

Los estudios CTS desde una perspectiva editorial *

Estudos CTS sob uma perspectiva editorial

STS Studies from an Editorial Perspective

Norbisley Fernández Ramírez, Ernesto Piñero de Laosa
e Idalmis Morales Cabrera **

Los roles que asumen hoy las editoriales universitarias están determinados por las complejas circunstancias en que se produce y consume la información científica, particularmente la distribuida de forma digital. Esta es una poderosa razón para que las editoriales asuman nuevas prácticas en su quehacer, entre ellas dotar de conocimientos y herramientas a los profesores e investigadores para hacer visibles sus resultados científicos, y que sus aportes contribuyan a resolver diversos problemas de la vida social. Este artículo reflexiona sobre la necesidad de desplegar estrategias para orientar el trabajo en sus vínculos con la sociedad y también en sus proyecciones de desarrollo interno, que demandan profundas transformaciones en espacios vitales como la biblioteca universitaria. Se someten a valoración algunas cuestiones relacionadas con la gestión editorial universitaria y sus dimensiones de trabajo fundamentales, dentro de las que ocupa un lugar significativo la empresarial-administrativa por su pertinencia para dar mayor visibilidad a la ciencia, ya que la premisa de atemperar el desarrollo científico de la universidad contemporánea con los derroteros de la nueva era tecnológica y digital no puede ser postergada.

153

Palabras clave: CTS; editorial universitaria; comunicación de la ciencia; acceso abierto

* Recepción del artículo: 16/01/2019. Entrega de la evaluación final: 02/05/2019. El artículo pasó por dos instancias de evaluación.

** Universidad de Camagüey Ignacio Agramonte Loynaz, Cuba. Correo electrónico: norbisley.fernandez@reduc.edu.cu.

Os papéis assumidos hoje pelas editoras universitárias são determinados pelas circunstâncias complexas em que as informações científicas são produzidas e consumidas, principalmente as distribuídas digitalmente. Essa é uma razão poderosa para as editoras adotarem novas práticas, entre elas, fornecer conhecimentos e ferramentas de trabalho aos professores e pesquisadores para tornar visíveis seus resultados científicos e que suas contribuições ajudem a resolver diversos problemas da vida social. Este artigo reflete sobre a necessidade de implementar estratégias voltadas para esses fins, baseadas em princípios e pressupostos teóricos que devem reger o trabalho em seus vínculos com a sociedade e também em suas projeções de desenvolvimento interno, que exigem profundas transformações em espaços vitais como a biblioteca universitária. São submetidas à avaliação algumas questões relacionadas à gestão editorial universitária e suas dimensões fundamentais de trabalho, entre as quais a empresarial-administrativa ocupa um lugar significativo devido à sua pertinência para dar maior visibilidade à ciência, uma vez que a premissa de moderar o desenvolvimento científico da universidade contemporânea com os caminhos da nova era tecnológica e digital não pode ser adiada.

Palavras-chave: CTS; editora universitária; comunicação da ciência; acesso aberto

The roles undertaken today by the university press are determined by the complex circumstances in which scientific information is produced and consumed, particularly that which is distributed digitally. This is a powerful reason for publishers to adopt new practices in their endeavor, among them to provide knowledge and tools to professors and researchers so that they may present their scientific results and that their contributions help resolve different problems of social life. This article reflects on the need to deploy strategies in order to govern the work in its connections to society and also its projections for internal development, which demand deep transformations in vital areas such as the university library. Some issues related to the management of university press is submitted for evaluation, within which the business-managerial has a significant place due to its relevance in offering science greater visibility, since the premise of tempering scientific development in contemporary universities with the paths of the new technological and digital era can no longer be postponed.

Keywords: STS; university press; science communication; open access

Introducción

La edición en las universidades no es un tema nuevo, aunque la crisis económica y el vertiginoso desarrollo tecnológico lo han puesto como centro de un debate de supervivencia, competencia y rentabilidad. La editorial universitaria se erige entonces no sólo como obligada interface en la relación sociedad-universidad, sino como una oportunidad de visibilidad y universalidad de la ciencia institucional. Los clásicos procesos editoriales se atemperan entonces a las herramientas y escenarios de popularización y consumo de la información digital.

