
Existe ayuda sobre la estructura y navegación de la web	85
Posibilidad de variantes de idiomas	87
Navegación	88
Menú de contenidos siempre visible	89
Terminología consistente	89
Botones de navegación	90
Difusión de la información	91
Colecciones	91
Tipos de publicaciones	94
Los soportes	96
Información catalográfica	97
Acceso a las obras	98
Formatos de descarga de contenidos	98
Secciones	99
Edición digital	100
Ergonomía	102
La lectura	103
Tipografía	103
Diseño	104
Luminosidad	105
Conclusiones	106
Datos básicos	106
Visibilidad de la información	106
Directorio	107
Actualización y actualidad	108

Accesibilidad	108
Navegación	108
Difusión de la información	108
Ergonomía	109
Luminosidad	109
La presencia de la edición electrónica en los servicios de publicaciones en las universidades españolas	110
Objetivos	111
Metodología	111
Resultados	113
Materiales	113
Modelos de explotación	119
Precios	121
Conclusiones	122

Capítulo 2

El uso de los soportes digitales para la edición de contenidos científicos en las universidades españolas: un estudio de casos y un estado de la cuestión (Raquel Vidal)	51
Análisis de los sitios web en las universidades españolas: estudio de casos y estado de la cuestión	52
Objetivos	52
Metodología	53
Datos de identificación	55
El formulario	55
Resultados	60
Fichas de las editoriales Universitarias	62
El formulario	62
Datos básicos	62
Título del recurso	62
Lengua	64
Visibilidad de la información	65
Entrada desde la página de la Universidad	65
Página del servicio de publicaciones/editorial	67
Mapa del sitio	68
Tabla de contenido	69
Motor de búsqueda interno	70
Otros enlaces a la página de la editorial	78
Directorio	79
Identificación de la responsabilidad	79
Posibilidad de contacto	80
Existencia de logo y texto de la Universidad	82
Actualización y actualidad	83
Si aparece indicada la fecha de actualización	83
Si ha transcurrido más de un año desde la última actualización	83

ANÁLISIS DE LOS SITIOS WEB DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS

En las últimas décadas se han producido diferentes transformaciones relacionadas con los avances tecnológicos que han permitido la evolución de nuestra sociedad. Uno de los sectores afectados ha sido el editorial, donde se está experimentando un proceso de transición, pasando de una edición tradicional a una edición electrónica. Uno de los ámbitos más importantes en la adaptación a estos nuevos formatos es el científico, y concretamente el universitario.

El objetivo último del científico debe ser llevar su trabajo de investigación a todos los ámbitos, transmitiendo ese conocimiento científico a toda la sociedad. Esto motiva al investigador para seguir trabajando, al mismo tiempo que las universidades están cumpliendo con uno de sus fines más importantes. Por ello, es fundamental la búsqueda de los medios más eficaces para conseguirlo, mejorando la publicación de los trabajos y el acceso a las investigaciones y estudios realizados.

Por lo tanto, el papel de los servicios de publicaciones es fundamental en esta cuestión. De ahí el interés del estudio de casos mostrado en este capítulo del proyecto, fruto de la investigación llevada a cabo para intentar conocer la labor realizada por estos servicios editoriales.

OBJETIVOS

En el estudio realizado se pretenden conocer los sitios web pertenecientes a los servicios de publicaciones o editoriales de las universidades existentes en nuestro país, con el fin de establecer la situación actual en dichos servicios, mediante su valoración y evaluación sistemáticas. Este objetivo principal se concreta en una serie de objetivos específicos fundamentales, citados a continuación:

- Identificar a las editoriales universitarias, a través de una serie de datos básicos.
- Conocer la ubicación del recurso web analizado.
- Comprobar la visibilidad de la información, tanto a través del sitio web de la universidad como del propio servicio editorial.
- Determinar la responsabilidad del servicio de publicaciones y la posibilidad de contacto.
- Comprobar la actualización y actualidad de la página web en cuestión.
- Determinar la accesibilidad del servicio de publicaciones.
- Conocer las posibilidades de navegación ofrecidas.
- Comprobar la difusión de la información, a través de las colecciones y de las secciones existentes.
- Establecer los soportes documentales empleados para almacenar la información.
- Determinar la ergonomía ofrecida en el sitio web.
- Valorar la luminosidad y el posicionamiento de la editorial en función de los enlaces externos presentados.

METODOLOGÍA

El presente estudio abarca los servicios de publicaciones de todas las universidades españolas, un total de 71.

En la siguiente relación se especifican las universidades que han sido analizadas, distribuidas en cinco grupos, en base a la «Oferta Universitaria» presentada en la página web del *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*¹ (MEC):

□ UNIVERSIDADES PÚBLICAS (48):

- *Universidad da Coruña.*
- *Universidad de Alcalá.*
- *Universidad de Alicante.*
- *Universidad de Almería.*
- *Universidad Autónoma de Barcelona.*
- *Universidad Autónoma de Madrid.*
- *Universidad de Barcelona.*
- *Universidad de Burgos.*
- *Universidad de Cádiz.*
- *Universidad de Cantabria.*
- *Universidad Carlos III de Madrid.*
- *Universidad de Castilla-La Mancha.*
- *Universidad Complutense de Madrid.*
- *Universidad de Córdoba.*
- *Universidad de Extremadura.*
- *Universidad de Girona.*
- *Universidad de Granada.*
- *Universidad de Huelva.*
- *Universidad de les Illes Balears.*
- *Universidad de Jaén.*
- *Universidad Jaume I de Castellón.*
- *Universidad de La Laguna.*
- *Universidad de La Rioja.*
- *Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.*
- *Universidad de León.*
- *Universidad de Lleida.*
- *Universidad de Málaga.*
- *Universidad Miguel Hernández de Elche.*
- *Universidad de Murcia.*
- *Universidad de Educación a Distancia (UNED).*
- *Universidad de Oviedo.*
- *Universidad Pablo de Olavide.*
- *Universidad del País Vasco.*
- *Universidad Politécnica de Cartagena.*
- *Universidad Politécnica de Catalunya.*
- *Universidad Politécnica de Madrid.*
- *Universidad Politécnica de Valencia.*
- *Universidad Pompeu Fabra.*
- *Universidad Pública de Navarra.*
- *Universidad Rey Juan Carlos.*

- Universidad Rovira i Virgili.
 - *Universidad de Salamanca.*
 - *Universidad da Santiago de Compostela.*
 - *Universidad de Sevilla.*
 - *Universidad de Valencia-Estudi General.*
 - *Universidad de Valladolid.*
 - *Universidad de Vigo.*
 - *Universidad de Zaragoza.*
 - *Universidad Católica San Antonio de Murcia.*
- UNIVERSIDADES DE LA IGLESIA CATÓLICA (6):
- Universidad Católica Santa Teresa de Ávila.
 - Universidad de Deusto.
 - Universidad de Navarra (privada).
 - *Universidad Pontificia de Comillas.*
 - *Universidad Pontificia de Salamanca.*
- UNIVERSIDADES NO PRESENCIALES (2):
- Universidad de Educación a Distancia (UNED).
 - *Universidad Oberta de Catalunya.*
- UNIVERSIDADES INTERNACIONALES (2):
- *Universidad Internacional de Andalucía.*
 - Universidad Internacional Menéndez y Pelayo.
- UNIVERSIDADES PRIVADAS (15):
- Universidad Abat Oliba CEU.
 - *Universidad Alfonso X El Sabio.*
 - *Universidad Antonio de Lebrija.*
 - *Universidad Camilo José Cela.*
 - *Universidad Cardenal Herrera-CEU.*
 - Universidad Europea de Madrid.
 - Universidad Europea Miguel de Cervantes.
 - *Universidad Francisco de Vitoria.*
 - Universidad Internacional de Cataluña.
 - Mondragón Unibertsitatea.
 - *Universidad Oberta de Catalunya.*
 - Universidad Ramón LLull.
 - Universidad San Pablo-CEU.
 - Universidad SEK (Segovia).
 - *Universidad de Vic.*

Las universidades destacadas en letra cursiva son aquellas a las cuales se les ha aplicado el formulario. Mientras que las universidades en letra redonda no han sido analizadas en base al formulario, debido a sus características: no poseen editorial o, si la tienen, ésta no cuenta con página web o no dispone de un servicio de publicaciones centralizado.

También cabe destacar el caso de la UNED que es, a su vez, una universidad pública y una universidad no presencial. Como se puede observar se incluye en ambos grupos. Lo mismo ocurre con la Universidad Oberta de Catalunya que es una universidad privada y una universidad no presencial.

La investigación realizada se centra en un formulario aplicado al sitio web de la editorial universitaria, que lleva al conocimiento de la información necesaria para cumplir los objetivos del presente trabajo. A éste se añaden una serie de datos básicos para la identificación de la editorial.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

En este apartado se ofrece información básica para la identificación del servicio de publicaciones, concretamente datos tales como: año de fundación, datos históricos, dirección, teléfono, fax, mail, director/a, otros cargos, distribución en España y en el extranjero, líneas editoriales, finalidad y observaciones.

Principalmente se han utilizado dos fuentes de información: el sitio web de la propia editorial y la página web de la *Asociación de Editoriales Universitarias de España (AEUE)*².

EL FORMULARIO

El formulario aplicado al recurso web de la editorial universitaria es la base de la investigación. Para su elaboración se han seguido una serie de pautas y criterios procedentes de un proyecto denominado *Normalización de la difusión electrónica de la investigación científica y tecnológica en las Universidades españolas: diseño de una guía de estándares y criterios (GEICyT)* dirigido por María Pinto Molina.

Junto con el anterior trabajo, se han seguido fundamentalmente las recomendaciones dadas por Lluís Codina³ en su obra *El libro digital y la WWW*, concretamente en su apartado dedicado a la «Evaluación de publicaciones digitales». También se han tomado como referencia las pautas seguidas en DARWIN⁴, un Directorio Analítico de Recursos Web Informativos que pretende constituir una guía estructurada de los recursos de Internet de mayor utilidad e interés.

Además se han consultado otras fuentes relativas a la evaluación de páginas web que se muestran a continuación:

- ❑ *Criteria for evaluation of Internet Information Resources*⁵. Alastair Smith, VUW Department of Library and Information Studies, New Zealand.
- ❑ *Critical evaluation of resources*⁶. University of California Berkeley Teaching Library.
- ❑ *Evaluating internet information*⁷. Nicole J. Auer.
- ❑ *Evaluating information found on the internet*⁸. Johns Hopkins University.
- ❑ *Evaluating quality on the Net*⁹. Babson College.
- ❑ *Evaluating web sites: a guide for writers*¹⁰. Western Illinois University.
- ❑ *La evaluación de la calidad de la información web: aportaciones teóricas y experiencias prácticas*¹¹. José Antonio Merlo Vega, Universidad de Salamanca.
- ❑ *La evaluación de los contenidos de una página web*¹². University of Thomas.
- ❑ *Método abreviado de evaluación de sitios web*¹³. W3aeiou.
- ❑ *Webs para aprender: la red a examen*¹⁴. Joseph M^a Blanco.
- ❑ *Thinking critically about World Wide Web resources*¹⁵. University of California, Los Ángeles (UCLA) (<http://www.library.ucla.edu/libraries/college/help/critical>).

El formulario está distribuido en varios bloques, dentro de los cuales se incluyen varios apartados que ayudan a conocer y valorar la información requerida.

A continuación se muestra el «Cuadro–Formulario» utilizado en esta investigación, con los diferentes ítems que lo integran:

FORMULARIO-CUESTIONARIO PARA PÁGINAS WEB DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS	
1. Datos básicos	
Título del recurso	
URL	
Responsabilidad (universidad)	
Lengua de publicaciones	
2. Visibilidad de la información	
Entrada desde la página de la universidad	
Página del servicio de publicaciones/editorial	
Mapa del sitio	
Tabla de contenido	
Motor de búsqueda interno	
Otros enlaces a la página de la editorial	
3. Directorio	
Identificación de la responsabilidad	
Posibilidad de contacto	
Existencia del logo y texto de la universidad en la página de la editorial	
4. Actualización y actualidad	
Actualización de la información	
5. Accesibilidad	
Velocidad de descarga	
Existencia de versiones para la impresión	
Ayuda sobre la estructura y navegación de la web	
Posibilidad de variantes de idiomas	
6. Navegación	
Menú de contenidos siempre visible	
Terminología consistente	
Botones de navegación	
7. Difusión de la información	
Colecciones	
Catálogos/materiales	
Acceso a las obras	
Secciones de interés	
8. Ergonomía	
Lectura/legibilidad	
Tipografía	
Diseño	
9. Luminosidad	

Fig. 1. Formulario-cuestionario para editoriales universitarias

□ Datos básicos:

- Título del recurso: nombre con el cual se denomina la página web del servicio de publicaciones de la Universidad
- URL: dirección del recurso web estudiado.
- Responsabilidad: hace referencia a la universidad a la cual pertenece la editorial en cuestión:
- Lengua: se trata del idioma/s empleado/s en las publicaciones: español, otras lenguas del Estado español (catalán, gallego, vasco, valenciano), lenguas extranjeras (inglés, francés, italiano, portugués, alemán, etc.).

□ **Visibilidad de la información:**

- **Entrada desde la página de la universidad.** Ofrece información sobre varias cuestiones:
 - Si existe una entrada desde la página de la universidad que lleve al sitio web del servicio de publicaciones.
 - Si el enlace es directo.
 - Si es fácilmente localizable: hace referencia a la claridad de la denominación del enlace/s a través del que se accede a la editorial. Por ejemplo, una de las denominaciones más comunes es «Servicios», considerándose apropiada, pues es lógico que el usuario vaya a buscar allí, el «Servicio de publicaciones».
 - Si se identifica claramente el enlace a la página de la editorial: se trata del enlace último que lleva directamente a dicha página, que suele identificarse con nombres tales como: «Servicio de publicaciones», «Publicaciones», «Editorial», etc. Se pretende comprobar si el nombre indica de forma exhaustiva y concreta el servicio al cual se accede a través de ese vínculo.

- **Página del servicio de publicaciones/editorial.** Se atiende a varios puntos de interés:
 - Si posee un título indicativo: «Servicio de publicaciones», «Editorial», «Publicaciones», «Ediciones», etc.
 - El servicio se identifica con otro nombre diferente: en el caso de que no posea un título significativo.
 - Si aparece explicación del contenido del sitio web: bien en la página principal de la editorial, bien en alguna de sus secciones o apartados como, por ejemplo, el de «Presentación», «Información», etc.

- **Mapa del sitio:** se trata de conocer los siguientes datos:
 - Si existe un mapa web del recurso estudiado.
 - En el caso de que sí exista el mapa, comprobar si posee enlaces a los contenidos presentados.

- **Tabla de contenido.** Este apartado se subdivide en una serie de puntos:
 - Si existe una tabla de contenidos donde se muestren las diferentes secciones y apartados.
 - Si se ofrece algún comentario o información que identifique o describa brevemente los contenidos incluidos en cada sección.
 - Si la información está organizada en apartados desplegables.

- **Motor de búsqueda interno.** En relación con esta cuestión se pretenden conocer diversos datos:
 - Si la página del servicio de publicaciones incluye un motor de búsqueda interno que permita encontrar una obra determinada en el catálogo.
 - Si la búsqueda se realiza mediante texto libre (palabras clave), es decir, si el usuario puede escribir en el cuadro de búsqueda las palabras necesarias para encontrar la obra, utilizando el lenguaje natural.
 - Si la búsqueda se realiza mediante texto controlado, se refiere a los motores de búsqueda en los cuales el usuario no escribe un texto libre, sino que debe elegir entre las posibles opciones previamente establecidas y mostradas en un menú desplegable.
 - Se utilizan operadores booleanos para formular la estrategia de búsqueda.

- Si permite la búsqueda por campos y, si es así, cuáles son: autor, título, materia, colección, ISBN/ISSN, año de edición, orden, otros.
- Otros enlaces a la página editorial: se trata de conocer si existen enlaces a la editorial universitaria, desde otras páginas web. De hecho algunos servicios de publicaciones ofrecen vínculos a las editoriales de otras universidades, como es el caso de la Universidad de Cádiz.

□ **Directorio:**

- Identificación de la responsabilidad. Se trata de información relativa al personal encargado del servicio de publicaciones, resumida en dos puntos:
 - Si está bien determinada la autoría, es decir, si se indica quién es el director o responsable del servicio.
 - Existe una lista de personal del servicio, donde se incluyan los cargos, los nombres y apellidos, y los datos de contacto (teléfono, fax, correo electrónico).
- Posibilidad de contacto. Se determina si se ofrecen datos para contactar con la editorial: dirección, teléfono/fax y e-mail.
- Existencia del logo y del texto de la universidad en la página de la editorial. Si consta el logo y la mención de la universidad, por un lado, en la página principal y, por otro, en el resto de las páginas del servicio de publicaciones.

□ **Actualización y actualidad:**

- Actualización de la información. Se pretende comprobar la actualización de la información que aparece en la página web de la editorial, es decir, si se indica la fecha de actualización en la página de la editorial.
- Actualidad de la información. Consiste en comprobar la actualidad de la información que aparece en la página, es decir, si ha transcurrido más de un año desde la última actualización, pues se indica así la obsolescencia de la información integrada en el recurso web en cuestión.

□ **Accesibilidad:**

- Velocidad de descarga. *Rápida o lenta*; éste último hecho puede estar relacionado con el diseño de la página web (diseño muy elaborado, con gran cantidad de imágenes) o con la descarga del catálogo y de publicaciones en línea (PDF, Word, etc.).
- Existencia de versiones par la impresión. Se comprueba si en el sitio web se ofrece la *posibilidad de imprimir*, si existe un botón para desempeñar esta función. Este botón de impresión podría venir, por ejemplo, incluido en la ficha de la propia obra.
- Ayuda sobre la estructura y nevegación de la web. Si el servicio de publicaciones muestra alguna sección o apartado con una explicación que sirva para conocer la estructura del sitio web, facilitando así la navegación a través del mismo.
- Posibilidad de variantes de idiomas. Se valora *si existe la opción de cambiar de idioma*, concretamente el español y otra más, bien una lengua oficial del Estado español (catalán, gallego, vasco, valenciano), bien una lengua extranjera (inglés, francés, portugués, etc.).

Esta pauta es fundamental en el caso del recurso web que presenta su estructura y contenidos en algún idioma diferente al español.

□ **Navegación:**

- Menú de contenidos siempre visible. Información determinada sobre la tabla de contenidos (cuya existencia ya queda patente en el bloque anterior «Visibilidad de la información»: «Tabla de contenidos»). La finalidad es comprobar si el menú está siempre visible, en todas las páginas y, dentro de ellas, en el mismo lugar.
- Terminología consistente. Hace referencia al hecho de que todos los apartados utilizan el mismo término con el que vienen indicados en la tabla de contenidos.
- Botones de navegación. Se centra en la siguiente cuestión: si es posible subir a un nivel más genérico, debido a la posibilidad de volver a la página de inicio de la editorial o debido a la navegación entre secciones y apartados.