La rapidez con que se producen, publican y consumen hoy grandes volúmenes de información demanda una normativa que regule y amplíe la cultura editorial de los profesores universitarios, a fin de evitar el sucesivo envío a editoriales piratas o predatoras en el apuro por cumplir con las exigencias de publicar para ejercicios de cambio de categorías docentes y científicas. Con esta acción se asegura el posicionamiento y la visibilidad de la institución universitaria.

¿Qué y cómo se edita en las universidades? ¿Quiénes leen el libro universitario? ¿Cuál es la perspectiva acerca de las revistas científicas? ¿Es visible la ciencia publicada en las universidades? ¿Cuáles son las estrategias institucionales para desarrollar sus publicaciones? ¿Qué se dice en el mundo acerca de este tema? Estas son algunas de las preguntas que impulsan el actuar investigativo de Ediciones Universidad de Camagüey, Cuba, editorial que además propone opciones de capacitación y asesoría para editores universitarios, autores potenciales e investigadores interesados.

155

La llamada era de la información está basada en una industria capitalista donde empresas multinacionales centran su competencia en dos factores fundamentales y dependientes entre sí: la obsolescencia programada y la innovación tecnológica. Así, la salida al mercado de nuevas tecnologías reta constantemente los presupuestos de la visibilidad de la ciencia. Hace veinte años una revista científica tenía que tener “colchón” editorial, una comunidad científica comprometida y presupuesto para imprimir los números; igualmente un editor tenía que saber redactar y redactar bien, poseer conocimientos de diagramación, diseño gráfico y nociones de comercialización. Eso no es suficiente hoy para enfrentar los indicadores de evaluación de las revistas científicas. Es necesario, entre otros actores, un especialista en ciencias de la información que trabaje con el publicista o en las campañas de mercadeo de las publicaciones:

“Según se estima, el volumen de datos a nivel mundial se duplica cada veinte meses, mientras que el tamaño y cantidad de bases de datos crece incluso más rápidamente (...) Las bases de datos generadas a partir de la indexación de revistas científicas han alcanzado dimensiones inéditas. Por ejemplo, el Science Citation Index, que recoge las citas bibliográficas de los documentos publicados en cerca de 7000 revistas, ha alcanzado una masa de más de 10 millones de registros que datan, incluso, de 1965. Su competidora, SCOPUS, es aún mayor. Con más del doble de revistas, alcanza un volumen superior a los 35 millones de registros, que retrospectivamente alcanzan hasta más allá de 1969” (Barrere, 2010: 83).

Un escenario dominado por dos grandes conglomerados de editoriales científicas, Thomson Reuters ISI y Elsevier, evalúa la calidad de las publicaciones científicas, aunque algunas iniciativas regionales como SciELO (Scientific Electronic Library Online) o DRIJ (Directory of Research Journals Indexing) validan el acceso abierto como la forma más saludable para el desarrollo científico, al tiempo que quizás, en algunos años, puedan consolidarse como una alternativa al hecho de pagar por publicar o consultar un documento científico. Hoy se cimenta fuertemente DOAJ (Directory of Open Access Journals) como ejemplo de espacio exitoso de libre acceso al conocimiento científico.

Es precisamente por ello que urge a los sistemas de educación, la inserción de la comunicación de la ciencia en la actual y rapidísima sociedad de la información de forma asertiva. En este marco las universidades son las encargadas y mejor equipadas para crear y desplegar estrategias de visibilidad de la ciencia nacional. Si los canales por los que se comunican los resultados de investigación están en la red, los investigadores deben dominar cómodamente las herramientas para acceder a ellos.

Actualmente se implementan acciones de desarrollo de competencias informacionales en programas de posgrado, pero es imprescindible pensar en ello desde el pregrado. Según Guido (2010), de la misma forma en que fue necesario el idioma inglés, hoy es necesario que el investigador sepa publicar y gestionar sus resultados en red. Entonces los conocimientos y habilidades que pueden adquirirse en posgrado y pregrado de forma curricular reivindicarán a Internet como hijo pródigo y se cerrará el ciclo de creación, pues Internet surge precisamente en el ámbito universitario.