□ **Difusión de la información:**

- Colecciones. Se investigan varios puntos:
 - Si las obras del catálogo del servicio se distribuyen por colecciones, teniendo en cuenta que también las materias se van a considerar como colecciones, pues en la mayoría de las editoriales cumplen el papel de las mismas.
 - Si las colecciones tiene un título significativo, es decir, que el título permita intuir o conocer la materia o campo del saber correspondiente.
 - La distribución equilibrada de las obras en relación con las diferentes colecciones donde se integran.
 - Datos básicos de las colecciones mostrados por el sitio web: nombre, temática, nº de títulos, etc.
- Catálogos/Materiales. Interesan las siguientes informaciones sobre las obras que conforman el fondo editorial:
 - Tipos de documentos: monografías, revistas, manuales, actas de congresos, tesis. Los anteriores son los materiales más habituales, aunque también existen editoriales que ofrezcan otros temas distintos que son mencionados en las fichas correspondientes.
 - Formato: papel, CD-ROM, edición on line. También pueden aparecer otros formatos distintos como, por ejemplo, la microficha.
 - Se ofrece suficiente información para la identificación de las obras: autor, título, año de edición, colección, resumen, ISBN/ISSN, precio, etc.
- Acceso a las obras: datos sobre la accesibilidad a las publicaciones que el servicio ofrece al usuario, que pueden ser más o menos exhaustiva:
 - Sólo aparecen los títulos de las obras: si no se ofrece otro tipo de información, simplemente un listado de títulos.
 - Información bibliográfica sobre la obra: una referencia bibliográfica o una serie de datos de este tipo.
 - Permite acceder a parte de la obra: presentación, índice, prólogo, etc.
 - Permite la descarga de la obra completa, en diferentes formatos: PDF, HTML, Word, etc. Este sería el caso de los documentos electrónicos.
- Secciones de interés. A través de las cuales se ofrece toda la información estimada pertinente por el servicio de publicaciones. Se han seleccionado seis secciones concretas, consideradas de gran importancia para la difusión de la información:
 - *Novedades editoriales*. Se incluyen las últimas obras editadas por el servicio.
 - *Pedidos / compra*, donde se ofrece la oportunidad de adquirir una publicación, a través de diferentes formas de contacto: dirección postal, teléfono, fax, mail, en la propia editorial, o dirigiéndose a los distribuidores (por ejemplo: librerías).

- *Información para autores* relativa a la presentación de originales, las normas de publicación, las correcciones, la publicación de los diferentes materiales, etc.
- *Noticias/última hora*: sección constituida por noticias de interés relacionadas con el sector editorial o con el propio servicio de publicaciones.
- *Número de visitas*: contador del número de personas que han entrado en la página web, desde su creación o desde una fecha determinada.
- *Edición electrónic/digital*: dedicada a las nuevas tecnologías, por ejemplo, las publicaciones electrónicas y el acceso a las mismas, una biblioteca digital, libros electrónicos, etc.

□ **Ergonomía:**

Los indicios presentados a continuación contribuyen a apreciar la ergonomía de la Web:

- **Lectura/legibilidad.** Si la información se lee con claridad o, por el contrario, es realmente complicada de descifrar.
- **Tipografía.** Basándonos en dos cuestiones: si se ofrece una legibilidad apropiada, regular o pésima. Tamaño de letra: si es adecuado o normal, o más bien pequeño, siendo necesario aumentar su tamaño.
- **Diseño.** Puede ser sencillo y escueto, sin complicaciones, o también más elaborado y recargado.

Otra pauta interesante es conocer lo que prima, si el texto o las imágenes. Así se presentan tres posibilidades:

- **Prima el texto sobre las imágenes.**
- **Priman las imágenes sobre el texto.**
- **Texto e imágenes equilibradas.**

□ **Luminosidad:**

Lluís Codina¹⁶ señala que «la luminosidad de una web se refiere al número de enlaces que contiene hacia otras sedes web».

La existencia de enlaces externos es importante en una web pues, por una parte, se añade utilidad al recurso y, por otra, es una forma indirecta de popularizar y dar a conocer dicho recurso.

En este sentido, es interesante considerar lo siguiente: si se trata de una simple lista de títulos de sedes web o si se ofrece más información sobre cada sede web.

Todos los criterios descritos anteriormente quedan patentes en el formulario, analizándose así los diferentes sitios web de las editoriales universidades.

Los datos obtenidos en esta investigación han sido tabulados utilizando el programa estadístico SPSS.

RESULTADOS

En primer lugar debe señalarse que no todas las universidades españolas cuentan con un «servicio de publicaciones» propiamente dicho, y entre aquellas que poseen dicho servicio se encuentran algunas que no ofrecen un sitio web del mismo. Esta afirmación se refleja en las tablas 1 y 2. En ellas se observa que entre las 71 universidades existentes en nuestro país, objeto de este estudio, 54 cuentan con «servicio de publicaciones», mientras que 15 no disponen de él, y dos universidades «no poseen un servicio de publicaciones centralizado».

	Universidad con servicio de publicaciones	
	Recuento	%
Sí	54	76,1
No	15	21,1
Servicio de publicaciones no centralizado	2	2,8
Total	71	100,0

Tabla 1. Universidades con servicio de publicaciones

	Servicio de publicaciones con página web	
	Recuento	%
Sí	49	90,7
No	5	9,3
Total	54	100,0

Tabla 2. Editoriales universitarias con sitio web

Los centros universitarios que no disponen de editorial son los siguientes:

- Universidades públicas: Universidad Carlos III de Madrid; Universidad Miguel Hernández de Elche; Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED); Universidad Pablo de Olavide (Sevilla); Universidad Politécnica de Cartagena; Universidad Pompeu Fabra (Barcelona); Universidad Rovira i Virgili (Tarragona).
- Universidades de la Iglesia Católica: Universidad Católica Santa Teresa de Ávila; Universidad De Deusto.
- Universidades Internacionales: Universidad Internacional Menéndez y Pelayo.
- Universidades Privadas: Universidad Abat Oliba CEU; Universidad Europea Miguel de Cervantes; Universidad Internacional de Cataluña; Mondragón Unibertsitatea; Universidad SEK (Segovia).

Las dos universidades que no poseen un servicio de publicaciones centralizado son la Universidad Politécnica de Madrid (pública) y la Universidad Ramón Llull (privada). Esta información ha sido proporcionada por los propios centros de enseñanza, a través de correo electrónico. La primera universidad indica que cada escuela o facultad tiene su propio servicio de publicaciones. En el segundo caso, se trata de una universidad de tipo federativo, por lo tanto, es cada institución federada que integra la universidad, quien produce sus publicaciones o la que tiene acuerdos con editoriales.

En consecuencia, aunque un 76,1% de las universidades cuentan con un servicio de publicaciones propiamente dicho, el porcentaje restante, un 23,9% (21,1% + 2,8%), es

excesivamente alto. La existencia de una editorial en los centros universitarios es esencial para la difusión del conocimiento y la investigación, cumpliendo así con uno de los objetivos principales de la Universidad.

Otra cuestión interesante es la *existencia de un sitio web* que albergue el servicio dedicado a la divulgación de las publicaciones. En este sentido, la tabla anterior (nº 2) muestra que 49 universidades de las 54 con editorial, disponen de un recurso colgado en Internet para dar a conocer sus publicaciones, y sólo cinco carecen de éste. Este último caso corresponde a las universidades indicadas a continuación:

- Universidades públicas: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y la Universidad de León.
- Universidades de la Iglesia Católica: Universidad de Navarra (privada).
- Universidades privadas: Universidad Europea de Madrid y Universidad San Pablo CEU (Madrid).

El formulario se aplica a los centros con «servicio de publicaciones» ofrecido a través de Internet, pues se trata del objetivo perseguido en esta investigación. Por lo tanto, los datos tabulados, a partir de los cuales se han obtenido los resultados, pertenecen a las 49 universidades que presentan esta característica.

FICHAS DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS

Las fichas de las universidades analizadas se incluyen como anexo al presente trabajo, ofreciéndose en ellas los siguientes datos:

- La reproducción de la página principal del sitio web del servicio de publicaciones.
- La fecha de análisis del recurso web.
- Los datos de identificación.
- El formulario.

EL FORMULARIO

A continuación se muestran los datos resultantes de la tabulación (programa SPSS) del formulario aplicado a las diferentes editoriales universidades españolas. Como se ha indicado en epígrafes anteriores, los datos pertenecen a los 49 centros universitarios con servicio de publicaciones y sede web propia.

El formulario se divide en varios bloques, como se ha señalado en el apartado dedicado a la metodología, y dentro de cada uno se incluyen una serie de cuestiones básicas para obtener la información requerida.

Datos básicos

En este bloque se integran cuatro ítems: título del recurso, lengua, URL y responsabilidad (universidad), siendo tabulados los dos primeros.

■ Título del recurso.

Hay que considerar la aparición de diferentes idiomas en las denominaciones: Servicio de publicaciones/Servei de publicacions. Publicaciones/Publicacions. Ediciones/Edicions.

Los títulos «Editorial» y «Ediciones» son menos comunes, al igual que «otros»: «Servicio editorial» (Universidad del País Vasco), «Servicio de publicaciones e intercambio científico» (Universidad de Santiago de Compostela), «Secretariado de publicaciones» (Universidad de Sevilla), «Publicaciones e investigación» (Universidad Alfonso X El Sabio).

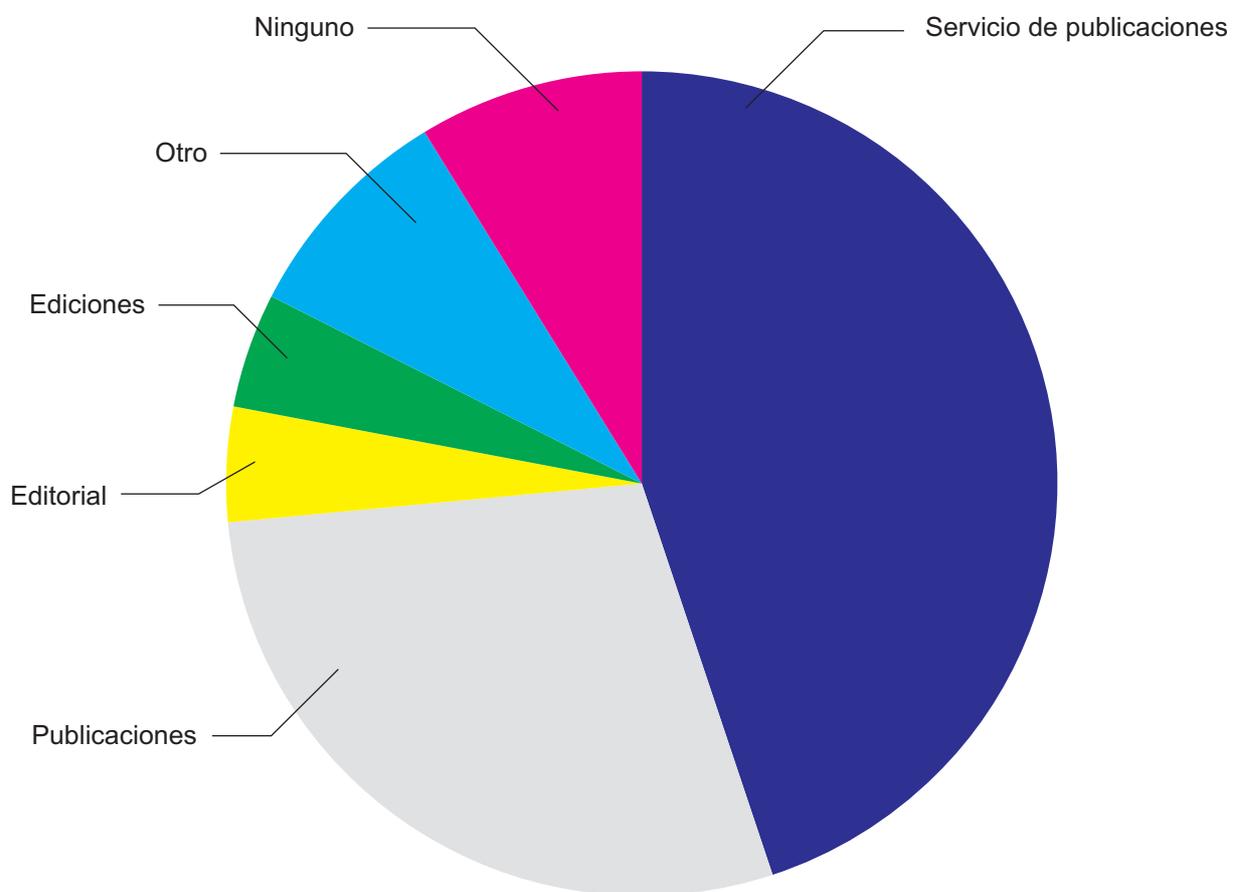


Fig.1. Títulos del recurso web de las editoriales universitarias

También se han encontrado editoriales que no ofrecen realmente ningún título en su sitio web, aunque se pueden identificar por alguna información existente en los datos de contacto o en el copyright. Este hecho se observa en la Universidad de les Illes Balears y en la Universidad de la Rioja.

Directamente relacionado con este tema se encuentra el ítem «Posee un título indicativo» la página del servicio de publicaciones.

	Página de servicio de publicaciones con título indicativo	
	Recuento	%
Sí	47	95,9
No	2	4,1
Total	49	100,0

Tabla 3. Sitios web con título indicativo

Según se desprende de la información contenida en esta tabla, el título de todas las editoriales de las universidades que lo poseen es indicativo, es decir, que el usuario puede identificar claramente el recurso web.

■ Lengua

La tabla relativa al idioma de las publicaciones de la editorial refleja el hecho de que el «castellano» está presente en todas, excepto en la Universidad de Vic (Barcelona). Dicha editorial publica obras únicamente en catalán.

	Lengua de publicaciones	
	Recuento	%
Sólo español	13	26,5
Español y otras lenguas españolas	3	6,1
Español y lenguas extranjeras	19	38,8
No español	1	2,0
Español, lenguas españolas y extranjeras	13	26,5
Total	49	100,0

Tabla 4. Lengua de las publicaciones

Además de la lengua castellana aparecen publicaciones en otras lenguas oficiales del Estado español: catalán, euskera, gallego y valenciano, así como en lenguas extranjeras: inglés, francés, italiano, portugués, etc.

Existe un claro predominio del «castellano y lenguas extranjeras» con un 38,8 %, seguido de dos opciones con un porcentaje similar del 26,5 %: «sólo castellano» y «castellano, lenguas españolas y extranjeras». Y con una notable diferencia, un 6,1%, se encuentra el «castellano y otras lenguas oficiales (catalán, euskera, gallego, valenciano)».

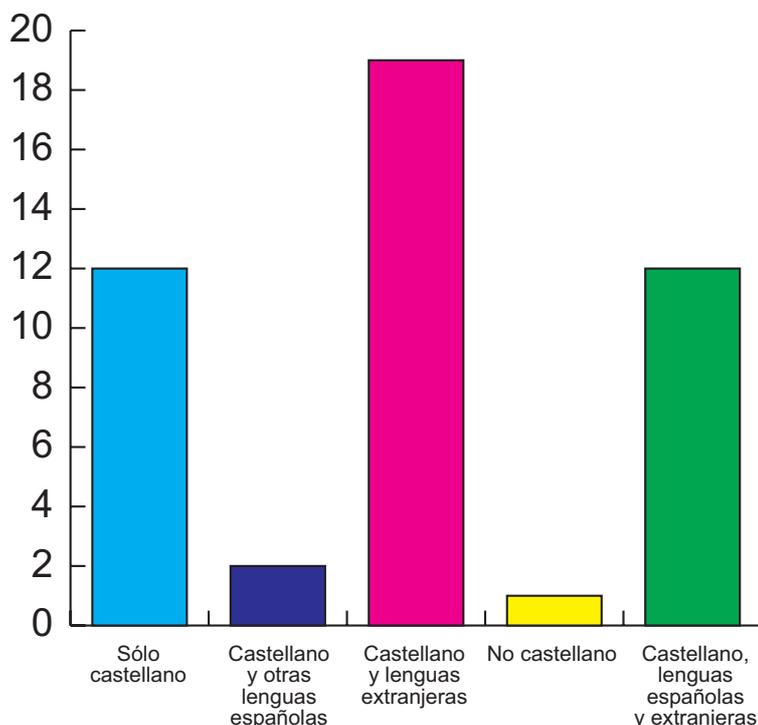


Fig. 2. Lengua de las publicaciones

Cabe mencionar la «posibilidad de variantes de idiomas» como materia relacionada, aunque teniendo en cuenta que se alude, en este caso, al idioma del propio sitio web. De todos modos, la información sobre este ítem queda reflejada en el bloque de la «accesibilidad», que se abordará más adelante.

□ Visibilidad de la información

La visibilidad o popularidad, como la denominan también algunos autores como L. Codina, es un buen indicador de calidad ya que se refiere al grado en el cual una web es enlazada por otras webs. También se le denomina como posicionamiento. Para una web es muy importante darse a conocer y ser lo más visible posible.

Hay que considerar que la visibilidad no se limita solamente a la aparición de enlaces que lleven al recurso en concreto, en otras páginas web. La visibilidad está estrechamente relacionada con la accesibilidad y la difusión de la información.

Por lo tanto, en este criterio es fundamental considerar los siguientes indicadores, presentados en el formulario.

■ Entrada desde la página de la Universidad

Una de las cuestiones consideradas es la visibilidad del servicio de publicaciones, a través de la web de la universidad a la cual pertenece.

Es esencial que exista un enlace que dirija a la editorial universitaria, bien sea directo o indirecto, pasando por varios enlaces que lleven finalmente al recurso.

Como puede observarse en la tabla ofrecida a continuación, todas las universidades poseen un vínculo dirigido a su servicio de publicaciones. En la mayoría de los casos el enlace no es directo, en concreto en un 67,3 %, mientras que las universidades con enlace directo presentan un porcentaje del 32,7 %.

	Entrada desde página de universidad	
	Recuento	%
Sin enlace directo	33	67,3
Con enlace directo	16	32,7
Total	49	100,0

Tabla 5 Entrada desde la página principal de la Universidad

Tanto si el enlace es directo como si no lo es, debe ser fácilmente localizable. Esto quiere decir que su denominación sea clara, siendo obvio que a través de ese enlace/s se llega al recurso de la editorial. En el estudio realizado se ha comprobado que la mayoría de las universidades (93,9%) presentan esta característica, lo cual es un indicio positivo.

	Enlace fácilmente localizable	
	Recuento	%
Sí	46	93,9
No	3	6,1
Total	49	100,0

Tabla 6. Enlace fácilmente localizable

La denominación más común es «Servicios», «Servicios Universitarios» o «Servicios generales», dependientes, en algunas ocasiones, de otros enlaces como: «Estructura» (Universidad Murcia), «Acceso temático» (Universidad Oviedo), «Información» (Universidad Politécnica de Valencia), «Organización y servicios» (Universidad de Valencia) e, incluso, enlaces con el nombre de la propia Universidad: en el caso de la Universidad de Girona (la «UDG»), la Universidad Politécnica de Catalunya (la «UPC») y Universidad de Vic («Universidad»). Cabe

destacar, en este sentido, el enlace de la Universidad de Alicante: «Biblioteca y Archivo», dentro del cual se encuentra el vínculo del «Servicio de publicaciones».

El porcentaje de universidades cuyo enlace a la editorial no ayuda a la localización de la misma es, solamente, de un 6,1%. Está constituido por tres universidades que ofrecen un enlace poco significativo para llegar al sitio web de su editorial: la Universidad Autónoma de Barcelona («Suport a l'estudi»), la Universidad de la Rioja y la Universidad Católica San Antonio de Murcia, que poseen el enlace denominado «Investigación» para llegar al de «Publicaciones».

Además, el enlace directo al «Servicio de publicaciones» debe ser identificable claramente, lo cual significa que la denominación del enlace debe explicitar, sin ninguna duda, el servicio al cual se accede a través de él, en este caso, el servicio de publicaciones.

Los porcentajes obtenidos reflejan la existencia de esta circunstancia en todas las universidades que poseen una editorial con sede web. Esto es lógico pues los enlaces están formados por el mismo nombre que designa el recurso o, si no, por uno similar: «Servicio de publicaciones», «Publicaciones», «Ediciones», «Servicios editoriales», «Editorial», «Servicio de publicaciones e intercambio científico», etc.

	Enlace identificable claramente	
	Recuento	%
Sí	49	100,0
No	0	0,0
Total	49	100,0

Tabla 7: Enlace identificable claramente

■ Página del servicio de publicaciones/editorial

Es necesario que la propia página web de la editorial facilite el conocimiento de este servicio, pues uno de sus objetivos se centra en «ser visible», poniendo todos los medios posibles para conseguirlo.

En este sentido, el primer paso será contar con *un título indicativo*, con el fin de que el usuario conozca el sitio web que está visitando. Los datos correspondientes a este punto han sido mostrados ya en el anterior bloque «Datos básicos» en el apartado «Título del recurso» (tabla 12) junto a la información relativa a la denominación de dicho título.

Otra pauta interesante para conseguir la visibilidad es la *explicación del contenido del sitio web*, bien en la página principal del recurso, bien incluida en alguna de sus secciones o apartados.

El estudio muestra que la aparición de esta explicación no es una práctica tan frecuente como sería deseable, pues los porcentajes son muy similares:

	Explicación del contenido del sitio web	
	Recuento	%
Sí	21	42,9
No	28	57,1
Total	49	100,0

Tabla 8. Explicación del contenido del sitio web

La tabla revela que 21 editoriales universitarias (42,9 %) incluyen una explicación sobre los contenidos ofrecidos en su sitio web. Lo más habitual es que esta información se ofrezca en la página principal de la editorial (Universidad Autónoma de Madrid) o que esté integrada en la sección denominada «Presentación» (Universidad de Córdoba), que en algún caso es realmente un apartado de otra sección más amplia como puede ser «Información» (Universidad Politécnica de Catalunya).

En ocasiones, la explicación se encuentra en secciones con nombres diversos: «Servei que oferim»: «Com editar. Informació general» (Universidad de Girona) o «Quiénes somos» (Universidad Oberta de Catalunya).

Cabe señalar la importancia que tienen los criterios «Poseer un título indicativo» y «la aparición de texto explicativo del contenido de la web» para la visibilidad, pues como afirma Lluís Codina¹⁷ «las sedes web son más accesibles a través de motores de búsqueda y de agencias de evaluación si están bien (auto)descritas».

■ Mapa del sitio

Se ha comprobado que realmente estos servicios editoriales no suelen incluir un mapa de su sitio web, donde se explique gráficamente la estructura del recurso.

Así, en la mayoría de las editoriales no existe este mapa del sitio, aunque la web de la propia universidad sí cuenta, habitualmente, con él.

A continuación se muestra que sólo se ha encontrado mapa web en dos servicios de publicaciones, aunque en uno de ellos, la Universidad de Almería, existe el enlace al mismo, pero a la hora de entrar la página «da error» reiteradamente. Por lo tanto, el único servicio que realmente cuenta con mapa web es el de la Universidad Oberta de Catalunya, concretamente en la sección de «Ayuda» y, además, posee enlaces a los contenidos.

	Mapa del sitio web	
	Recuento	%
Sí	2	4,1
No	28	95,9
Total	49	100,0

Tabla 9. Mapa del sitio web

■ Tabla de contenido

El menú o tabla de contenidos es un elemento primordial en una web editorial, pues contribuye al conocimiento de la información almacenada en el recurso en cuestión, que es la ofrecida y difundida al público. Esta pauta se relaciona directamente con la navegación y la organización de la web.

En el estudio realizado se refleja el predominio de la tabla de contenidos en las editoriales universidades (87,8 %), aunque parece ser que no es una práctica habitual la inclusión de «comentarios a los diferentes enlaces o secciones que la componen» (6,1 %).

Únicamente encontramos tres servicios de publicaciones que no ofrecen un sumario de sus contenidos: Universidad de Alcalá de Henares, Universidad de Burgos y Universidad Pública de Navarra.

Respecto a la existencia de un comentario que identifique o describa brevemente los contenidos, sólo es ofrecido por las siguientes editoriales: Universidad de Alicante, Universidad de Cantabria y Universidad Complutense de Madrid.

	Existe tabla de contenido	
	Recuento	%
Sí	43	87,8
No	3	6,1
Sí, con comentario	3	6,1
Total	49	100,0

Tabla 10. Existe tabla de contenido

Otra pauta analizada es «si la información está organizada en apartados desplegables». Los resultados obtenidos indican que el mayor porcentaje (un 71,4 %) corresponde a la respuesta negativa, mientras que el 22,4 %, concretamente 11 editoriales, sí ofrecen esta organización de sus contenidos.

	Información en apartados desplegables	
	Recuento	%
Sí	11	22,4
No	37	75,5
Sin tabla contenidos	1	2,0
Total	49	100,0

Tabla 11. Información en apartados desplegables

■ Motor de búsqueda interno

La existencia de servicios de recuperación de información que permitan la búsqueda es un criterio fundamental en lo que Codina¹⁸ ha denominado «recuperabilidad». Esto se relaciona estrechamente con la visibilidad de la web, así como con la accesibilidad y navegación a través de la misma.

Además, Codina¹⁹ afirma que «el acceso a la información por recuperación es tan importante como la navegación, ya que proporciona formas de acceso alternativas y complementarias a esta última. Sin recuperación de información, el sistema de acceso a la información de todo recurso digital de una mínima complejidad de contenidos está incompleto».

A pesar de todo esto se ha comprobado en el presente estudio que son muchas las editoriales universidades que no incluyen en sus sedes web un mecanismo de recuperación de información, lo cual se considera un punto negativo respecto a estos servicios de publicaciones.

	Existe motor de búsqueda interno	
	Recuento	%
Sí	23	46,9
No	26	53,1
Total	49	100,0

Tabla 12. Existe motor de búsqueda interno

Respecto al tipo de búsqueda permitido en las editoriales universidades que disponen de motor de recuperación, «la búsqueda mediante texto libre» está presente en todas ellas. Así, el usuario puede introducir las palabras claves que crea convenientes para obtener la información requerida, en el recuadro de búsqueda, empleando el lenguaje natural.

	Búsqueda mediante texto libre	
	Recuento	%
Sí	23	46,9
Sin motor búsqueda	26	53,1
Total	49	100,0

Tabla 13. Búsqueda mediante texto libre

También existe la «búsqueda mediante texto controlado», que no está tan generalizada como la búsqueda anteriormente mencionada, encontrándose en 12 de los 23 servicios de publicaciones con motor de búsqueda. Esto conlleva que en varios casos se disponga de ambos tipos de búsqueda en unos campos u otros, como puede comprobarse en la siguiente pantalla:

Así vemos que la «búsqueda mediante texto controlado» aparece en algunos campos, mostrándose a través de un menú desplegable las diferentes opciones que el usuario puede elegir para formular la búsqueda.

	Búsqueda mediante texto controlado	
	Recuento	%
Sí	12	24,5
No	11	22,4
Sin motor de búsqueda	26	53,1
Total	49	100,0

Tabla 14. Búsqueda mediante texto controlado

Pero también podría realizarse una búsqueda más avanzada utilizando, por ejemplo, operadores booleanos (*y, o, and, or, near...*). Esto se ha contemplado como una posibilidad en el formulario de la investigación, pudiendo comprobarse que en ninguna de las editoriales universidades españolas se ofrece dicha opción.

	Búsqueda mediante operadores booleanos	
	Recuento	%
Sí	24	49,0
Sin motor búsqueda	25	51,0
Total	49	100,0

Tabla 15. Búsqueda mediante operadores booleanos

Otra de las características que poseen estos motores de búsqueda es permitir la recuperación por campos, que también es un mecanismo de búsqueda avanzada.

	Permite búsqueda por campos	
	Recuento	%
Sí	22	44,9
No	15	2,0
Sin motor de búsqueda	2	53,1
Total	49	100,0

Tabla 16. Permite búsqueda por campos

Únicamente una de las editoriales no ofrece esta opción, es la Universidad de Lleida, que sólo presenta un recuadro que permite hacer una «búsqueda mediante texto libre».



Fig 2. Edicions de la Universitat de Lleida

En el resto se pueden buscar las obras por campos, aunque el número de estos varía según el servicio de publicaciones.

Tenemos la Universidad de Córdoba en la que sólo aparece el campo de «autor», siendo éste habitual en los motores de búsqueda de las editoriales, al igual que el campo «título». Este hecho es lógico pues se trata de datos básicos de las publicaciones. A pesar de esto, existe un servicio Universidad en el que no aparece ninguno de estos dos campos: la Universidad Internacional de Andalucía que permite la búsqueda por: «colección», «año de edición» y «otros» («relacionados con la sede» y «localizar-%»).

	Si permite búsqueda por el campo <i>autor</i>	
	Recuento	%
Sí	21	42,9
No	1	2,0
No motor de búsqueda	26	53,1
No búsqueda por campos	1	2,0
Total	49	100,0

Tabla 17. Permite búsqueda por el campo «autor»

	Si permite búsqueda por el campo <i>título</i>	
	Recuento	%
Sí	20	40,8
No	2	4,1
No motor de búsqueda	26	53,1
No búsqueda por campos	1	2,0
Total	49	100,0

Tabla 18. Permite búsqueda por el campo «título»

A continuación se muestran los datos obtenidos en relación a otros campos aparecidos en los mecanismos de recuperación de información:

	Si permite búsqueda por el campo <i>materia</i>	
	Recuento	%
Sí	9	18,4
No	13	26,5
No motor de búsqueda	26	53,1
No búsqueda por campos	1	2,0
Total	49	100,0

Tabla 19. Permite búsqueda por el campo «materia»

	Si permite búsqueda por el campo <i>colección</i>	
	Recuento	%
Sí	10	20,4
No	12	24,5
No motor de búsqueda	26	53,1
No búsqueda por campos	1	2,0
Total	49	100,0

Tabla 20. Permite búsqueda por el campo «colección»

	Si permite búsqueda por el campo <i>ISBN/ISSN</i>	
	Recuento	%
Sí	13	26,5
No	9	18,4
No motor de búsqueda	26	53,1
No búsqueda por campos	1	2,0
Total	49	100,0

Tabla 21. Permite búsqueda por el campo «ISBN/ISSN»

	Si permite búsqueda por el campo <i>año de edición</i>	
	Recuento	%
Sí	7	14,3
No	15	30,6
No motor de búsqueda	26	53,1
No búsqueda por campos	1	2,0
Total	49	100,0

Tabla 22. Permite búsqueda por el campo «año de edición»

	Si permite establecer el orden de preferencia en la búsqueda	
	Recuento	%
Sí	3	6,1
No	19	38,8
No motor de búsqueda	26	53,1
No búsqueda por campos	1	2,0
Total	49	100,0

Tabla 23. Permite establecer «orden de preferencia»

A partir de los resultados anteriores se puede establecer la siguiente secuencia de los campos, ordenados de mayor a menor frecuencia de aparición: «autor», «título», «ISBN», «colección», «materia», «año de edición» y «orden» (de recuperación de los resultados).

	Si permite la búsqueda por otros campos	
	Recuento	%
Sí	9	18,4
No	13	26,5
No motor de búsqueda	26	53,1
No búsqueda por campos	1	2,0
Total	49	100,0

Tabla 24. Permite búsqueda por otros campos

Además, existe algún campo diferente a los preestablecidos en el formulario en determinadas editoriales:

Universidad de Granada: «precio».

Universidad de Huelva: «soporte».

Universidad Politécnica de Valencia: «nº de documento», «departamento», «centro» y «titulación».

Universidad de Salamanca: «cualquier campo» y «nº de aciertos».

Universidad de Sevilla: «referencia».

Universidad de Valladolid: «tipo de documento» y «nº de resultados por página».

Universidad Oberta de Catalunya: «sinopsis», «palabra clave» y «todos los campos».

Universidad Internacional de Andalucía: «relacionados con la sede» y «localizar (%)».

Universidad Alfonso X El Sabio: «sección de la revista», «palabra clave» y «resumen».

Como puede observarse, también en estos casos existen campos coincidentes, por ejemplo: «nº de documento»/«referencia», «cualquier campo»/«todos los campos», «sinopsis»/«resumen», «palabra clave».

Ninguno de los servicios de publicaciones analizados presenta todos los campos citados, aunque algunos se acercan bastante pues incluyen siete de los ocho campos preestablecidos: la Universidad de Granada (todos menos el «año») y la Universidad de Huelva (todos menos el «ISBN»).



Fig 3. Universidad de Huelva. Publicaciones

■ Otros enlaces a la página de la editorial

Resulta esencial para la visibilidad que el recurso descrito esté presente en otros sitios web, es decir, que existan otros lugares que apunten hacia el mismo. En el caso de las editoriales se incluyen enlaces dirigidos a otras sedes de los servicios de publicaciones. A continuación se citan algunos sitios web que ofrecen un apartado con vínculos hacia los servicios de publicaciones universitarios:

- Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz²⁰.
- Servicio de publicaciones de la Universidad de Jaén²¹
- Servicio de publicaciones de la Universidad de Lleida²².
- Servicio de publicaciones de Vigo²³.
- Universia²⁴.
- Librería Universitaria Técnico Empresarial (Cádiz)²⁵.
- AEUE (Asociación de Editoriales Universidades Españolas)²⁶.

Respecto a los porcentajes arrojados por la investigación, se observa que todas las editoriales universidades cuentan con enlaces a sus páginas web.

	Otros enlaces a página de la editorial	
	Recuento	%
Sí	49	100,0
No	0	0,0
Total	49	100,0

Tabla 25. Otros enlaces a la página de la editorial universitaria

❑ Directorio

En este bloque se pretende comprobar hasta qué punto queda patente la responsabilidad en el sitio web. En este sentido, por un lado hay que considerar la responsabilidad relativa a la institución a la cual pertenece el servicio de publicaciones, es decir, la propia universidad (bloque «Datos básicos»). Por otro lado, lo que se refiere al responsable directo de dicho servicio.

■ Identificación de la responsabilidad

Este ítem se dedica al último aspecto considerado anteriormente. Se ha analizado si la autoría está bien determinada, con denominaciones tales como: el «director» (en la mayoría de las editoriales), el «responsable de administración» (Universidad Autónoma de Barcelona), el «jefe del servicio» (Universidad Antonio de Nebrija). Esta característica queda reflejada en la siguiente tabla:

	Autoría de la página bien determinada	
	Recuento	%
Sí	20	40,8
No	29	59,2
Total	49	100,0

Tabla 26. Autoría de la página bien determinada

En el ítem mencionado no se ha encontrado mucha diferencia entre la respuesta afirmativa (40,8%) y la negativa (59,2%), aunque es mayor esta última.

La autoría puede ubicarse en varios lugares de la web:

- La página principal (Universidad Pública de Navarra).
- La sección de «Presentación» (Universidad de Huelva).
- El directorio de personal (Universidad de Lleida).
- En otras secciones o apartados como, por ejemplo: «equipo de trabajo» (Universidad da Vigo).

En relación con la identificación de la responsabilidad es interesante conocer «si existe una lista de personal del servicio». Los datos obtenidos indican que el 61,2 % de las editoriales universitarias, en concreto, 39 analizadas, no cuentan con información sobre su plantilla de empleados. El 38,8 % restante corresponde a aquellas que ofrecen alguna sección o apartado dedicado al personal de este servicio, como es el caso de la Universidad de Cádiz.

Las secciones más habituales, donde se ubican los listados de personal son: el «Directorio» (Universidad de Granada), la «Presentación» (Universidad de Valladolid) y en la página principal de la web (Universidad de Murcia).

Además, hay que tener en cuenta los datos ofrecidos sobre el personal, que en unos casos son amplios: nombre y apellidos, cargo, teléfono, fax y mail (Univer-

sidad de Alicante), mientras que en otros se caracterizan por dar información más escueta, por ejemplo, sólo el cargo y el nombre de la persona (Universidad Pontificia de Comillas) o, incluso, se llegan a excluir datos importantes como el cargo (Universidad Autónoma de Barcelona).

	Existe lista de personal del servicio de publicaciones	
	Recuento	%
Sí	19	38,8
No	30	61,2
Total	49	100,0

Tabla 27. Existe lista de personal de la editorial

Cabe destacar el servicio de publicaciones de la Universidad Politécnica de Catalunya que, además de un listado de personal, integra una sección dedicada a los «Órganos de gobierno» (Consejo de administración y Consejo asesor).

■ Posibilidad de contacto

Sin duda alguna, una de las informaciones básicas que cualquier servicio debe procurar es la información de contacto. Es fundamental conocer la dirección postal, el teléfono, el fax y el correo electrónico para poder contactar con el servicio en cuestión. La omisión de estos datos constituye un criterio realmente negativo en la evaluación de un recurso web.

Se han elaborado dos tablas relativas a este asunto: la primera indica si en el sitio web de la editorial aparece algún dato de contacto, y en la segunda se especifica cuáles son dichos datos.

	Aparecen datos de contacto	
	Recuento	%
Sí	43	87,8
No	6	12,2
Total	49	100,0

Tabla 28. Se incluyen datos de contacto

	Qué datos de contacto se ofrecen	
	Recuento	%
Mail	3	6,1
Dirección postal y teléfono/fax	2	4,1
Dirección postal y mail	1	2,0
Teléfono/fax y mail	3	6,1
Dirección postal, teléfono/fax y mail	33	67,3
Ninguno	6	12,2
Dirección postal, teléfono y mail	1	2,0
Total	49	100,0

Tabla 29. Datos de contacto ofrecidos

En primer lugar se observa que la mayoría de las editoriales (un 87,8%) ofrecen datos que posibilitan el contacto para poder realizar la compra o pedido, y para la realización de cualquier tipo de consulta que se estime oportuna.

Dicha información suele incluirse en la página principal del servicio (Universidad Complutense de Madrid) o en alguna sección dedicada a pedidos o «compra» (Universidad de Castilla-La Mancha) o con denominaciones tales como «Contáctenos» o similar (Universidad de Granada).

Respecto a los datos concretos, predominan los servicios que ofrecen una información bastante completa: dirección postal, teléfono/fax y mail. En cuanto a este último dato, el correo electrónico, en algunos casos simplemente es mencionado (Universidad de Alicante), mientras que en otros se abre un cuadro de correo electrónico donde se permite escribir el mensaje y enviarlo directamente (Universidad de València).

También existe algún servicio de publicaciones que no dispone de datos de contacto, concretamente seis (un 12,2%):

- Universidad de Barcelona.
- Universidad de Girona.
- Universidad de les Illes Balears.
- Universidad Internacional de Andalucía.
- Universidad Alfonso X El Sabio.
- Universidad Antonio de Nebrija.