Resulta interesante cómo las empresas mencionadas anteriormente tienen el control de la comunicación de resultados científicos que se producen en las universidades. Los investigadores son financiados por gobiernos y después pagan por publicar o publican en bases de datos cuyo acceso hay que comprar, mecanismo verdaderamente desventajoso. Más aún, si la relación entre producción de conocimientos, desarrollo tecnológico y desarrollo socioeconómico es tan clara. Entonces, ¿puede una universidad revertir o transformar el escenario actual de evaluación de la ciencia? Ciertamente no, tal transformación —para ser muy optimistas— puede suceder gradualmente si políticas nacionales se integran en redes regionales o mundiales que faciliten el acceso libre al conocimiento científico. Sin embargo, una universidad sí puede implementar estrategias para que sus investigadores posicionen sus resultados en espacios de calidad y rigor científico y de esta manera sentar las bases para sólidas redes de conocimiento.

Por tanto, este trabajo tiene por objetivo reflexionar sobre el papel de la editorial dentro de la comunicación de la ciencia universitaria y su alcance social. Para ello es imprescindible articular dos factores fundamentales: los binomios territorio-universidad y editorial-biblioteca.

1. Servicios editoriales: entre la universidad y la sociedad

1.1. Vínculos territorio-universidad

La universidad debe resolver los problemas del territorio en la que está enclavada y participar así en políticas de desarrollo nacional. Su misión no está solamente en dar información y crear profesionales, sino en crear profesionales comprometidos con el desarrollo sostenible de su país y la especie humana en general; por tales razones, a pesar de las particularidades territoriales o nacionales existen situaciones mundiales que permiten establecer líneas de investigación transversales dirigidas a varias áreas geográficas y del conocimiento. Entre las funciones de la universidad, definidas por Max Scheler, está “ser una divulgadora para el pueblo, de los conocimientos más generales adaptados a la común comprensión, dando cuenta también de sus descubrimientos y convirtiéndose así en una propagadora de la cultura” (Contreras, 2009: 49).

Tenemos una opinión diferente respecto a Hernández y Horta (2009) cuando expresan que ciencia y sociedad pueden verse hoy como dos universos independientes que no guardan ninguna relación entre sí. Desde nuestra perspectiva de estudio es innegable la huella de la ciencia en la sociedad actual y viceversa. Nunca estuvo tan ligado el día a día a la ciencia: “El conocimiento se ha ido convirtiendo en el principio axial de las sociedades contemporáneas, como una fuerza transformadora de las estructuras económicas y sociales (Barrere, 2010: 4).

En este punto, la insuficiencia de una universidad a la hora de trazar estrategias y trabajar constantemente con agendas gubernamentales e internacionales paga en la estacionalidad de mejoras en la calidad de vida del pueblo:

“La comunidad científica realiza insuficientes acciones de Comunicación Científica-Tecnológica por lo que se necesita reforzar las acciones de Comunicación Pública de la Ciencia, en la que participe no solo el sector científico sino toda la comunidad como parte de ese conocimiento que se necesita dar a conocer, involucrarlos como parte de la promoción de una cultura científica-tecnológica que permita llegar a todos los niveles de la población” (Roque y Cortés, 2013: 3).

De la misma forma en que una obra de arte no es completada hasta que no entra en contacto con el receptor, la comunicación científica debe impactar. Por eso, desde una perspectiva editorial, sería acertado licenciar en los predios universitarios aquel viejo refrán de “ir en busca del lector” para ir en busca de un autor que tribute a la mejoría pública y que sepa cómo impactar en la sociedad con su publicación. Otra arista del problema de la comunicación científica radica en la intención positivista de mostrar un resultado, cuando la inexistencia de este también puede ser un objeto de publicación: un experimento fallido también es un resultado. A esto sumamos que la vida cotidiana no se concibe sin los avances tecnológicos resultantes de investigaciones científicas; nuestros hijos no pueden asumir un mundo en el cual el esfuerzo suple carencias

tecnológicas: lo llaman “pasar trabajo”, y nosotros mismos, migrantes de la tecnología, agradecemos el cambio, sobre todo en sectores como el transporte y la comunicación. Cada vez son más variadas y cotidianas las formas de transferencia tecnológica. Por eso, conocerlas y explicárselas a las generaciones posteriores resulta tan oportuno hoy como hablarles del cambio climático y qué lo ocasiona.

La universidad debe estar atemperada al mundo, pero concentrada en la territorialidad. La ciencia universitaria parte de problemas territoriales; las publicaciones se convierten en el puente entre academia y sociedad. Tréspidi (2011) plantea que las publicaciones científicas facilitan el encuentro de campos de conocimiento que no demasiado habitualmente articulan, integran o comparten sus puntos de interés, preocupaciones, desarrollos y resultados. Añade que resulta un encuentro de sinergia positiva y nadie puede negar que esta relación no sea una buena noticia en la producción científica, sin falsos complejos, porque es un punto de partida destinado a dar buenos y esperados frutos.

Y, como mediadoras en ese proceso de comunicación, la responsabilidad recae en las entidades cuya misión es facilitar la lectura posterior de los libros a la mayor cantidad de lectores posibles: las editoriales universitarias (De Sagastizábal, 2005). Como se ha mencionado anteriormente, el fenómeno de la visibilidad de la ciencia universitaria ha sido estudiado por varios autores y con distintos enfoques y alcances. Resulta interesante cómo un nicho importante de investigaciones sobre este tema se encuentra en América Latina. ¿Condicionados por el fatalismo geográfico o rezagos del coloniaje? Lo importante es que la era de la información ha creado las condiciones para que en América se cuestione el lugar de su ciencia en el mundo.

158

Apoyando lo anterior, referimos un estudio de metadatos realizado por el personal de la Ediciones Universidad de Camagüey en 2013, con motivo de elaborar un diagnóstico para la creación de una biblioteca digital sobre la edición y comunicación de la ciencia. Se muestrearon 213 bibliografías, teniendo en cuenta también referencias usadas por trabajos e informes consultados durante 2012. Se crearon indicadores (procesos editoriales, biblioteca y editorial, gestión de la ciencia, editoriales universitarias, y publicaciones seriadas) para agrupar temática, temporal, geográfica e institucionalmente las principales áreas que priman en el interés de los investigadores. Se concluyó que, temáticamente, las principales investigaciones están abocadas a la estructura, el funcionamiento y el mercado de las editoriales universitarias; a pesar del amplio rango de años abarcado (1954-2012). La mayor cantidad de investigaciones consultadas corresponde a los años 2000-2010. Se muestrearon 16 países, entre los que resaltaron Argentina y Cuba por el número de publicaciones. Por último, la mayor cantidad de investigaciones pertenece a universidades, aunque también aparecen organizaciones no gubernamentales, asociaciones y bibliotecas.

La misma condición de país subdesarrollado o tercermundista ha reforzado la relación entre ciencia y sociedad. Cada vez más son más los programas y estudios de políticas públicas para el desarrollo científico, siendo la tecnología el talón de Aquiles de este triángulo de Sábato. Coincidimos plenamente con Guido (2010) cuando establece que la tecnología no es neutral. La tecnología no existe por sí y para sí —como quieren hacernos ver las campañas mediáticas—, sino que es creada por el

hombre y por tanto es creada con un fin funcional y obedece a intenciones, deseos, aspiraciones. Su mismo precio, normalmente muy bajo para aparatos cotidianos en el primer mundo, debe ya ser una alerta.¹

El primer botón de alarma para la ciencia realizada en los países del Tercer Mundo —que usualmente no tienen el poder económico para adquirir espacios y recursos tecnológicos para la gestión integral de la información científica, lo cual incluye su libre distribución— es la pregunta: “¿Qué pierdo al entrar en el juego tecnológico?”. No quiere decir esto que se niegue el espacio, es necesario sobrevivir y para la ciencia es vital la comunicación, pues sin ella no hay desarrollo; simplemente la ciencia institucional tiene que aprender los mecanismos para insertarse en el conglomerado comunicacional de bases de datos, repositorios, etc., y al mismo tiempo necesita una alternativa que regionalmente apoye estos desarrollos incipientes.

1.2. Vínculos editorial-biblioteca

Actualizarse en el tema de la comunicación de la ciencia es algo imprescindible para cualquier entidad editora universitaria. La edición ha acompañado a las universidades desde sus inicios, algunas de las universidades más antiguas exhiben hoy fuertes dispositivos editoriales —Oxford University Press, Cambridge University Press—, pero también lo han logrado otras más modernas como Harvard University Press o MIT Press. Así, la relación editorial-biblioteca se erige como el foco de comunicación de la ciencia institucional; adecuadas estrategias comunicacionales deben dirigir las acciones de posicionamiento global de la ciencia universitaria.