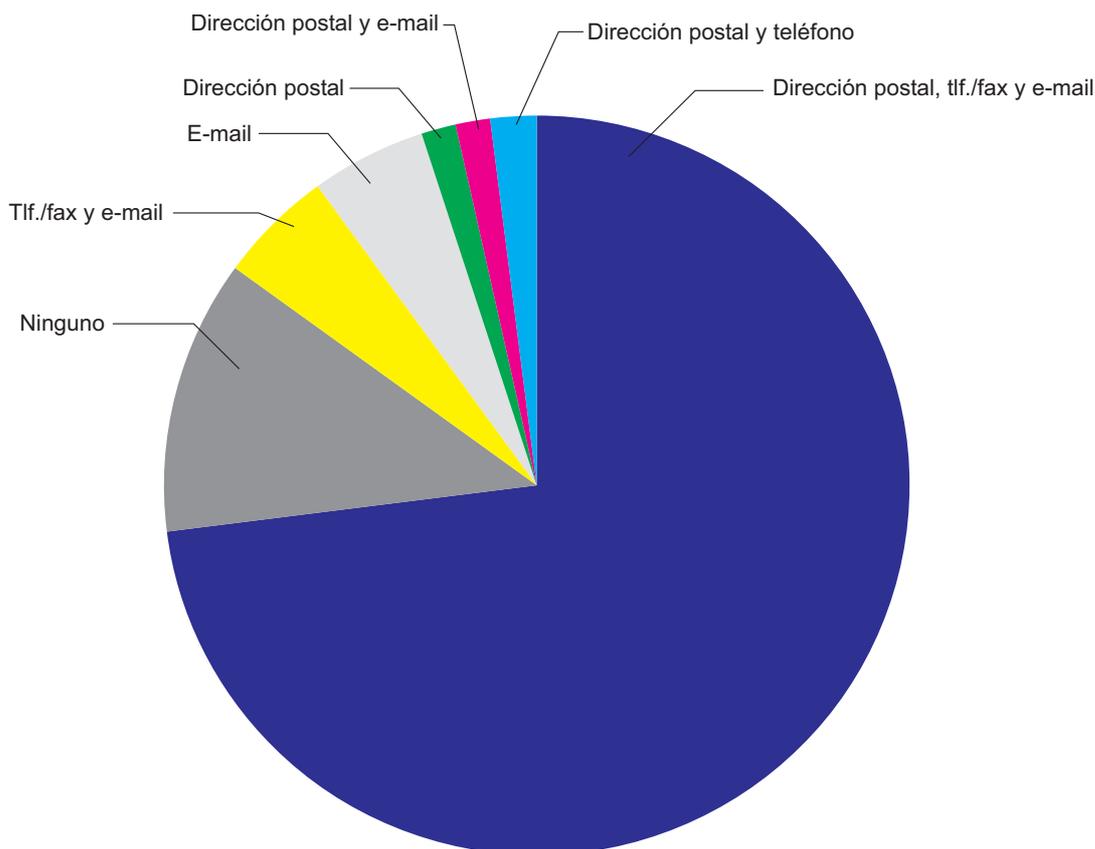


Fig. 4. Datos de contacto de la editorial universitaria

■ Existencia de logo y texto de la universidad

Es importante que la página web de la editorial incluya la mención de la universidad como institución responsable de ese servicio, así como el logo propio de la misma. Por un lado, este hecho sirve para la identificación de la responsabilidad y, por otro lado, es un criterio indicativo del grado de organización del sitio, como indica Vegas²⁷ en su propuesta de metodología para evaluación de sitios web. La siguiente tabla refleja el predominio de las editoriales que incluyen el nombre de la universidad de la que dependen, y el logotipo de la misma, quedando así doblemente identificadas, tanto en la página principal como en el resto de páginas del sitio web.

	Vienen el logo y universidad en página principal		Vienen el logo y universidad en resto de páginas	
	Recuento	%	Recuento	%
Sí, sólo logo	2	4,1	2	4,1
Sí, sólo Universidad	5	10,2	5	10,2
Sí, ambos	40	81,6	35	71,4
No	2	4,1	7	14,3
Total	49	100,0	49	100,0

Tabla 30 Logotipo y mención de la universidad

Existen un par de editoriales que no muestran en su página principal y tampoco en el resto de páginas ni la denominación de la universidad ni el logotipo, siendo esto un aspecto negativo a valorar: la Universidad de Córdoba y la Universidad de Girona.

□ Actualización y actualidad

La revisión, incorporación y movilidad de documentos informan del interés de sus responsables por ofrecer un buen servicio a los visitantes. La actualización de contenidos da prestigio a la web²⁸, de manera que, a la hora de comprobar este criterio de evaluación, el estudio se ha centrado en dos aspectos:

■ Si aparece indicada la fecha de actualización

Se trata de saber si viene la última fecha en que ha sido revisada la web:

	Viene fecha de actualización	
	Recuento	%
Sí	13	26,5
No	36	73,5
Total	49	100,0

Tabla 31: Viene fecha de actualización

Como puede observarse, un porcentaje muy alto de los servicios de publicaciones universitarios (73,5%) no aportan esta información. Por lo tanto, el usuario no puede saber si la página web a la que está accediendo tiene información actual o, por el contrario, si el contenido está obsoleto.

■ Si ha transcurrido más de un año desde la última actualización

Este punto es interesante pues conociendo este dato tenemos un criterio que ayudará a decidir si nos interesa o no acceder a esa web y navegar por ella. Los siguientes datos reflejan que en el caso de ocho universidades no ha transcurrido más de un año desde la última revisión. Entre éstas la mitad actualizan su web prácticamente a diario o, por lo menos, en el mes corriente:

- Universidad de Alicante.
- Universidad Autónoma de Barcelona.
- Universidad Autónoma de Madrid.
- Universidad de Cádiz.

Sin embargo, en las cuatro restantes sus últimas revisiones datan del año pasado, del 2003:

- Universidad de Almería.
- Universidad de Málaga.
- Universidad de Sevilla.
- Universidad de Vic.

	Transcurrido más de un año desde la última actualización	
	Recuento	%
Sí	5	10,2
No	8	16,3
No figura la fecha de actualización	36	73,5
Total	49	100,0

Tabla 32. Ha transcurrido más de un año desde la última actualización

Respecto a la estructura de las fechas, la habitual es: dd/mm/aa, ofreciéndose una información completa y exacta.

□ Accesibilidad

Otra cuestión destacable en la evaluación de un sitio web es la posibilidad de acceso a la misma, teniendo en cuenta una serie de puntos:

■ Velocidad de descarga

Cualquier página web que pretenda dar un buen servicio y ser realmente útil, debe albergar entre sus características una velocidad de descarga rápida.

	Velocidad de descarga	
	Recuento	%
Rápida	46	93,9
Lenta	3	6,1
Total	49	100,0

Tabla 33. Velocidad de descarga

La mayoría de las editoriales universitarias objeto del presente estudio presentan una velocidad rápida (93,9 %) a la hora de descargar las páginas web así como sus contenidos.

Sólo ofrecen acceso más lento los servicios de publicaciones de estas universidades: Universidad de Cantabria, Universidad de València y Universidad de Valladolid. Normalmente este hecho se basa en la abundancia de imágenes o grá-

ficos presentes en el diseño del sitio web, acrecentado, en algunos casos, por la descarga de documentos en ciertos formatos (ej: PDF).

En este sentido, J. M. Blanco señala que la existencia de gráficos, dibujos o, incluso, vídeos, debe estar realmente justificada. Esto último puede estar relacionado con el diseño, intentando hacer el recurso más atractivo y amigable, o con la complementariedad del contenido incluyendo gráficos explicativos y aclarativos.

■ Existencia de versiones para la impresión

La existencia de posibilidades de impresión es prácticamente nula como puede observarse en los resultados adquiridos:

	Existen versiones y botón para la impresión	
	Recuento	%
Sí	2	4,1
No	47	95,9
Total	49	100,0

Tabla 34. Existen versiones y botón para impresión

Entre las 49 editoriales, únicamente se han encontrado dos que brinden esta oportunidad de «imprimir». Por un lado, la Universidad de Jaén incluye un botón de impresión en cada obra, pudiendo imprimirse la ficha de la misma. Y por otro, la Universidad de Zaragoza muestra una sección denominada «Impresión en la red» que permite a la comunidad universitaria imprimir ficheros o documentos informáticos y encuadernarlos posteriormente.

■ Existe ayuda sobre la estructura y navegación de la web

La accesibilidad al recurso web puede mejorarse si se incorpora información relativa a su estructura, así como ayuda para navegar a través de sus páginas. Esta información es siempre un aspecto positivo en la evaluación de un sitio web. Aunque está claro que su mayor o menor necesidad irá en función de lo fácil que resulte al usuario moverse por dicho recurso.

	Existe ayuda sobre estructura y navegación web	
	Recuento	%
Sí	3	6,1
No	46	93,9
Total	49	100,0

Tabla 35. Existe ayuda sobre la estructura y navegación

No obstante, solamente tres editoriales ofrecen esta «ayuda» incorporando diferentes datos, como puede comprobarse en las siguientes pantallas:

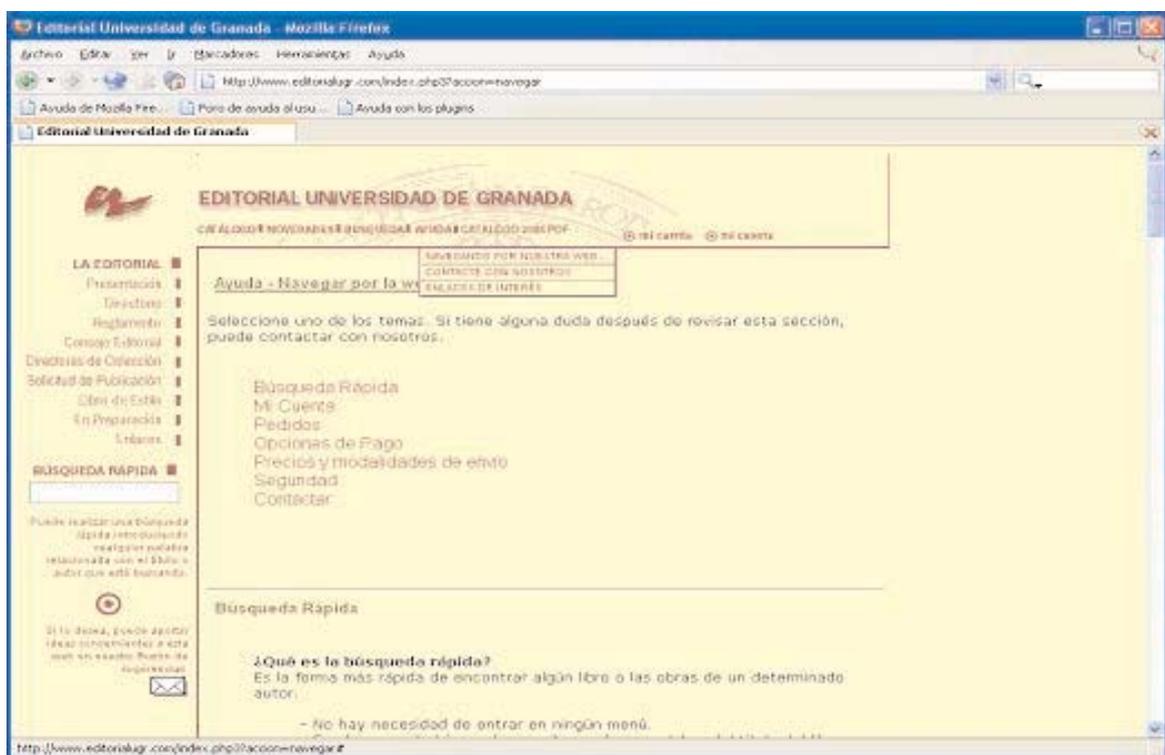


Fig 5. Servicio Publicaciones Universidad de Granada–Ayuda

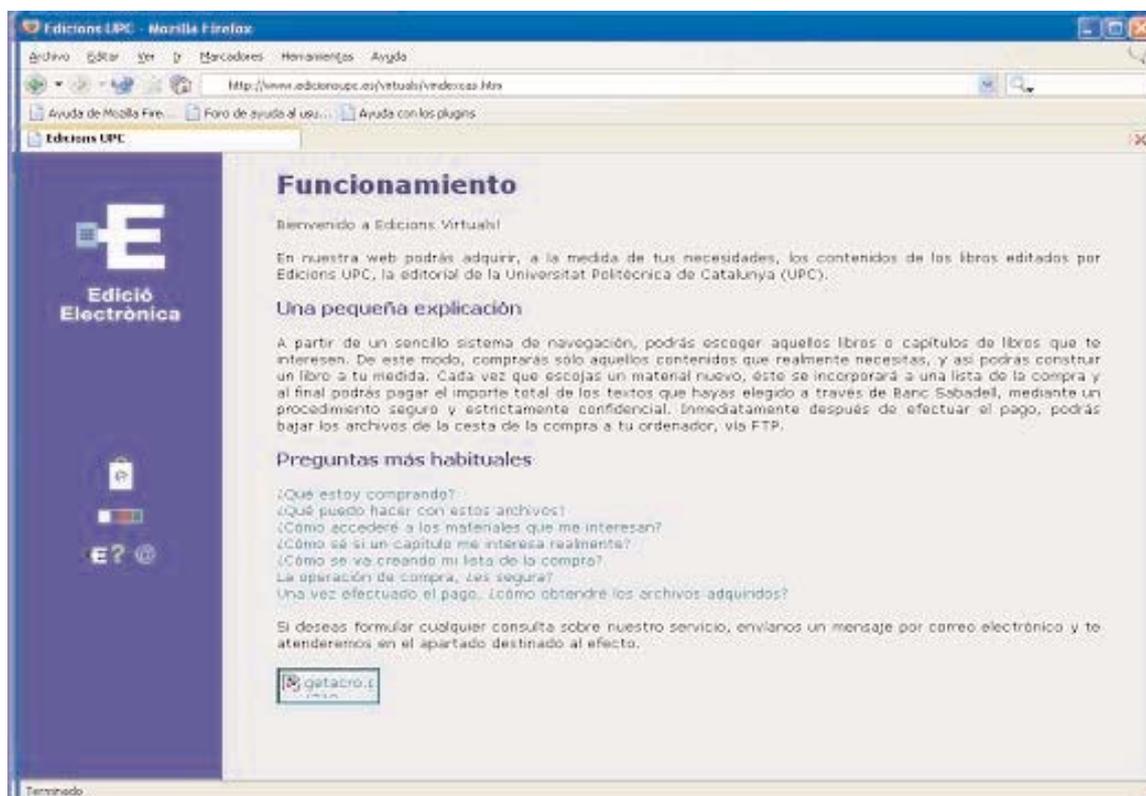


Fig 6. Servicio de Publicaciones Universitat Politècnica de Catalunya (Edicions UPC)–Ayuda



Fig. 7. Servicio de Publicaciones Universitat Oberta de Catalunya (Editorial UOC)–Ayuda

■ Posibilidad de variantes de idiomas

Se trata de analizar si los servicios de publicaciones albergan la posibilidad de cambiar de idioma. Este aspecto es destacable en aquellas web que están escritas en otro idioma que no es el castellano o también en aquellas que sí vienen en castellano pero permiten ser leídas y visualizadas en otras lenguas: catalán, gallego, vasco, inglés, etc.

	Posibilidad de variantes de idiomas	
	Recuento	%
Sí	9	8,4
No	40	81,6
Total	49	100,0

Tabla 36. Posibilidad de variantes de idiomas

Según los datos reflejados en la anterior tabla, un porcentaje muy alto, un 81,6 %, no permite el cambio de idioma. El porcentaje restante, un 18,4 % sí ofrece esta posibilidad. Entre las editoriales enmarcadas en este último grupo, las variantes son las siguientes:

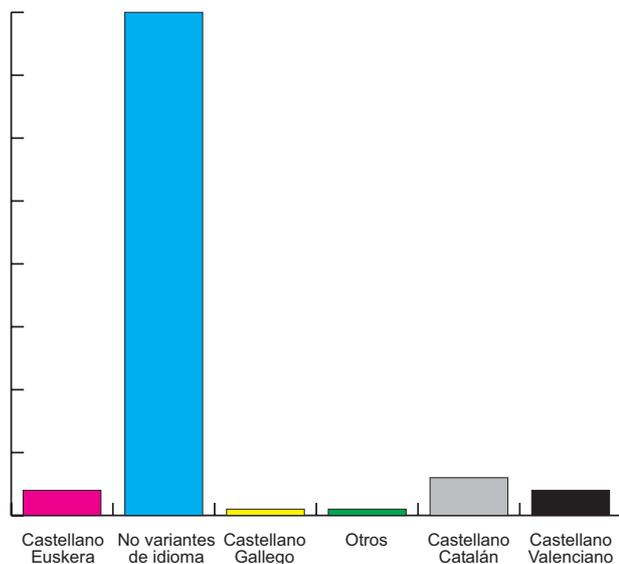


Fig 8. Variantes de idiomas

- Castellano/catalán: Universidad de Lleida, Universidad Politécnica de Catalunya, Universidad Oberta de Catalunya y Universidad de Vic.
- Castellano /gallego: Universidade da Coruña.
- Castellano /euskera: Universidad del País Vasco (en este caso, la información aparece en ambos idiomas).
- Castellano/ alenciano: Universidad de Alicante, Universidad Jaime I de Castellón (sólo en algunas páginas).
- Otros: Universidade de Santiago de Compostela (castellano, gallego e inglés).

Cabe destacar la situación de algunos servicios de publicaciones que, aún presentando su sede web en otro idioma diferente al castellano, no permiten el cambio de lengua: la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad de Barcelona.

□ Navegación

La navegación tiene mucho que ver con el criterio analizado en el anterior bloque: la accesibilidad. Cuanto más sencilla sea la navegación a través del sitio web, más fácil será el acceso a sus contenidos. De hecho, según Codina, «toda web bien diseñada, por lo menos toda web diseñada con propósitos informativos, debe tener una estructura bien definida. Debería ser fácil inferir esa estructura y, en consecuencia, navegar por ella»²⁹.

Es esencial que el usuario se encuentre con una web amigable que le permita navegar sin dificultad a través de sus páginas.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la existencia de una tabla de contenidos es un aspecto importante en cualquier web. Sin embargo, esto no es suficiente para asegurar una buena calidad de la misma, pues debe cumplir unos requisitos relativos a su ubicación en todas las páginas y en el mismo lugar, a la denominación esta-

ble de sus secciones y apartados, y a la movilidad a través de los botones de navegación.

■ Menú de contenidos siempre visible

Un aspecto positivo en la evaluación del recurso web es que el menú de contenidos aparezca en todas y cada una de las páginas que lo conforman, facilitando así la navegación a través de las mismas.

En este sentido, Codina³⁰ afirma que «siempre debe existir un acceso directo desde cualquier nodo o sección de la web al sumario o nodo general (1 clic), es decir, ahorrándose todo el camino de ascenso a través de nodos intermediarios hasta el nodo general.

Una vez en el nodo general, se debe poder acceder con un solo clic a cualquiera de las secciones principales».

Los datos aportados por el análisis realizado indican que sólo el 69,4% de las editoriales universitarias presentan esta característica (menú de contenidos siempre visible).

De todos modos, dentro del 26,5% restante, deben tenerse en cuenta otros factores como, por ejemplo, el número de secciones existentes.

En este sentido, se han encontrado servicios de publicaciones que disponen de pocas secciones, como es el caso de la Universidad Rey Juan Carlos (Móstoles. Madrid), concretamente con tres secciones. Y por otro lado, aquellos formados por un mayor número de secciones como la Universidad de València, con siete secciones.

Está claro que en el primer caso el parámetro estudiado no tiene el mismo grado de importancia para la navegación que en el segundo caso.

■ Terminología consistente

Otro punto destacado es la utilización del mismo nombre tanto en el menú de contenidos como en las páginas específicas de cada sección y apartado. Esto es importante para la identificación de las diferentes partes que conforman la estructura del sitio web.