159

Las editoriales universitarias encuentran su origen en la Universidad de Oxford, Inglaterra, donde fue diseñada “una especie de consejo editorial y una incipiente estructura de trabajo. Para 1521, la Universidad de Cambridge imprime *El arte de escribir cartas*, de Erasmo, y a mediados del siglo XVI ambas universidades obtienen licencia real para imprimir y vender libros” (Álvarez, 2008).

La terminología utilizada en cuanto a editoriales universitarias es muy variada, se han encontrado denominaciones como “Fondo Editorial de la Universidad”, “Ediciones”, “Editorial”, “Servicio de Publicaciones”, “Publicaciones”, entre los más frecuentes (García, 2004). Para Sierra (1991), la editorial universitaria es la institución que realiza “la actividad de orientar, buscar, obtener, evaluar y seleccionar, para su publicación y posterior difusión, obras académicas válidas, de calidad y rigor científicos, previo análisis de las necesidades del ámbito académico y cultural universitario y de la sociedad a la cual está adscrita, para que respondan a las verdaderas inquietudes de éstas”. Castillo (2000), en el Primer Congreso Iberoamericano de Editoriales Universitarias, plantea que “Cuando hablamos de una editorial universitaria, nos referimos a una empresa establecida, dedicada a producir y distribuir obras mediante las que se contribuye a la comunicación del conocimiento. La editorial universitaria es una entidad que tiene objetivos y políticas definidas y cuenta con personal que

1. Se refiere a una práctica muy común en las grandes compañías: la externalización de los costos.

se ha profesionalizado en lo relativo a edición y publicación de materiales”. Según Gotthelf (2004), la editorial universitaria “es un organismo universitario (...) apoyado en una política previamente establecida (...) que se ocupa de seleccionar, diseñar, publicar, distribuir y promocionar libros (o revistas)”. De acuerdo con García (2004), “la editorial universitaria es el órgano o departamento dentro de la universidad encargado de editar y difundir textos que son resultado de la investigación de los profesores de la universidad, los utilizados en la docencia, revistas científicas de diversas materias, así como obras de interés cultural y científico”. Rodríguez (2004), en su informe “Situación actual y perspectivas de las editoriales universitarias en Cuba”, difundido en el marco del Seminario Internacional “Las Editoriales Universitarias hacia el Siglo XXI, América Latina y el Caribe”, plantea lo siguiente: “Se entienden como “Editoriales Universitarias aquellas que tienen la misión de producción de libros universitarios y otras ediciones para las instituciones de la educación superior y se dedican fundamentalmente a estas producciones”.

De las definiciones antes expuestas, las autoras de la presente investigación se inclinan hacia lo planteado por Sierra (1991) y García (2004), debido a que, efectivamente, las editoriales universitarias constituyen organismos que gestionan y difunden la producción científica que se genera en las universidades, que en muchas ocasiones es olvidada y guardada en un rincón, sin lograr un verdadero impacto en la sociedad. Es válido agregar que no existe una definición exclusiva de editorial universitaria debido a que cada institución construye un modelo característico de acuerdo con su producción científica.

160

La definición de editorial universitaria es suficientemente amplia y diversa para admitir distintas variantes o modelos institucionales. Estos dispositivos editoriales se han desarrollado casuísticamente bajo condiciones más disímiles que cualquier otra dependencia universitaria. Pese a las diferencias, estos departamentos tienen la responsabilidad de socializar, dentro y fuera del marco universitario, la producción científica más relevante de la comunidad académica a nivel general. También tienen su fin más enfocado en el compromiso con la ciencia que en la rentabilidad, que depende muchas veces del canje como medio de publicidad, mientras que el editor depende de su consejo editorial y del criterio de expertos en el arbitraje para la selección de un producto actualizado y original. La edición universitaria no tiene recetas ni modelos; depende del otorgamiento de recursos y personal que cada institución valore, aun cuando el interés en mejorar el producto universitario sea constante: la misma ciencia y los lectores lo exigen. Se puede decir que la editorial universitaria tiene objetivos y políticas definidas y cuenta con profesionales capacitados en la esfera de la edición y publicación de materiales; o sea, “la edición de publicaciones universitarias es una actividad especializada, que trasciende la simple reproducción o impresión de manuscritos”. (García, 2004).