	Terminología constante en todos los apartados	
	Recuento	%
Sí	42	85,7
No	4	8,2
No existe tabla de contenidos	3	6,1
Total	49	100,0

Tabla 38. Terminología constante en todos los apartados

La respuesta afirmativa presenta un porcentaje claramente superior respecto al resto, un 85,7%. Este es un dato realmente positivo en beneficio de la facilidad de la navegación.

Con un 8,2% aparece la respuesta negativa donde se incluyen las diferentes variantes que se combinan en algunas de las editoriales:

Secciones que no conservan la denominación presentada en la tabla de contenido. Normalmente, los nombres son claramente identificables, por ejemplo: «Novedades» (en menú) y «Últimas publicaciones» (en la respectiva página web) como en la Universidad Autónoma de Madrid.

Secciones sin título en su página web correspondiente, que llevan directamente al contenido de la misma. Ej: Universidad Cardenal Herrera-CEU.

Una variante del anterior punto es la sección que muestra su página web sin título pero con los diferentes apartados que la conforman. Así, la Universidad Pontificia de Comillas en su sección «Presentación» incluye dos apartados: «¿Quiénes somos y qué hacemos?» y «Directorio» con la información correspondiente a cada uno de ellos.

Por último, señalar que el 2% de los servicios de publicaciones ni siquiera cuentan con una tabla de contenidos.

■ Botones de navegación

Una web de calidad requiere una navegación vertical o estructural que facilite al usuario moverse por su estructura y contenidos.

Así, es fundamental disponer de mecanismos claros de navegación vertical, como el acceso a los niveles superiores jerárquicos de la página³¹.

La siguiente tabla muestra, sin duda alguna, la falta de botones de navegación que permitan subir a un nivel más genérico, en la mayoría de los servicios analizados.

	Es posible subir a un nivel más genérico	
	Recuento	%
Sí	4	8,2
No	45	91,8
Total	49	100,0

Tabla 39. Posibilidad de subir a nivel más genérico

Únicamente cuatro editoriales de las 49, ofrecen esta posibilidad. Por un lado existen aquellas que permiten acceder a la página principal/inicio del servicio de publicaciones desde cualquiera de las demás páginas web, tal como lo hacen las Universidades de Alicante, Universidad de Santiago de Compostela y Universidad de Zaragoza. Por otro lado, se encuentra la Universidad de Girona que cuenta con algunas secciones formadas por varios apartados desplegables, pudiendo acceder desde cada apartado a la sección correspondiente.

□ Difusión de la información

En el presente estudio se han tenido en cuenta, en primer lugar, las colecciones así como la distribución de las obras en las mismas siguiendo el siguiente principio: Una información de gran calidad pero que no se difunde o limita su difusión no logra uno de los objetivos fundamentales de toda investigación, la comunicación de sus resultados a la comunidad científica para servir de base a nuevos estudios y con ello al progreso.

Obviamente, se han analizado los tipos de documentos existentes en los catálogos y su formato, así como la forma de acceso permitida. Y, por último, se atiende a una serie de secciones consideradas de vital importancia en una editorial.

■ Colecciones

Lo principal es saber si las obras existentes se agrupan o no en colecciones. En este sentido, es necesario señalar que en este estudio se ha encontrado un gran número de catálogos cuyas obras se distribuyen por materias, considerándose éstas como colecciones.

Se refleja claramente el predominio de colecciones en la distribución del fondo editorial (91,8%), siendo un dato positivo en beneficio de la estructura, el acceso y la navegación a través de los catálogos.

De todos modos se pueden encontrar varios casos dentro de dicha distribución en los catálogos: aquellos que dividen sus obras en colecciones propiamente dichas (Universidad Antonio de Nebrija); aquellos que agrupan las publicaciones en materias, que como ya se mencionó al principio se consideran en este análisis como colecciones (Universidad de Almería); la combinación de ambas variantes, es decir, las obras distribuidas en materias y colecciones en la misma editorial (Universidad de Extremadura).

	Obras distribuidas por colecciones	
	Recuento	%
Sí	45	91,8
No	4	8,2
Total	49	100,0

Tabla 40. Obras distribuidas por colecciones

Hasta aquí los casos más comunes en las editoriales universitarias, aunque también se han encontrado otros citados a continuación:

- Distribución en «tipos de documentos»: monografías, manuales, etc. (Universidad Rey Juan Carlos).
- Obras agrupadas en las titulaciones impartidas en la Universidad, tratándose realmente de materias (Universidad Politécnica de València).

- Catálogos con documentos divididos en materias y dentro de la ficha de la obra se hace alusión a la colección a la que pertenece (Universidad Jaume I de Castellón).
- Colecciones subdivididas en series (Universidad de La Laguna).

Se ha decidido tomar como colecciones todas las variantes referidas arriba, pues sirven para agrupar, de algún modo, los diferentes materiales que conforman el fondo editorial y, además, se consideran como tales en los diferentes servicios de publicaciones objeto de esta investigación.

No obstante, hay que mencionar las cuatro editoriales que no cuentan con colecciones: Universidad Alfonso X El Sabio, Universidad Camilo José Cela, Universidad Francisco de Vitoria y Universidad de Vic.

Otros aspecto destacable es el título de las colecciones: es importante comprobar si éste es significativo o no. Un título indicativo y sugerente permitirá al usuario tener una idea más clara de las obras albergadas en una determinada colección.

	Título significativo de las colecciones	
	Recuento	%
Sí	28	57,1
No	17	34,7
No se dispone de colecciones	4	8,2
Total	49	100,0

Tabla 41. Título significativo de las colecciones

Este estudio refleja que no existe una gran diferencia entre los porcentajes correspondientes a la respuesta afirmativa (57,1%) y los de respuesta negativa (34,7%), lo cual no es un resultado muy satisfactorio.

Las colecciones más claras son aquellas que se basan en las materias sobre las que tratan las publicaciones. No obstante, en una gran cantidad de ocasiones las colecciones llevan una denominación muy genérica, con nombres tales como: «Colección de estudio», «Colección de bolsillo», «Cuadernos de apoyo», «Documentos de trabajo», «Fuera de colección», etc. Un ejemplo de ello lo proporciona la Universidad Autónoma de Madrid.

Otras veces, se trata de títulos que indican los diferentes materiales: «Libro de texto», «Manuales», «Monografías», «Actas», etc., como en el caso de la Universidad Cardenal Herrera-CEU. Incluso se han encontrado colecciones con nombres propios de personas o personajes. Así, la Universidad de Huelva presenta colecciones tales como: «Alonso Barba», «Arias Montano», «Bartolomé de las Casas», «Jovellanos», «Manuel Siurot».

La distribución de las obras en las diferentes colecciones puede ser más o menos equilibrada. De hecho, según se indica en el siguiente cuadro, predominan las no

equilibradas, esto es, que el número de obras no se reparte de una forma equitativa entre las colecciones que conforman el fondo editorial.

	Distribución equilibrada de las obras	
	Recuento	%
Sí	12	24,5
No	33	67,3
No se dispone de colecciones	4	8,2
Total	49	100,0

Tabla 42. Distribución equilibrada de las obras

Sólo presentan una distribución equilibrada 12 de las 49 editoriales universitarias (un 24,5%), mientras que en 33 de ellas, la distribución no se caracteriza precisamente por el equilibrio (un 67,3%).

Entre estas últimas se encuentra la Universidad de Sevilla, que ofrece colecciones con tan sólo una obra, como «Colección Nueva América», y también otras con 74 publicaciones como «Colección Textos de Doctorado. Serie Historia y Geografía».

De todos modos, en este asunto hay que considerar el factor del año de inicio de la colección así como el último año de publicación, y también el hecho de si dicha colección sigue viva o no.

Aparte de los rasgos reseñados hasta el momento, es fundamental conocer si las colecciones ofrecen los datos básicos para su correcta identificación: nombre, temáticas, nº de títulos, etc.

En primer lugar, debe señalarse que en ninguna de las editoriales estudiadas se han encontrado datos relativos al número de títulos integrados en cada colección. De ahí que sea una posibilidad que no se haya incluido en la tabla de resultados:

	Datos básicos de las colecciones	
	Recuento	%
Sí, sólo nombre	33	67,3
Sí, nombre y temática	11	22,4
No	1	2,0
No colecciones	4	8,2
Total	49	100,0

Tabla 43. Datos básicos de las colecciones

La mayoría de los servicios de publicaciones ofrecen información sobre sus colecciones, destacando el nombre que aparece en todas. Otro dato destacado es la temática, que sólo se menciona en un 22,4% de las editoriales universitarias. En ellas se da una explicación más o menos breve que pretende aclarar el tema sobre el que versan las correspondientes publicaciones.

En cuanto al punto anterior se han encontrado varias posibilidades:

- Temática ubicada en la página principal de la editorial (Universidad de Cantabria).
- Temática incluida dentro de alguna sección como la «Presentación» (Universidad de Granada).
- Temática aparecida en el propio catálogo (Universidad Oberta de Catalunya).
- Casos peculiares como el de la Universidad Internacional de Andalucía, donde no existe una página específica en el que se indique la temática de cada colección, pero sí se incluye en algunas obras «un comentario a la colección» que describe su contenido.

■ Tipos de publicaciones

Una vez comentadas las colecciones y sus características, nos centramos en los documentos propiamente dichos. Por un lado, se han analizado los tipos de documentos existentes en el catálogo de los diferentes servicios de publicaciones. En este sentido, se han establecido en el formulario una serie de documentos considerados como los más habituales:

	¿El catálogo incluye monografías?	
	Recuento	%
Sí	48	98,0
No	1	2,0
Total	49	100,0

Tabla 44. Existen monografías

	¿El catálogo incluye revistas?	
	Recuento	%
Sí	38	77,6
No	11	22,4
Total	49	100,0

Tabla 45. Existen revistas

	¿El catálogo incluye manuales?	
	Recuento	%
Sí	46	93,9
No	3	6,1
Total	49	100,0

Tabla 46. Existen manuales

	¿El catálogo incluye actas de congresos?	
	Recuento	%
Sí	38	77,6
No	11	22,4
Total	49	100,0

Tabla 47. Existen actas de congresos

	¿El catálogo incluye tesis?	
	Recuento	%
Sí	32	65,3
No	17	37,7
Total	49	100,0

Tabla 48. Existen tesis

Como puede observarse, las publicaciones más comunes son las monografías (98 %) y los manuales (93,3%), seguidos de las revistas y las actas de congresos, con un porcentaje coincidente: 77,6 %. Y por último, las tesis, con una aparición menor: un 65,3 %.

Algunos servicios de publicaciones ofrecen todos los materiales citados, como en el caso de la Universidad de Salamanca, mientras que, por el contrario, otros servicios se dedican exclusivamente a un solo tipo, como la Universidad Alfonso X El Sabio, que sólo incluye revistas.

Aparte de los anteriores, en algunas editoriales universitarias se han encontrado otros tipos de documentos relacionados estrechamente con la actividad académica: «el libro del estudiante», guías académicas, anuarios, etc. Esto ocurre en la Universidad de Vic.

■ Los soportes

Los soportes documentales en los que se presentan las obras son: papel, CD-ROM y edición on line.

Claramente, aún siguen predominando las publicaciones impresas en papel, a pesar del auge experimentado por las nuevas tecnologías en los últimos tiempos. El CD-ROM se está imponiendo cada vez más: lo encontramos en 32 de las 49 editoriales universitarias. Y la edición en línea todavía tiene un gran camino por recorrer, pues sólo aparece en catorce servicios de publicaciones. En este último punto cabe destacar la Universidad Alfonso X El Sabio que únicamente ofrece «publicaciones en línea», constituyendo un caso excepcional.

	Obras en formato papel	
	Recuento	%
Sí	48	98,0
No	1	2,0
Total	49	100,0

Tabla 49. Obras en soporte papel

	Obras en formato CD-ROM	
	Recuento	%
Sí	32	65,3
No	17	34,7
Total	49	100,0

Tabla 50. Obras en soporte CD-ROM

	Obras en edición electrónica	
	Recuento	%
Sí	14	28,6
No	35	71,4
Total	49	100,0

Tabla 51. Obras en edición on line

Algunas editoriales presentan sus obras en otros soportes distintos a los citados hasta el momento:

- Disquetes: Universidad de Huelva.
- Microficha: Universidad de Salamanca.
- DVD: Universidad Jaume I de Castellón.
- E-books: Universidad Oberta de Catalunya y Universidad de Barcelona.

■ Información catalográfica

Además, en el estudio interesan los datos sobre la obra ofrecidos por la editorial, comprobando si la información dada es suficiente o no para la localización de las publicaciones.

	Obras en edición electrónica	
	Recuento	%
Sí	14	28,6
No	35	71,4
Total	49	100,0

Tabla 52. Información suficiente para identificar las obras

Los resultados obtenidos reflejan el cumplimiento de este punto, pues un 98% ofrece información suficiente sobre las obras, siendo los datos más comunes: autor, título, año de publicación, páginas, ISBN/ISSN, precio, «agotado», resumen/descripción, contenido/índice, sumario, colección, materia, formato (cm, PDF) y tamaño (Kb).

En la mayor parte de los casos no aparecen todos, predominando más unos que otros en las fichas de los documentos. Estos suelen acompañarse con la reproducción de la cubierta de la publicación.

Así, se han encontrado algunos servicios de publicaciones que, aunque suficientes, ofrecen pocos datos: la Universidad Autónoma de Madrid sólo incluye el autor, el título y el año de edición. Otro caso curioso es el de la Universidad Católica de San Antonio de Murcia, que aporta suficientes datos pero omite el precio, una información que aparece en el resto de las editoriales.

■ Acceso a las obras

Todo lo analizado en los apartados vistos tiene un gran interés, pero esto no serviría de nada si las publicaciones y sus contenidos no fueran divulgados, permitiendo el acceso a los mismos.

Se han establecido cuatro posibilidades de acceso al documento:

- Sólo se ofrecen títulos de las obras: No existe ninguna editorial que simplemente permita esta opción. Aunque hay que aclarar que muchas veces aparece una lista de los títulos y habrá que pinchar sobre el enlace para poder obtener más información sobre la obra. Ej: Universidad da Coruña.
- Información bibliográfica sobre las obras. Este tipo de datos aparecen en todos los servicios de publicaciones analizados, ofreciendo los diferentes datos reseñados en el anterior apartado.

Ante estas dos cuestiones hay que considerar que quizás sea mejor presentar las publicaciones con más información desde un principio y no una mera lista de títulos, pues así se facilita al usuario la decisión sobre la validez de esas obras y su posterior consulta.

Los dos posibles accesos vistos a continuación están relacionados directamente con las publicaciones en línea, pues se trata de dos formas de acceso a las mismas:

- Se permite acceder a parte de la obra. Se pueden visualizar partes como el índice, la presentación, incluso algún fragmento y un capítulo o artículo de la publicación en cuestión. Este hecho contribuye a ayudar al público en su elección a la hora de adquirir o no la obra. Un ejemplo lo encontramos en la Universidad de Alicante.
- Se permite la descarga de la obra completa. Se trata de un nivel mayor de profundidad en el conocimiento del documento. Es posible acceder a la totalidad de la publicación, como en la Universidad de Girona.

■ Formatos de descarga de contenidos

En este sentido es necesario aludir al formato en el cual se presenta la obra. El más común es el PDF (Universidad Jaume I de Castellón) pero también aparecen otros como HTML (Universidad Oberta de Catalunya) y Word (Universidad Antonio de Nebrija). A continuación se muestran las tablas con los datos referentes a ambas posibilidades:

	Permite el acceso a parte de la obra	
	Recuento	%
Sí	10	20,4
No	39	79,6
Total	49	100,0

Tabla 53. Acceso a parte de la obra

	Permite la descarga completa de la obra	
	Recuento	%
Sí	12	24,5
No	37	75,5
Total	49	100,0

Tabla 54. Descarga completa de la obra

El porcentaje de la respuesta afirmativa es prácticamente el mismo en ambos casos: un 20,4% (parte de la obra) y un 24,5% (obra completa). Esta cuestión está vinculada directamente con el porcentaje existente de «publicaciones en línea»: un 28,6%. Esto permite afirmar que en la mayoría de las editoriales universitarias es donde se cuenta con edición on line se ofrece la posibilidad de visualizar parte de la obra y descargarla por completo.

■ Secciones

En el presente trabajo se ha establecido un grupo de secciones consideradas como importantes en todo servicio de publicaciones. No obstante, a algunas de ellas se les atribuye un mayor grado de importancia: «Novedades», «Pedidos/compra», «Información para los autores» y «Edición digital». Las dos restantes se consideran complementarias, aunque se valora positivamente su aparición: «Noticias/última hora» y «Nº de visitas».

Por supuesto, se da por hecho la existencia obligada de la sección dedicada al «Catálogo» en todos los servicios editoriales, de ahí que no se incluya entre las secciones predeterminadas en este bloque.

Así, se ha analizado la existencia de todas estas secciones en las diferentes editoriales obteniéndose los siguientes resultados:

	Existe sección dedicada a novedades editoriales	
	Recuento	%
Sí	30	61,2
No	19	38,8
Total	49	100,0

Tabla 55. Sección «Novedades»

Más de la mitad de los servicios cuentan con una sección dedicada a las publicaciones más recientes que, por regla general, lleva el nombre de «Novedades». No obstante, en algunas ocasiones aparecen dentro de la sección «Catálogo» o «Fondo editorial» (Universidad de Murcia).

	Existe sección dedicada a pedidos/compra	
	Recuento	%
Sí	34	69,4
No	15	30,6
Total	49	100,0

Tabla 56. Sección «Pedidos / Compra»

Al igual que la anterior, esta sección es una de las más comunes y puede contener la siguiente información:

- Datos de contacto para realizar los pedidos: dirección postal, teléfono, fax y mail (Universidad de Zaragoza).
- Distribuidores/librerías donde pueden pedirse y comprarse las obras (Universidad Pontificia Comillas).
- Datos relacionados con las tarifas de las publicaciones.

También se han incluido en este punto aquellos servicios de publicaciones que permiten la compra en el propio catálogo, esto es, mediante una opción de «compra» (muchas veces se trata de un icono de carrito de la compra) en la propia ficha de la obra (Universidad Politécnica de Catalunya).

	Existe sección con información para autores	
	Recuento	%
Sí	20	40,8
No	29	59,2
Total	49	100,0

Tabla 57. Sección «Información para autores»

El porcentaje de editoriales universitarias que cuentan con una sección destinada a informar sobre esta materia está por debajo de la mitad, un 40,8%.

La información ofrecida se basa fundamentalmente en una serie de pautas para la presentación de originales y las normas para su publicación. Todo ello puede estar acompañado de un impreso de solicitud, el responsable al que va dirigido, la dirección para enviarlo, el camino que recorrerá su tramitación y la resolución.

Dichas pautas y normas pueden tener un carácter general, esto es, que sirvan para todo tipo de obras o, por el contrario, que tengan un carácter específico relacionado con el tipo de documento: actas de congresos, tesis, etc. (Universidad de Extremadura), o con una colección concreta (Universidad de Zaragoza).

	Existe sección dedicada a <i>noticias/última hora</i>	
	Recuento	%
Sí	3	6,1
No	46	93,9
Total	49	100,0

Tabla 58. Sección «Noticias/Última hora»

Pocos son los servicios de publicaciones que exponen en sus páginas web las últimas noticias sobre sus actividades. En concreto, se han encontrado tres: Universidad de Castilla-La Mancha, Universidad Jaime I de Castellón y Universidad Pontificia de Comillas.

Las noticias hacen alusión a la AEUE, los premios concedidos u otorgados, una conmemoración o aniversario. la feria del libro y otras, la presentación de alguna obra, la aparición de una colección, etc.

	Existe sección dedicada a <i>número de visitas</i>	
	Recuento	%
Sí	2	4,1
No	47	95,9
Total	49	100,0

Tabla 59. Sección «Nº de visitas»

Sólo aparece en dos editoriales de las 49 que cuentan con servicio de publicaciones. En realidad se trata de un contador numérico donde se indica el número de personas que han visitado la página, bien desde que fue colgada en Internet, bien desde una fecha determinada. Este caso aparece en la Universidad de Castilla-La Mancha y en la Universidad de Córdoba.

■ Edición digital

En esta sección se suelen encontrar, normalmente, obras publicadas en línea, permitiéndose su visualización en formatos tales como PDF y HTML (Universidad de Salamanca).

	Existe sección dedicada a edición digital/electrónica	
	Recuento	%
Sí	7	14,3
No	42	85,7
Total	49	100,0

Tabla 60. Sección «Edición digital»

El acceso puede ser, como ya se ha mencionado en otros apartados, a parte de la obra o a la publicación completa. Así, se permite visualizar el sumario o un artículo de una revista en línea, la presentación o fragmento de una tesis, etc. (Universidad Pontificia de Comillas).

No obstante, en algunas ocasiones se incluyen en esta sección otros soportes como el CD-ROM, que entra dentro de la edición electrónica. Así, en la Universidad Oberta de Catalunya aparece un apartado denominado «Librería Multimedia» donde se muestran obras en CD de forma independiente o acompañando a la obra impresa, incluso ampliada con algún enlace en Internet.

En definitiva, debe señalarse que los resultados obtenidos sobre esta sección dedicada a la «edición digital» eran previsibles debido a la escasa presencia de este tipo de edición en los servicios de publicaciones universitarios de nuestro país. Sólo en siete editoriales (un 14,3%) se ofrece esta sección. Todavía estamos asistiendo a un avance lento de la edición electrónica, que intenta integrarse en el mundo editorial, y que poco a poco lo va consiguiendo, aunque aún le quede un gran trayecto para recorrer.

Una vez desglosadas las diferentes secciones, la impresión global refleja el hecho de que ninguna editorial dispone de todas estas secciones, estando entre las más cercanas la Universidad de Castilla-La Mancha y la Universidad Jaime I de Castellón.

Otras, por el contrario, no presentan ninguna de las secciones establecidas, este es el caso de la Universidad de Alcalá de Henares y la Universidad de Burgos.

□ Ergonomía

Toda web debe caracterizarse por la comodidad y la facilidad de utilización, debe ser ergonómica. La ergonomía del recurso mide la capacidad de ser agradable y de no convertir en fatigosa la lectura del mismo³².

Con el fin de analizar el sitio web en base a este criterio se han considerado una serie de cuestiones.

■ La lectura

Se trata de comprobar si es fácil o si presenta dificultades, teniendo en cuenta la relación y contraste entre el fondo y la tipografía así como los interlineados e inter-letrados.

En la siguiente tabla se refleja la presencia de la lectura cómoda en la mayor parte de los servicios de publicaciones (un 79,6%) mientras que sólo en diez de ellos (un 20,4%) la lectura parece ser compleja.

	Lectura de la página del servicio de publicaciones	
	Recuento	%
Fácil	39	79,6
Complicada	10	20,4
Total	49	100,0

Tabla 61. Lectura fácil o complicada

■ Tipografía

La observación de la letra empleada en los sitios web de las editoriales permite ver la mayor o menor legibilidad de los mismos.

	¿Cómo es la legibilidad de la página del servicio de publicaciones?	
	Recuento	%
Buena	36	73,5
Regular	6	12,2
Mala	7	14,3
Total	49	100,0

Tabla 62. Legibilidad del sitio web editorial

	Tamaño de la letra	
	Recuento	%
Normal/adequado	36	73,5
Pequeño	13	26,5
Total	49	100,0

Tabla 63. Tamaño de la letra

El porcentaje correspondiente a las editoriales consideradas «legibles» coincide, lógicamente, con aquellas que presentan una letra de tamaño normal o adecuado, un 73,5%. Respecto al resto, un 26,5%, la letra mostrada es de un tamaño pequeño, poco legible y nada adecuado para conseguir la comodidad perseguida a la hora de visualizar una web. Aunque dentro de este porcentaje existen servicios de publicaciones que presentan una «legibilidad regular», como la Universidad Alcalá de Henares y otras con una «legibilidad mala», como la Universidad Pontificia de Salamanca. Este grado de legibilidad viene determinado por el tamaño de letra que puede ser mayor o menor (punto 8, punto 10, punto 12, etc.) y por el tipo de letra (Times New Roman, Arial, Book Antiqua, etc.). Por lo tanto, se han tenido en cuenta ambos factores por separado y también unidos, pues la combinación de tamaños y tipos de letra puede dar lugar a una mejor o peor legibilidad.

■ Diseño

La web tiene que presentar un diseño elegante, funcional y atractivo³³ para el usuario. Un sitio web estéticamente agradable y alegre llamará más la atención del público, incitándole a navegar por él, y así la editorial tendrá la oportunidad de hacer llegar sus publicaciones y servicios a una población mayor.

De todos modos, esto no debe hacer caer en errores, ni al creador de la web ni a los visitantes de la misma. Así, el creador no debe recargar las páginas con imágenes y gráficos que puedan acarrear problemas posteriores, por ejemplo, en la velocidad de descarga. Y en cuanto a los usuarios no debe dejarse cegar por las páginas que le ofrezcan mayor número de dibujos y un mayor colorido, ni dejar a un lado la estructura y contenido existentes.

Los resultados obtenidos en el estudio realizado reflejan claramente que en la mayoría de estos servicios editoriales se ha optado por un diseño sencillo (93,9%) sin florituras. Se trata de páginas web no demasiado recargadas, de hecho en un 83,7% prima el texto sobre las imágenes. Sólo en el caso de la Universidad de València priman las imágenes sobre el texto.

	¿Cómo es el diseño de la página del servicio de publicaciones?	
	Recuento	%
Sencillo	46	93,9
Elaborado	3	6,1
Total	49	100,0

Tabla 64. Diseño del sitio web editorial

Respecto a las imágenes aparecidas en los sitios web suele tratarse de diferentes iconos para las secciones, dibujos para las colecciones existentes, la reproducción de la cubierta de las obras, el logotipo de la Universidad o dibujos identificativos de la propia editorial.

Lo ideal sería un equilibrio entre texto e imágenes como el encontrado en siete editoriales universitarias (14,3%), aunque siempre teniendo en cuenta el tipo de imágenes o gráficos colgados en el recurso.

	¿Prima el texto o las imágenes?	
	Recuento	%
Prima texto sobre imagen	41	83,7
Prima imagen sobre texto	1	2,0
Texto e imágenes equilibrados	7	14,3
Total	49	100,0

Tabla 65. Primacía del texto o de las imágenes

❑ Luminosidad

El último parámetro estudiado en el formulario es la luminosidad, basada en los enlaces que llevan a las páginas web de otras instituciones, organizaciones, servicios, etc., que se consideran interesantes y que normalmente están relacionados, de una u otra manera, con el sitio web en cuestión.

	Ofrece enlaces externos a otras webs	
	Recuento	%
Sí, sólo títulos	20	48,8
No	21	42,9
Sí, enlace/s suelto/s	6	12,2
Página en construcción/error	2	4,1
Total	49	100,0

Tabla 66. Enlaces externos a otras webs

Entre las editoriales que integran enlaces externos que reenvían a otras webs, se hacen distinciones:

- Aquellas que incluyen simplemente iconos sueltos (6%): Universidad de les Illes Balears (icono a la página web de la AEUE).
- Aquellas con una lista de títulos o enunciados (40,8%): Universidad de Murcia.
- Aquellas que ofrecen más información sobre la sede web a la que llevan (0%): No existe ninguna editorial universitaria, que en sus vínculos a páginas web externas, adjunte una explicación o comentario sobre el enlace en cuestión.

Aparte de estos posibles casos, se ha encontrado una web en construcción (Universidad de Salamanca) y una web que da error reiteradamente al entrar en el enlace (Universidad Zaragoza).

Las denominaciones más habituales para la sección destinada a enlaces a webs externas son: «otros enlace» y «sitios/web de interés».

También cabe destacar la aparición, en varios servicios, de un enlace a las editoriales universitarias de otros centros. Normalmente se ofrece un listado con los vínculos a las mismas, aunque se han encontrado otras formas más originales como en la Universidad de Jaén, donde aparece un mapa de España con enlaces a las editoriales existentes en las diferentes universidades.

Respecto al porcentaje correspondiente a la respuesta negativa en torno a la existencia de enlaces externos, es bastante elevado: un 42,9%. Se trata de un dato nada favorable, pues es importante la vinculación entre unas sedes web y otras, en la medida en que esto contribuye a la ampliación de la información y del conocimiento ofrecido al usuario.

CONCLUSIONES

La investigación realizada sobre los sitios web de los servicios de publicaciones de nuestras universidades, ha llevado al establecimiento de una serie de conclusiones.

Dichas conclusiones pretenden sintetizar la información recogida y los datos obtenidos en el análisis llevado a cabo. Todo ello con el fin de ofrecer una visión del panorama editorial vivido en el ámbito universitario español.

A continuación, se muestran las consideraciones finales a las que se ha llegado, en relación a las diferentes cuestiones tratadas:

DATOS BÁSICOS

En primer lugar conviene hablar sobre el título del recurso. Se ha comprobado que la mayor parte de las editoriales universitarias muestran en su sitio web un título, destacando la denominación de «Servicio de publicaciones» o «Publicaciones». Además, se trata de títulos indicativos que identifican, sin problema alguno, el servicio en cuestión.

En segundo lugar, nos centramos en la lengua de las publicaciones, destacando la presencia del castellano, aunque los catálogos también incluyen obras en lenguas extranjeras (inglés, francés, portugués, italiano, etc.) y en otras lenguas oficiales del Estado español (catalán, euskera, gallego, valenciano).

VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN

Todas las universidades cuentan con un enlace que lleva a la sede web de su servicio de publicaciones, aunque en muchos casos no se trata de un enlace directo. De todos modos, sea o no así, en la mayoría de las editoriales el vínculo es fácilmente localiza-

ble y, además, se identifica claramente el enlace (mediante el nombre asignado) a la página de la editorial.

Respecto a los servicios de publicaciones propiamente dichos, como ya se ha mencionado, todos ofrecen un título significativo.

Al título del recurso se añaden otros datos de interés como una explicación del contenido del sitio web, aunque no es una práctica tan habitual como sería deseable.

Otro elemento de una web es el mapa del sitio que en el caso de las editoriales universitarias no suele aparecer, aunque sí se ha encontrado en la página principal de varias universidades.

En una web con una correcta organización y una buena estructura, no puede faltar una tabla de contenido. Esta premisa se cumple ampliamente en los servicios objeto del presente estudio, aunque cabe resaltar la omisión de comentarios a los diferentes enlaces o secciones que la componen.

Directamente relacionada con el punto anterior se encuentra la organización de la información en apartados desplegados, que no es un hecho común entre las editoriales de los centros universitarios.

Otro punto destacado en la visibilidad de un recurso web es la integración de un motor de búsqueda. A pesar de la importancia que esto conlleva, en muchos de los servicios editoriales no se dispone de un mecanismo de recuperación de la información. En los casos en los cuales existe, se caracteriza por permitir una «búsqueda mediante texto libre», combinada en ocasiones, con una «búsqueda mediante texto controlado». En cuanto a la incorporación de mecanismos de búsqueda avanzada, debe decirse que los operadores booleanos no se emplean en ninguno, al contrario que la «búsqueda por campos», que es una posibilidad ofrecida en la mayoría. Los campos caracterizados por una mayor presencia son el de «autor» y «título», aunque también aparecen otros interesantes como: «SBN», «colección», «materia», «año de edición» y «orden de recuperación de resultados».

La existencia de enlaces en otras webs que dirijan al recurso descrito es un indicador favorable en la visibilidad perseguida. Realmente todas las editoriales universitarias tienen su lugar en alguna otra página web, bien perteneciente a otros servicios de publicaciones, bien relacionado con otras instituciones u organizaciones.

DIRECTORIO

Las editoriales de las universidades cuentan, al igual que cualquier otro servicio, con un grupo de personas que posibilitan su organización y funcionamiento. Otra cuestión es el hecho de que esto quede reflejado en su sitio web que, como se ha podido comprobar, no es la práctica más extendida. Aún así, algunos de estos servicios dedican una sección o apartado a su plantilla de personal ofreciendo datos como: nombres y apellidos, cargo, teléfono, fax y mail. Entre los trabajadores se encuentra el responsable que suele ostentar el cargo de director o jefe del servicio, estando mejor identificada su autoría en unos casos que en otros.

Sin duda alguna, una información esencial en cualquier servicio es la relativa a los datos de contacto. En este sentido, los servicios estudiados ofrecen en su mayoría una información bastante completa: dirección postal, teléfono, fax y mail.

Otra forma de identificación es la mención de la universidad a la cual pertenece la editorial, así como del logotipo de la misma. Ambos símbolos se muestran normalmente tanto en su página principal como en el resto de páginas del recurso web.

ACTUALIZACIÓN Y ACTUALIDAD

Muchos son los servicios de publicaciones universitarios que no indican la fecha de su última revisión, con lo cual el usuario desconoce si la información a la que accede está actualizada o, por el contrario, está obsoleta.

A este hecho, debe añadirse que en algunos casos ha transcurrido más de un año desde la última actualización.

ACCESIBILIDAD

Es esencial facilitar el acceso a la información y a los contenidos albergados en la editorial. Por un lado queda reflejado un aspecto positivo en cuanto a la velocidad de descarga que es notablemente alta. Sólo disminuye en el caso de alguna editorial con abundancia de imágenes y gráficos, o en relación al formato de los documentos.

Y, por otro lado, se presentan aspectos negativos centrados en la falta de versiones para la impresión y el escaso número de servicios que cuentan con ayuda sobre la estructura y navegación de la Web.

En lo referente a la posibilidad de variantes de idiomas, debe comentarse que es una prestación habitual en aquellas editoriales cuyas sedes web vienen en otro idioma distinto al castellano, excepto en algún caso. También es una posibilidad ofrecida en algunas webs que complementan la visualización en castellano, añadiendo una visualización en otros idiomas aparte del castellano, como: catalán, euskera, gallego, inglés, etc.

NAVEGACIÓN

Una web tiene que ser amigable para el público, permitiendo una navegación sencilla y cómoda. Uno de los requisitos para lograrlo es la aparición del menú de contenidos en todas y cada una de las páginas web, y en el mismo lugar. Esta característica no queda tan patente como sería deseable en los servicios analizados, aunque hay que tener en cuenta un matiz: el número de secciones y apartados existentes, pues esto conlleva una visión desde diferente óptica en cada caso.

Además, resulta importante la utilización de la misma terminología tanto en el menú de contenidos como en las respectivas páginas web, que se refleja claramente en estos servicios.

Un punto de interés en cuanto a la navegación vertical a través de la estructura de la web es la falta de botones de navegación que permitan subir a un nivel más genérico, lo cual se traduce en desorientación a la hora de moverse a través del sitio web.

DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN

En toda editorial es fundamental la difusión de la información, concretamente de las obras que constituyen su catálogo. Éstas deben agruparse en colecciones para una mejor organización y posterior difusión, facilitando así su búsqueda al usuario. Por este

motivo esta práctica se concibe como una tarea habitual en este tipo de servicios, como se ha constatado con el estudio realizado.

Sin embargo, en otros aspectos relacionados con las colecciones no se han obtenido resultados tan positivos. Este es el caso de lo referente al título de la colección que únicamente en la mitad de las editoriales es significativo. Aunque hay que señalar que el *título* aparece en todas, acompañado, a veces, de la temática de las publicaciones integradas en la colección. También señalar que el equilibrio en la distribución de las obras dentro de las diferentes colecciones no es una característica reseñable en el fondo editorial de las editoriales universitarias. Aunque es necesario matizar en este último punto que deben considerarse los años de inicio y fin de las colecciones, así como su permanencia o no.

Respecto a los documentos propiamente dichos, esta investigación se ha centrado en el tipo de obras más comunes en los catálogos editoriales: priman las monografías y manuales, seguidos por las revistas y actas de congresos y, por último, las tesis en menor medida. A estos se une en algún otro caso excepcional, las guías académicas, anuarios, etc.

Destaca como soporte documental de las publicaciones el papel, con un claro predominio sobre otros soportes como el CD-ROM y la edición on line. Esta última todavía se encuentra en pleno desarrollo, con un largo camino aún por recorrer para poder establecerse. En algunas editoriales se ofrecen otros soportes más o menos novedosos como disquetes, microfichas, DVD y e-books.

Otra cuestión es la información facilitada por las fichas del catálogo, sobre cada una de las obras. En general se ofrecen datos suficientes para su identificación, siendo los más comunes: autor, título, año de publicación, páginas, ISBN/ ISSN, precio, «agotado», resumen/descripción, contenido/índice/sumario, colección, materia, formato (cm, PDF, etc.) y tamaño (Kb). En unos catálogos aparece un mayor número de datos que en otros, pero muchos de ellos coinciden en mostrar una reproducción de la cubierta de la obra.

No existe ninguna editorial universitaria que sólo ofrezca los títulos de las obras, sino que todas facilitan información bibliográfica sobre las mismas, lo cual ayuda a su identificación y recuperación. En el caso de obras en edición on line se suelen ofrecer dos tipos de acceso: la visualización de parte de la obra (sumario, prólogo, artículo, capítulo, etc.) y su descarga completa.

En la difusión de la información es importante contar con una serie de secciones a través de las cuales se den a conocer los contenidos. Debido a la naturaleza de la información albergada en una editorial, existen varias secciones interesantes cuya presencia mejorará el servicio ofrecido, aunque no siempre se cuenta con ellas: «Novedades», «Pedidos/compra», «Información para autores», «Noticias/última hora», «Nº de visitas» y «Edición digital». De todas ellas, algunas aparecen con mayor frecuencia, teniendo ciertamente un mayor grado de importancia, como son: «Novedades», «Pedidos/compra» e «Información para autores». Mientras que la aparición del resto, que podría considerarse como complementarias, presenta un menor porcentaje: «Noticias/última hora» y «Nº de visitas». Respecto a la sección dedicada a la «Edición digital» aparece en pocas editoriales, lo cual confirma que las obras en sopor-

te electrónico todavía están en desarrollo y se están abriendo camino en el mundo editorial.

ERGONOMÍA

La comodidad y facilidad de utilización son puntos claves para conseguir una web ergonómica y de calidad, que atraiga al usuario. Esto se consigue en la mayor parte de los servicios de publicaciones de nuestras universidades.

Por una parte, la lectura no presenta dificultad alguna, encontrando un fondo y un espaciado apropiados, a los que se suma una tipografía legible, con un tipo y tamaño de letra adecuados.

Por otra parte, el diseño es sencillo, poco recargado, primando el texto sobre las imágenes. En este sentido, quizás se podría hablar de un diseño demasiado simple en algunas editoriales. Lo ideal estaría en un equilibrio entre texto e imágenes, creando una web atractiva y elegante, pero siempre teniendo en cuenta que no existieran problemas en aspectos tan importantes como la velocidad de descarga.