En cuanto a sus objetivos, según Gotthelf (2004), una editorial universitaria debe ser un organismo que:

- pretende dar a conocer los trabajos realizados en la misma comunidad universitaria o en el medio con la condición de que reúnan valores destacables;

- quiere llegar a un público universitario, en primera instancia, pero también a toda la comunidad (en tal caso debería generar distintos tipos de productos editoriales orientados a diferentes públicos de una misma comunidad; incluso hay interesantes experiencias emprendidas por editoriales universitarias que están dirigidas a niños que recién se inician en la lecto-escritura);
- no tiene como meta central la rentabilidad, sino una responsabilidad como servicio universitario de promoción y cultura dirigido a toda la comunidad.

En el mundo editorial se pueden encontrar dos tipos de empresas editoriales. Están las editoriales comerciales, especializadas o multidisciplinarias con colecciones dedicadas a autores y lectores científicos: Norma, Gredos, Ariel, Pirámide, Tecnos, Prentice-Hall, McGraw-Hill. El otro tipo de empresas está constituido por las editoriales universitarias propiamente dichas, cuya función, en ocasiones, no tiene fines lucrativos. En relación a esto último, vale la pena señalar:

“(…) que el motor de la edición promovida por las universidades no es primordialmente económico, sino social, cultural y académico, en un entorno de investigación permanente cuyos resultados deben darse a conocer (…) En cuanto al volumen de ventas de las editoriales universitarias, éste es mucho menor que el referido a los textos universitarios que se editan en el sector privado, el cual presenta dos prácticas infrecuentes en una editorial universitaria: publicar una obra de un autor extranjero o un texto traducido” (García, 2004: 23-24).

161

Existen universidades que dentro de sus funciones está mantener dos líneas editoriales afines: las ediciones propias y las coediciones con otras instituciones o empresas editoriales. Según García (2004), “en la mayoría de los casos existe una sola editorial en la universidad, aunque algunas universidades tienen varias editoriales: la central y la de algunas o todas sus Facultades”.

En América Latina, las editoriales universitarias representan el 5% del mundo editorial de la región; son las encargadas de la difusión del conocimiento científico, llevan a cabo una labor importante en la popularización de la ciencia (Ruiz, 2009). Estudios realizados sobre las editoriales universitarias latinoamericanas demuestran la existencia de algunas debilidades como la ausencia de políticas editoriales estables y de mercadotecnia, el desarrollo de catálogos sin un análisis profundo de los mercados para esas publicaciones, la ausencia de criterios profesionales de gestión, la escasa autonomía de gestión administrativa y financiera, la dependencia de las gerencias a sistemas burocráticos de autorizaciones, la carencia de flexibilidades administrativas y financieras, y una presencia casi nula de mecanismos de distribución y de funcionamiento en los sistemas de comercialización. La alta rotación de sus responsables, el poco margen de maniobra, el burocratismo y la ausencia de políticas de estímulo en la producción editorial, junto a la relativa carencia de investigaciones universitarias y la falta de estímulos económicos para la publicación por parte de los docentes, reafirman históricamente la debilidad de las editoriales universitarias de la región (De Sagastizábal *et al.*, 2005).

Sin embargo, de acuerdo con el estudio realizado por el mismo autor, los factores involucrados trabajan por impulsar y promover la producción, publicación, difusión y circulación de las ediciones universitarias; asimismo, se ocupan de un continuo perfeccionamiento técnico y administrativo, y una profesionalización del sector editorial universitario. En muchos países se han creado asociaciones o redes de editores universitarios que trabajan en el crecimiento y la profesionalización del mercado editorial universitario, por ejemplo: la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (EULAC), la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE) y la Asociación Americana de Editoriales Universitarias (AAUP, de Estados Unidos).

Aunque el panorama de la edición universitaria de la región puede parecer convulso, existen algunos modelos representativos de algunos países que son ejemplos de lo que se puede hacer cuando se concilia la misión cultural de la empresa editorial con su gestión racional. La planificación de cada aspecto de la actividad editorial favorecerá el funcionamiento y hará más sencillo el cumplimiento de metas, objetivos y políticas preestablecidas. Los criterios de racionalidad económica, financiera y editorial deben guiar las políticas editoriales y la construcción del catálogo. Entre las acciones posibles está la de mejorar e incrementar los circuitos de distribución incorporando librerías, redes informáticas y medios publicitarios. Las estrategias de ampliación del mercado y las actividades de promoción y *marketing* posibilitarán una llegada más eficiente y oportuna al lector (De Sagastizábal, 2005).