LUMINOSIDAD

A pesar de lo interesante que resultan los vínculos a otras páginas web existentes en Internet, los servicios analizados no lo contemplan como algo habitual, pues poco más de la mitad ofrecen enlaces externos.

En este sentido, cabe destacar, entre aquellas editoriales que sí cumplen este requisito, que varias de ellas establecen vínculos hacia los servicios de editoriales de otras universidades, así como a la página de la AEUE.

LA PRESENCIA DE LA EDICIÓN ELECTRÓNICA EN LOS SERVICIOS DE PUBLICACIONES DE LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

La presencia de los nuevos soportes y formatos electrónicos en el panorama editorial va en aumento, con el paso del tiempo, aunque quizás su evolución no sea tan rápida como se pensó en un primer momento.

Es cierto que la edición electrónica tiene ventajas e inconvenientes, y se debe encontrar los posibles beneficios, aprovechando las oportunidades que nos ofrece este nuevo tipo de edición, tales como la rapidez en la publicación y el abaratamiento de la edición.

A pesar de esto, todavía, en la actualidad, existe cierta reticencia a aceptar las publicaciones electrónicas, pues se trata de algo nuevo, de un cambio, que siempre es difícil de asimilar y aceptar.

El formato electrónico no se va a desarrollar igual en todos los segmentos de la edición: en el presente proyecto la investigación se ha centrado en los centros universitarios, realizándose un estudio sobre la presencia de la edición digital en el fondo editorial que poseen.

OBJETIVOS

Esta parte de la investigación se centra en los servicios de publicaciones universitarios que dedican una parte de su actividad a la edición electrónica. El objetivo principal es analizar la presencia de la edición electrónica en las editoriales universitarias. El objetivo general se concreta en los siguientes objetivos específicos: comprobar los tipos de documentos digitales existentes en el fondo documental; analizar los formatos utilizados para la visualización y descarga de las publicaciones en formato electrónico; conocer características fundamentales de las revistas electrónicas: periodicidad y URL; analizar los modelos de explotación empleados por los servicios editoriales para la difusión y distribución de las obras; y comprobar si existe diferencia entre el precio de la versión impresa y la electrónica.

METODOLOGÍA

Esta segunda parte del estudio de casos de las editoriales universitarias se centra en un cuadro a través del cual se pretenden conseguir unos datos más precisos y específicos sobre la presencia de la edición digital en los servicios universitarios y el tratamiento dado a la misma. En este sentido, hay que señalar el hecho de que este estudio se ha centrado únicamente en la edición en línea. Por lo tanto, el cuadro sólo se ha aplicado a las editoriales que ofrecen este tipo de edición concreta, sin incluir a aquellas que, aunque presentan obras digitales, al incluir en sus catálogos publicaciones en soportes como el CD-ROM, no cuentan con documentos on line. A continuación se muestra el cuadro en cuestión, con los tres bloques que lo integran, así como sus correspondientes apartados y subapartados:

EDICIÓN ELECTRÓNICA		
MATERIALES	MODELOS DE EXPLOTACIÓN	PRECIOS
Tipos de documentos Monografías Manuales Revistas Actas de congresos Tesis Otros (anuarios, guías...)	Versión electrónica gratuita para todos Costos para el autor o institución Versión electrónica gratuita para suscriptores de la versión impresa Versión electrónica vendida a todos (precio: igual/más/menos que impresión)	Coinciden en la versión impresa y electrónica Discrepancia porcentual existente
Formatos HTML/XML Acrobat PDF Microsoft Reader Macromedia Flash Otras plataformas para e-books con visualizadores propios Otros ¿Existe posibilidad de descarga a dispositivos móviles tipo PDA?	Versión electrónica con recargo extra a suscriptores de la versión impresa Suscripciones individuales Suscripciones para miembros Venta de artículos únicos Licencias de sitio Licencias para consorcios	
Revistas Perioricidad URL propia		

Tabla 67. Edición electrónica

MATERIALES

- Tipos de documento.** Se intenta conocer las clases de documentos que la editorial presenta en línea. Se han establecido una serie de publicaciones determinadas, consideradas como las más comunes en un fondo editorial: monografías y manuales. revistas, actas de congresos, tesis, otros (guías, memorias,...).
- Formatos.** Es fundamental conocer el formato en el cual se permite visualizar la publicación, existiendo varias posibilidades: Html y/o Xml, Acrobat Reader (.pdf), Microsoft Reader (.lit), Macromedia Flash, otros e, incluso, otras plataformas para e-books con visualizadores propios. Relacionada directamente con el formato está la posibilidad de descarga a dispositivos móviles tipo PDA, que también se contempla en este análisis.
- Revistas.** Debido a la importancia que las publicaciones periódicas han suscitado tanto en el ámbito académico como en la edición digital, se ha dedicado este apartado a las mismas. En este sentido, hay dos datos esenciales que aportan información de gran interés:
 - **Periodicidad.** Al igual que en una revista impresa, se trata de una característica básica. Ésta puede ser: anual, bianual, semestral, cuatrimestral, irregular, etc.
 - **URL propia.** Las publicaciones digitales en línea se encuentran ubicadas en un sitio web, identificado por una URL, que puede ser propia o no.

MODELOS DE EXPLOTACIÓN

En el ámbito de la edición en general, se establecen una serie de modelos de explotación para la distribución de las publicaciones. Se ha comprobado en este estudio, cuáles son los modelos seguidos por los servicios editoriales universitarias:

- Versión electrónica gratuita para todos.
- Costos para el autor (o institución). Obras gratis para los lectores, siendo los autores los que asumen los costes.
- Versión electrónica gratuita para suscriptores de la versión impresa.
- Versión electrónica vendida a todos (precio: igual/más/menos que impresión).
- Versión electrónica con recargo extra a suscriptores de la versión impresa. Se trata de agregar un cargo adicional a los suscriptores de la versión impresa, permitiendo así el acceso a la versión electrónica.
- Suscripciones individuales.
- Suscripciones para miembros (de asociaciones, sociedades, etc.).
- Venta de artículos únicos. Se permite la compra de capítulos o artículos por separado, y no se obliga a la adquisición de la obra completa.
- Licencias de sitio. Se trata de definir el sitio donde se permite la visualización o descarga de las obras a través de una licencia. Por ejemplo, en el caso de las universidades, se pueden encontrar publicaciones a las que sólo puede accederse a través de los ordenadores de la propia universidad.
- Licencias para consorcios. Cada vez es más frecuente la agrupación de instituciones con la finalidad de hacer un mejor uso de sus presupuestos limitados y compartir la disponibilidad de los materiales a los cuales se suscriben.

PRECIOS

En este bloque se ha considerado de interés el conocimiento de los precios desde una visión basada en la comparación entre el coste de la versión impresa y el de la versión electrónica, incluyéndose la diferencia porcentual existente entre ambos casos.

Al igual que los datos del anterior formulario, los datos resultantes del estudio de la edición electrónica han sido tabulados utilizando el programa estadístico SPSS, obteniéndose una serie de resultados reflejados en el siguiente apartado.

RESULTADOS

Como ya se explicó anteriormente en la metodología, este cuadro se centra en la edición en línea, encontrándose sólo quince editoriales universitarias que presentan este tipo de obras:

- Universidades públicas: Universidad de Alicante, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad de Almería, Universidad de Barcelona, Universidad de Girona, Universidad Jaume I de Castellón, Universidad de Salamanca, Universidad Politécnica de Catalunya y Universidad de La Rioja.
- Universidades de la Iglesia Católica: Universidad Pontificia de Comillas.
- Universidades no presenciales: Universidad Oberta de Catalunya (también es una universidad privada).
- Universidades privadas: Universidad Alfonso X El Sabio, Universidad Antonio de Nebrija, Universidad Cardenal Herrera-CEU y Universidad de Vic.

Algunas de ellas presentan sólo documentos electrónicos en línea pero otras incluyen también obras en CD-ROM. Las universidades que sólo presentan edición en línea son: Universidad de Alicante, Universidad Alfonso X El Sabio, Universidad Antonio de Nebrija y Universidad de Vic.

MATERIALES

- Tipos de documentos.** Los siguientes cuadros ofrecen los datos relativos a los documentos electrónicos en línea más habituales en los servicios de publicaciones universitarios:

	Si hay monografías	
	Recuento	%
Sí	9	60,0
No	6	40,0
Total	15	100,0

Tabla 68. Monografías (edición on line)

	Si hay tesis	
	Recuento	%
Sí	8	53,3
No	7	46,7
Total	15	100,0

Tabla 69 Tesis (edición on line)

	Si hay revistas	
	Recuento	%
Sí	11	73,3
No	4	26,7
Total	15	100,0

Tabla 70. Revistas (edición on line)

	Si hay actas de congresos	
	Recuento	%
Sí	5	33,3
No	10	66,7
Total	15	100,0

Tabla 71. Actas congresos (edición on line)

	Si hay otros documentos (guías, memorias...)	
	Recuento	%
Sí	6	40,0
No	9	60,0
Total	15	100,0

Tabla 72. Otros documentos (edición on line)

Claramente destaca el predominio de las revistas, con un 73,3%, existiendo en la mayor parte de las editoriales, excepto en cuatro de ellas: Universidad Jaume I de Castellón, Universidad Politécnica de Catalunya, Universidad Oberta de Catalunya y Universidad Antonio de Nebrija. Este hecho era previsible por una doble razón: por un lado, las publicaciones periódicas se han constituido como los documentos más empleados para la divulgación del conocimiento científico en general y, por otro lado, en el ámbito de la edición electrónica en línea han sido las obras que con mayor rapidez se han adaptado a esta nueva modalidad.

De cerca le siguen las monografías y los manuales con un porcentaje muy similar al de las tesis, un 60% y un 53,3%, respectivamente.

Con un 40% se presentan otros documentos diferentes, relacionados con la actividad académica y la propia universidad, como es el caso de las memorias, el libro del estudiante, guías académicas, presupuestos, etc.

Y, por último, se sitúan las obras que recogen las actas de los congresos, con sólo un 33,3%.

Algunos servicios de publicaciones incluyen en su catálogo de obras digitales todo tipo de documentos como es el caso de la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad de Barcelona. Otros únicamente se dedican a la edición digital en línea de revistas como la Universidad de Almería, la Universidad Cardenal Herrera-CEU y la Universidad Alfonso X El Sabio. Esta última destaca, como ya se mencionó anteriormente, por ser un caso excepcional en el mundo editorial universitario, al dedicarse sólo a publicaciones electrónicas en línea, sin editar obras impresas.

Cabe destacar el servicio editorial de la Universidad Jaume I de Castellón por presentar entre sus obras digitales actas de congresos, tesis y otros documentos, excluyendo monografías, manuales y revistas, hecho nada habitual. El caso contrario, lo encontramos en la Universidad de Salamanca, en la que sólo se publican en edición on line las monografías, los manuales y las revistas.

□ **Formatos.** Las obras electrónicas en línea pueden visualizarse en diferentes formatos, los más habituales, el Acrobat Reader y el Microsoft Reader. Sin embargo, se ha comprobado que esto no se cumple al pie de la letra en la edición universitaria.

	Si el formato es HTML y/o XML	
	Recuento	%
Sí	5	33,3
No	10	66,7
Total	15	100,0

Tabla 73. Formato Html/XML

	Si el formato es PDF	
	Recuento	%
Sí	13	86,7
No	2	13,3
Total	15	100,0

Tabla 74. Formato Acrobat Reader (.pdf)

	Si el formato es Microsoft Reader	
	Recuento	%
Sí	1	6,7
No	14	93,3
Total	15	100,0

Tabla 75. Formato Microsoft Reader (.lit)

	Si se trata de otros formatos	
	Recuento	%
Sí	1	6,7
No	14	93,3
Total	15	100,0

Tabla 76. Otros formatos

Sin duda alguna, el formato más habitual y con diferencia respecto al resto, es el Adobe Acrobat (.pdf). Éste aparece en la mayoría de los documentos electrónicos para su descarga y visualización, concretamente en trece de las editoriales universitarias analizadas. Las únicas que no utilizan dicho formato son la Universidad Antonio de Nebrija (formato Word) y la Universidad Cardenal Herrera-CEU (formato Html).

Por lo tanto, en la mayor parte de las editoriales la visualización de las obras se hace sólo en formato PDF, utilizando el programa Acrobat Reader. En este sentido, cabe destacar el hecho de que la mayoría de los servicios ofrecen la posibilidad de descargar gratuitamente dicho programa si el usuario no dispone del mismo.

Pero no siempre el formato Acrobat Reader se presenta sólo, en ocasiones no constituye la única posibilidad de descarga sino que aparece otro formato: el Html. Esto ocurre concretamente en: la Universidad de Barcelona, la Universidad Jaime I de Castellón, la Universidad Oberta de Catalunya y la Universidad de la Rioja.

Otro de los posibles formatos electrónicos es el Microsoft Reader que, a pesar de ser uno de los más empleados en general, en el ámbito universitario parece contar con pocos adeptos, de hecho sólo se emplea en la Universidad de Alicante, donde se ofrece como opción de visualización de obras, junto al Acrobat Reader.

El Macromedia Flash, un formato electrónico para las imágenes, que se contemplaba como una opción en el cuadro de análisis, no ha aparecido en ninguno de los

casos. Lo mismo hay que decir de otras plataformas para e-books con visualizadores propios, que tampoco se han encontrado.

Como formato diferente a los planteados en el cuadro se ha localizado el Word en la Universidad Antonio de Nebrija, permitiendo el acceso en dicho formato a las obras en línea ofrecidas a los usuarios.

Una cuestión relacionada directamente con los formatos electrónicos y los documentos digitales es la de los dispositivos móviles a los cuales se pueden descargar este tipo de documentos, como los de tipo PDA. Esta posibilidad se plantea en el cuadro de análisis, obteniéndose una respuesta negativa en un 100%. Sin embargo, destaca la mención sobre este tema que se hace en la Universidad de Barcelona. Dicho servicio incorpora un apartado relativo a las preguntas más frecuentes sobre los e-books donde se indica que todavía no se ofrece la posibilidad de descarga de los documentos a este tipo de dispositivos.

❑ **Revistas.** Como se ha visto reflejado en el anterior apartado, las revistas son la clase de documento más frecuente en la edición en línea del fondo editorial universitario. De ahí su importancia y el hecho de dedicarle un apartado específico, donde se atiende a su periodicidad y URL.

Hay que tener en cuenta que se han encontrado revistas publicadas exclusivamente en formato electrónico, y otras que cuentan con ambas versiones, impresa y digital.

La periodicidad de las revistas electrónicas es un aspecto de gran interés, al igual que en las impresas. Tras la investigación realizada, se han obtenido los siguientes datos:

	¿Cuál es la perioricidad?	
	Recuento	%
Anual	23	56,1
Semestral	6	14,6
Cuatrimestral	5	12,2
Bianual	1	2,4
Irregular	4	9,8
Otras	2	4,9
Total	41	100,0

Tabla 77. Periodicidad de las revistas electrónicas

En primer lugar, indicar que los porcentajes se han hecho en base a las diferentes revistas en línea encontradas en los servicios de publicaciones universitarios objeto de la investigación. Según se muestra en la tabla se permite el acceso a 41 revistas electrónicas en línea. Sin embargo, hay que hacer un par de matizaciones: por un lado, existe una revista (no incluida entre las 41 citadas) de la que no se conoce la periodicidad, *Temps d'educació*, publicada en la Universidad de Barcelona. Por otro lado, en la Universidad de Girona el acceso a la colección digital es restringido, y no se ofrecen datos sobre las revistas en línea, de ahí su omisión en este cuadro.

El siguiente gráfico ofrece una visión clara sobre el panorama en la periodicidad de las revistas electrónicas en línea:

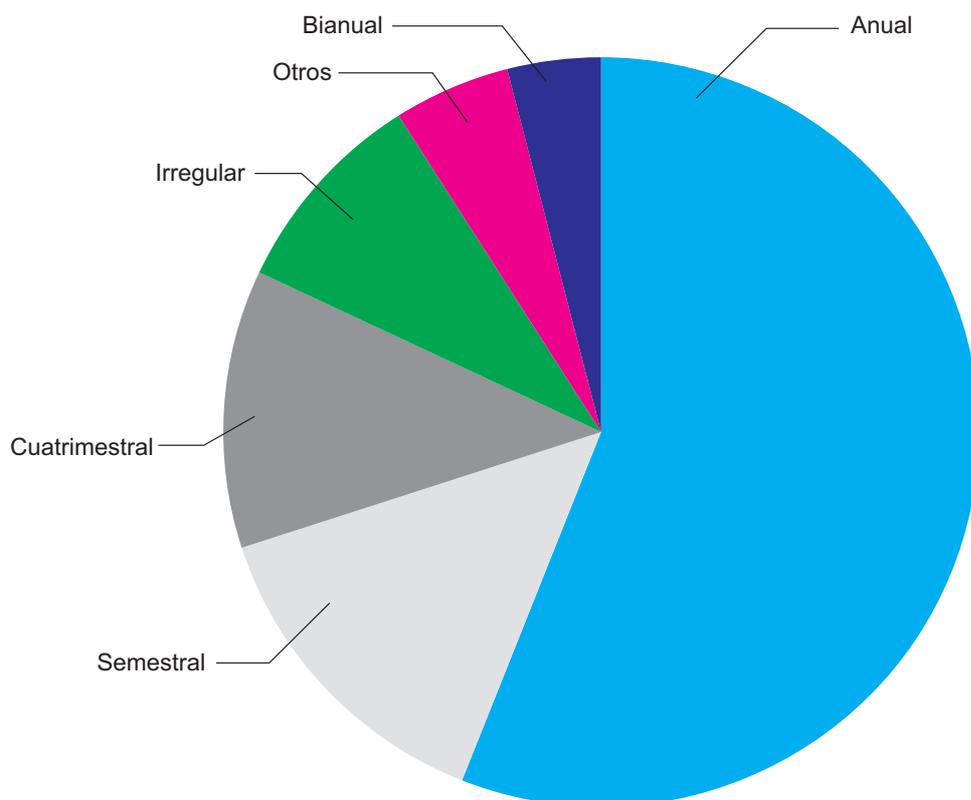


Fig. 9. Periodicidad de las revistas electrónicas

El predominio absoluto lo posee la periodicidad anual, sin duda alguna. Como se observa aparece en la mayoría de las revistas, concretamente en un 56,1%, en más de la mitad del total de las publicaciones periódicas en línea. Por lo tanto, en casi todos los servicios universitarios con revistas digitales en su fondo editorial existe alguna con dicha periodicidad. Un ejemplo es la revista *Teoría de la Educación. Educación y cultura en la sociedad de la información*, de la Universidad de Salamanca.

Le sigue la periodicidad semestral, es decir, la publicación de la revista cada seis meses, con un 14,6%. La *Revista Faventia: Revista de filología clàssica* editada por la Universidad Autònoma de Barcelona presenta dicha periodicidad.

Con un porcentaje bastante similar aparecen las revistas cuatrimestrales, un 12,2%. Entre ellas está la publicación periódica *Investigaciones geográficas* de la Universidad de Alicante, que cuenta con tres números al año: enero-abril, mayo-agosto y septiembre-diciembre.

Más raro es encontrar otras periodicidades como la bianual, que sólo aparece en una de las revistas: *Revista electrónica de investigación psicoeducativa y psicopedagógica* editada por la Universidad de Almería.

También algunas revistas electrónicas en línea presentan una periodicidad irregular, concretamente un 9,8%. Este es el caso de una de las revistas de la Universidad de Barcelona: *Estudios de Fonética Experimental*.

Además, existen revistas que poseen otra periodicidad diferente a la establecida en un principio. En este grupo se encuentra la *Revista Mediterránea. Serie de estudios biológicos*, de la Universidad de Alicante, que indica en su ficha correspondiente que al menos se publica un volumen al año, por lo tanto, esto no puede considerarse una periodicidad estable y fija. Otro caso se ha encontrado en la Universidad de Vic, donde se ha considerado como revista al boletín de la universidad llamado *Campus*. Esto se debe al hecho de que en dicha editorial lo incluyen dentro del apartado dedicado a las revistas (lo cual no ocurre en otros servicios de publicaciones), y respecto a su periodicidad es mensual.

Otro punto importante es la URL de las revistas, comprobar si es propia o no. Los resultados arrojados por el estudio muestran que todas las publicaciones periódicas editadas en los servicios universitarios, carecen de una URL propia. De todos modos, debe señalarse que existen algunas revistas con acceso restringido a las que no se ha podido acceder y, por tanto, se desconoce este dato. Dichas publicaciones periódicas son las recogidas en la editorial de la Universidad de Girona.

En muchos casos, la revista está albergada en el servidor de la propia editorial, como por ejemplo, *Contextos educativos: Revista de Educación*³⁴, de la Universidad de La Rioja.

Otras veces, la revista se ubica en servicios de información como bibliotecas digitales, un ejemplo es *DOXA: Cuadernos de Filosofía del Derecho*³⁵, de la Universidad Alicante, en el portal de la Biblioteca Virtual Cervantes.

Otras veces, la revista se encuentra en otros portales o sitios web relacionados con la materia de la misma o pertenecientes a una institución o asociación vinculada. Un ejemplo es la *Revista electrónica de investigación psicoeducativa y psicopedagógica*³⁶ de la Universidad de Almería.

MODELOS DE EXPLOTACIÓN

En este apartado se refleja la información relativa a los modelos seguidos por los servicios universitarios de publicaciones, a la hora de su difusión y distribución. De todos los planteados sólo algunos se han visto patentes en las editoriales objeto de esta investigación, como se observa en las siguientes tablas:

	Modelo de explotación: versión electrónica gratuita para todos	
	Recuento	%
Sí	13	86,7
No	2	13,3
Total	15	100,0

Tabla 78. Modelo de explotación versión gratuita para todos

	Modelo de explotación: versión electrónica vendida a todos	
	Recuento	%
Sí	3	20,0
No	12	80,0
Total	15	100,0

Tabla 79. Modelo de explotación versión electrónica vendida todos

	Modelo de explotación: venta de artículos únicos	
	Recuento	%
Sí	1	6,7
No	14	93,3
Total	15	100,0

Tabla 80. Modelo de explotación venta de artículos únicos

	Modelo de explotación: licencias de sitio	
	Recuento	%
Sí	3	20,0
No	12	80,0
Total	15	100,0

Tabla 81. Modelo de explotación licencias sitio

	Modelo de explotación: licencias para consorcio	
	Recuento	%
Sí	1	6,7
No	14	93,3
Total	15	100,0

Tabla 82. Modelo de explotación licencias para consorcios

Sin duda alguna, el modelo de explotación mayoritariamente utilizado es la versión electrónica gratuita para todos, con un porcentaje muy elevado respecto al resto, un 86,7%. Así el servicio de publicaciones permite la visualización sin coste alguno para el usuario, siendo accesible a todos. Esta política seguida por muchas editoriales es bastante lógica, ya que se trata de un servicio universitario cuya finalidad es la divulgación y comunicación del conocimiento y la ciencia, sin ánimo de lucro. Aún así, no hay que olvidar la necesidad de una financiación para su mantenimiento.

Un porcentaje idéntico y mínimo presentan dos de los modelos establecidos: la versión electrónica vendida a todos y las licencias de sitio, con un 20%.

El primero es utilizado por los siguientes servicios: Universidad de Barcelona, Universidad Politécnica de Catalunya y Universidad Oberta de Catalunya, y consiste simplemente en la compra de las obras que se deseen visualizar o descargar.

En el segundo modelo se encuentran aquellas editoriales que permiten el acceso a sus obras digitales sólo desde los terminales de los ordenadores de la propia universidad y/o sólo a los miembros de la comunidad universitaria, requiriendo normalmente una clave de acceso o *password*. Aquí encontramos a la Universidad de Barcelona y, también, a la Universidad de La Rioja y la Universidad Pontificia de Comillas.

Así, la Universidad de La Rioja ofrece el acceso gratuito a todo el público en algunas de sus tesis. Sin embargo, la visualización completa de otras muchas tesis sólo es gratuita para la comunidad universitaria, mientras que el resto deberá pagar una cierta cantidad por esta descarga completa, pues lo único que podrá obtener gratis serán los índices y las 24 primeras páginas. El caso de la Universidad Pontificia de Comillas es similar al anterior con las tesis doctorales publicadas por su editorial.

Además de las licencias de sitio, existen las licencias para consorcios, que aparecen con un 6,7%, es decir, en una sola editorial, la de la Universidad de Girona. Ésta indica que «la colección digital es el resultado de las suscripciones contratadas por la UDG y el CBUC (Consortio de Bibliotecas Universidades Catalanas)», por lo tanto, se trata de la unión de varias instituciones con el fin común de acceder a una serie de documentos electrónicos.

Otro modelo existente es el denominado como «venta de artículos únicos», que consiste en ofrecer la posibilidad de comprar partes de las obras, en vez de estar obligado el usuario a adquirir la obra completa. Es interesante cuando lo que se requiere es simplemente un artículo de una revista o un capítulo de un libro. Sin embargo, todavía parece que no está implantado en el mundo editorial universitario, pues su único defensor es la Universidad Politécnica de Catalunya.

El resto de modelos planteados en el cuadro de análisis no se han encontrado en los servicios universitarios estudiados.

PRECIOS

Una cuestión relacionada estrechamente con el modelo de explotación o venta adoptado es el precio de las publicaciones. En esta línea interesa conocer si los costes coinciden en la versión impresa y en la versión electrónica.

Es obvio que en la mayoría de los casos de la investigación realizada, este aspecto no tiene relevancia, pues se ha optado por una línea editorial basada en el acceso gratui-

to para todos a los documentos digitales. Otras veces se trata de obras de formato electrónico que no cuentan con versión impresa (ej: Universidad Oberta de Catalunya). E incluso esta información puede no ser facilitada, porque las obras son de acceso restringido y los precios no se contemplan (ej: Universidad de Girona).

Existen sólo dos editoriales donde este punto ha podido ser analizado: la Universidad Politècnica de Catalunya y la Universidad de Barcelona.

En la primera, los precios son los mismos para la adquisición del documento, tanto en su versión impresa como en su versión electrónica. De hecho, se proporciona el mismo catálogo con un solo precio para ambos soportes documentales.

Por el contrario, en la segunda, los precios varían de una a otra versión. Respecto a las revistas, en algunas se han encontrado coincidencias de precio en todos los números, como es el caso del *Boletín americanista* cuya versión impresa cuesta 10,64 € y el e-book está en 6,38 €. Mientras tanto, en otras revistas hay diferencias de costes entre sus propios números, como por ejemplo en *Cercles: Revista d'història cultural* donde el nº 4 cuesta como versión impresa 8,50 € y la electrónica 5,10 €, y el nº 5 en formato impreso se compra por 5,71 € y el e-book por 3,43 €.

No es posible fijar una diferencia porcentual general para todas las obras pues existen diferencias muy grandes que van desde los 15 € por la versión impresa a sólo 4,87 € por la electrónica (*Revista Ebre 38*). En cambio otros porcentajes apenas se incrementan: por ejemplo, una versión impresa por 5,71 € y el e-book por 3,48 € (*Cercles*).

En lo referente a otros tipos de obras se ha comprobado que el precio se encarece, por ejemplo, en las «Actas de congresos» (ej: vers. impr: 30 € y e-book: 20 €). También los manuales (ej: vers. impr: 12'02 € y e-book: 4'52 €) suelen presentar unos costes más elevados que las monografías (ej: vers. impr: 7'22 € y e-book: 4'29 €). Otros productos documentales con precios más bajos son las guías (ej: vers. Impr: 1'48 € y e-book: 0'89 €).

Por lo visto, hasta el momento, es imposible establecer un porcentaje genérico en las diferencias de costes de las obras integradas en esta editorial universitaria, pues existen varios precios y porcentajes diferentes, dependiendo de factores muy distintos como el tipo de documento, el volumen, las páginas, etc.

CONCLUSIONES

Las conclusiones a las cuales se ha llegado a raíz del estudio centrado en las editoriales que ofrecen una colección digital en línea, se sintetizan del siguiente modo:

Las revistas son las publicaciones más habituales en el ámbito de la edición en línea, en los servicios universitarios. Quizás, como ya se mencionó, esto se deba a la importancia que siempre han tenido en la comunicación del conocimiento y la divulgación de la ciencia, por características tan destacadas como su grado de obsolescencia, beneficiado precisamente por los nuevos soportes de la información. Le siguen las monografías y manuales, que también aparecen en un número importante.

En las editoriales universitarias el formato digital por excelencia es el Acrobat Reader (.pdf), utilizado para la visualización y descarga de obras en la mayoría de los documentos. El Html es empleado sólo en un tercio de los servicios, aunque menor presencia tie-

nen otros formatos como el Microsoft Reader y el Word. En el caso del primero, es algo peculiar pues sí se trata de un formato habitual en el panorama editorial electrónico general.

Respecto a otros avances relacionados con la visualización de los contenidos de un documento digital, como es el caso de la descarga a dispositivos móviles de tipo PDA, parece ser prácticamente desconocido en los servicios de publicaciones de nuestras universidades.

Como se ha podido observar a lo largo del presente estudio, las revistas son un tipo de documento fundamental en la vida académica. Las publicaciones electrónicas en línea suelen poseer una periodicidad anual, aunque también aparecen otras como la semestral y la cuatrimestral, propias de las revistas científicas.

Otro aspecto relacionado con las revistas electrónicas es su ubicación en una URL, que puede ser propia o no. En el caso universitario, ninguna de estas publicaciones cuenta con una URL propia. En la mayoría de las ocasiones, están colgadas en el sitio web de la propia editorial, y a veces, en alguna biblioteca digital, como por ejemplo, la Biblioteca Virtual Cervantes. También se han encontrado revistas accesibles a través de un sitio web perteneciente a una institución, organización o asociación relacionada con la materia de las mismas.

En la distribución de los documentos electrónicos como productos de las editoriales, se siguen una serie de modelos de explotación. En el caso universitario, el más habitual es la versión electrónica gratuita para todos permitiendo la visualización y descarga de las obras, sin que suponga ningún tipo de coste para el usuario. Esto está relacionado con la función social que las universidades han tenido durante mucho tiempo, en su tarea de difusión libre del conocimiento y la ciencia a toda la sociedad. No obstante, hay que considerar que como institución requiere una financiación para su mantenimiento, lo que conlleva, en algunos casos, la adopción de otros modelos de explotación como: la versión electrónica vendida a todos (precio: igual/más/menos que impresión) y la venta de artículos únicos. Otra modalidad seguida es la de las licencias, bien sean licencias para consorcios o licencias de sitio que facilitan el acceso a la comunidad universitaria.

En lo referente al punto anterior, es esencial aludir a los precios de las obras digitales en línea. En las editoriales universitarias hay poco que comentar al respecto pues, como ya se ha dicho, la mayor parte ofrece un acceso gratuito a este tipo de publicaciones, y si no a través de licencias de sitio y para consorcios. Con la poca información obtenida en esta investigación sobre este asunto, sólo se puede decir que en unos casos sí hay coincidencia en los precios del formato impreso y del digital, mientras que en otros no existe equivalencia de costes. Añadir a esto que no podría establecerse una diferencia porcentual general, pues existe una gran variedad de precios y de diferencias entre ellos. No obstante, en este sentido, los resultados obtenidos son realmente poco relevantes para poder extraer conclusiones al respecto.

En definitiva, afirmar que todavía falta mucho para la adaptación a las nuevas tecnologías de la información por parte de las editoriales universidades. En principio, es fundamental que dichos servicios acepten los cambios que se están produciendo en el panorama actual de la edición y que participen de ellos, para lograr la mejora del servicio prestado a la sociedad, facilitando el acceso a la información y la divulgación del conocimiento científico.

-
- ¹ *Oferta universitaria* (en línea). Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, s.d., actualización 22 de junio de 2004. (Consulta: 19 de enero de 2004). Disponible en: <http://wwwn.mec.es/educa/jsp/plantilla.jsp?area=ccUniversidad&id=801&contenido=ccUniversidad/html/oferta_de_plazas/index.html>.
- ² *Asociación de Editoriales Universitarias Españolas* (en línea). Madrid: AEUE, s.d. (Consulta: 19 de enero de 2004). Disponible en: <<http://www.aeue.es>>.
- ³ CODINA BONILLA, L. *El libro digital y la WWW*. Madrid, Tauro, 2000.
- ⁴ DARWIN: *Directorio Analítico de Recursos Web Informativos* (en línea). Barcelona: Universitat de Barcelona (et al.), 1999. (Consulta: 24 de febrero de 2004). Disponible en: <<http://www.kronosdoc.com/darwin/>>.
- ⁵ *Criteria for evaluation of Internet Information Resources* (en línea). Department of Library and Information Studies, New Zealand. (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <http://www.vuw.ac.nz/staff/alastair_smith/evaln/index.htm>.
- ⁶ *Critical evaluation of resources* (en línea). University of California Berkeley Teaching Library. (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www.lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Evaluation.html>>.
- ⁷ *Evaluating internet information*. (en línea). (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www.lib.vt.edu/research/libinst/idle/evaluating.html>>.
- ⁸ *Evaluating information found on the internet* (en línea). Johns Hopkins University. (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www.library.jhu.edu/elp/useit/evaluate/>>.
- ⁹ *Evaluating quality on the Net*. (en línea) Babson College. (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www.hopetillman.com/findqual.html>>.
- ¹⁰ *Evaluating web sites: a guide for writers*. (en línea) Western Illinois University. (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www.wiu.edu/users/mfbhl/evaluate.htm>>.
- ¹¹ MERLO VEGA, J.M. *La evaluación de la calidad de la información web: aportaciones teóricas y experiencias prácticas* (en línea) Universidad de Salamanca. (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://exlibris.usal.es/merlo/escritos/calidad.htm>>.
- ¹² *La evaluación de los contenidos de una página web*. (en línea) University of Thomas. (Consulta: 21 de julio del 2004). Disponible en: <<http://www.iss.stthomas.edu/studyguides/Espanol/evaluate.htm>>.
- ¹³ *Método abreviado de evaluación de sitios web* (en línea). (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www.w3aeiou.com/ranking/abreviado.htm>>.
- ¹⁴ BLANCO, J.M^a. *Webs para aprender: la red a examen* (en línea). (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www.aijic.com/comunica/comunica1/examen.htm>>.
- ¹⁵ *Thinking critically about World Wide Web resources*. (en línea) University of California, Los Ángeles (UCLA) (en línea). (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www.library.ucla.edu/libraries/college/help/critical>>.
- ¹⁶ CODINA BONILLA, L. *Parámetros e indicadores de calidad para la evaluación de recursos digitales*. En *Jornadas Españolas de Documentación* (7. 2000. Bilbao). *La gestión del conocimiento: retos y soluciones de los profesionales de la información*. Bilbao: Universidad del País Vasco, FESABID, 2000, p.135-144.
- ¹⁷ CODINA BONILLA, L. *Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos*, Revista Española de Documentación Científica, vol. 23, n. 1 (enero-marzo

2000), págs. 9-44.

¹⁸ CODINA BONILLA, L. *Parámetros e indicadores de calidad para la evaluación de recursos digitales*. En *Jornadas Españolas de Documentación* (7. 2000. Bilbao). *La gestión del conocimiento: retos y soluciones de los profesionales de la información*. Bilbao: Universidad del País Vasco, FESABID, 2000, p.135-144.

¹⁹ CODINA BONILLA, L. *El libro digital y la WWW*. Madrid: Tauro, 2000.

²⁰ *Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz* (en línea). (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://minerva.uca.es/publicaciones/interes.html>>.

²¹ *Servicio de publicaciones de la Universidad de Jaén* (en línea). (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www3.ujaen.es/servpub/direcciones.htm>>.

²² *Servicio de publicaciones de la Universidad de Lleida* (en línea). (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www.udl.es/arees/eip/cat/enllacos.htm>>.

²³ *Servicio de publicaciones de Vigo* (en línea). (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www.uvigo.es/servicios/publicacions/index.es.htm>>.

²⁴ *Universia* (en línea). (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <http://www.universia.es/contenidos/bibliotecas/Bibliotecas_editoriales.htm>.

²⁵ *Librería Universitaria Técnico Empresarial* (en línea). (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://pymes.wanadoo.es/libuni/espfra.html>>.

²⁶ *AEUE* (en línea). (Consulta: 21 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www.aeue.es>>.

²⁷ VEGAS, J. *Método abreviado de evaluación de sitios web* (en línea). (s.l.): (s.n.), oct. 2000, última modificación: 28 junio 2003. (Consulta: 5 de febrero de 2004). Disponible en: <<http://www.w3aeiou.com/rankng/abreviado.htm>>.

²⁸ BLANCO, J. M^a. *Webs para aprender: la red a examen*. *Comunica: Revista de la AIJIC* (en línea). Marzo 2000, n. 1. SSN 1576-3579. (Consulta: 12 de enero de 2004). Disponible en: <<http://www.aijic.com/comunica/comunica1/examen.htm>>. |

²⁹ CODINA BONILLA, L. *El libro digital y la WWW*. Madrid: Tauro, 2000.

³⁰ CODINA BONILLA, L. *Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos*, *Revista Española de Documentación Científica*, vol. 23, n. 1 (enero-marzo 2000), págs. 9-44.

³¹ VEGAS, J. *Método abreviado de evaluación de sitios web* (en línea). (s.l.): (s.n.), oct. 2000, última modificación: 28 de junio de 2003. (Consulta: 5 de febrero de 2004). Disponible en: <<http://www.w3aeiou.com/rankng/abreviado.htm>>.

³² RODRÍGUEZ GAIRÍN, J.M. (2001) *Parámetros e indicadores de calidad en la evaluación de una revista electrónica. El caso de BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació*. *BiD: Biblioteconomía i Documentació* (en línea). Juny 2001, n. 6. (Consulta: 2 de marzo de 2004). Disponible en: <<http://www.ub.es/biblio/bid/06gairi2.htm>>.

³³ CODINA BONILLA, L. *Parámetros e indicadores de calidad para la evaluación de recursos digitales*. En *Jornadas Españolas de Documentación* (7. 2000. Bilbao). *La gestión del conocimiento: retos y soluciones de los profesionales de la información*. Bilbao: Universidad del País Vasco, FESABID, 2000, p.135-144.

³⁴ *Contextos educativos: Revista de Educación* (en línea). Universidad de La Rioja.

(Consulta: 22 de julio de 2004). Disponible en: <<http://publicaciones.unirioja.es/revistas/contextos.html>>.

³⁵ *DOXA: Cuadernos de Filosofía del Derecho* (en línea). Universidad Alicante. (Consulta: 22 de julio de 2004). Disponible en: <<http://www.cervantesvirtual.com/portal/DOXA/cuadernos.shtml>>.

³⁶ *Revista electrónica de investigación psicoeducativa y psicopedagógica* (en línea).