162

Como apunta Redalyc: “La ciencia que no se ve no existe”.² En el caso de las editoriales universitarias, cuyo compromiso trasciende lo comercial (sin dejar enteramente este aspecto) en pos de un producto atemperado al acontecer científico regional y mundial, resulta de suma importancia la visibilidad y acceso a su producción. Para esto las políticas editoriales deben tener su mira en la calidad de sus publicaciones y en una distribución selectiva, eficaz y multisectorial:

“La visibilidad constituye para las editoriales universitarias un enorme desafío, ya que se relaciona directamente con políticas de distribución comercial y no comercial, de difusión, y con otras herramientas para la ampliación de mercados, núcleos problemáticos de la industria editorial en general y de la edición universitaria en particular” (Aguilar, 2009: 21).

Esta calidad debe ser avalada por la inclusión en bases de datos, pero también debe socializarse mediante la misma comunidad científica: académicos y científicos deben transformarse en difusores mediante sus contactos personales y laborales y con la inclusión del producto universitario editado en sus actividades —eventos, presentaciones a estudiantes y en la prensa, etc.—, ya que la opinión de un

2. Lema de la Red de Revistas Científicas Latinoamericana y del Caribe, España y Portugal (Redalyc). Más información en: <https://www.redalyc.org/>.

especialista versado en una determinada materia asegura el interés del público. En tal sentido puede entenderse al profesor como público esencial y catador de la calidad del producto y, por ende, una suerte de difusor de las bondades y eventuales defectos de la publicación. Aquí las editoriales universitarias contribuyen con el acceso al conocimiento científico porque son capaces con sus publicaciones de acortar la distancia entre los estudiantes —y el público en general— y el investigador, logrando ser un puente de comunicación entre estos dos mundos (Ruiz, 2009).

La importancia de la editorial universitaria se evidencia en su papel de filtro y difusora del conocimiento científico. Es necesario tener presente que, debido al entorno editorial y la rapidez en el consumo y producción de la comunicación científica, la editorial universitaria no puede cumplir su función de propaladora de la ciencia académica si no tiene o si no toma en cuenta la visibilidad.

Ahora bien, de nada sirve poner a funcionar todas estas ideas si el canal fundamental de distribución editorial no funciona correctamente. Hace unos años el canje se erigía como herramienta fundamental de la popularización de la ciencia. La mayor parte de las publicaciones recibidas provenía de otras editoriales y centros universitarios; por tanto, esta modalidad, a decir de Ernesto Piñero, editor jefe de Ediciones Universidad de Camagüey, “es muy agradecida”, no sólo por los valores económicos, sino por la calidad y actualidad del conocimiento que se logra en este intercambio. Pero las nuevas tecnologías se han apoderado de la comunicación como de ningún otro aspecto de la vida actual. La web 2.0 y las redes sociales, entre otras, han implantado nuevos escenarios en los que deben funcionar los actores de la comunicación. Si antes el canje era realizado por la especialista en selección y adquisiciones de una biblioteca, hoy el trabajo de la comunicación de la ciencia:

“(…) no puede ser de una sola persona o de un solo medio de comunicación masiva, sino que debe llegar a todas las vías, soportes, medios y canales pertinentes con sistematicidad para poder obtener una educación científica capaz de ver por sí sola, en la que se rompa el aislamiento que existe entre ciencia y sociedad. De esta forma se va construyendo la imagen de la ciencia a través de los diferentes medios de comunicación masiva, que en dependencia de lo que emitan o no, será lo que tendrá en cuenta el público destinatario para dar una opinión adecuada o distorsionada del mensaje” (Roque y Cortés, 2013: 5).

Es decir: las tareas asociadas a la edición universitaria demandan cada vez más un alto grado de especialización y profesionalización. En América Latina, las editoriales universitarias representan el 5% del mundo editorial de la región, son las encargadas de la difusión del conocimiento científico, es desde allí donde llevan a cabo una labor importante en la popularización de la ciencia (Ruiz, 2009). Las bibliotecas deben participar en los procesos de distribución del producto editorial y pueden asegurar, además, la gestión de información para la investigación científica para la toma de decisiones de una estrategia de visibilidad científica institucional, o en la vigilancia tecnológica, además de los ya imprescindibles estudios métricos.

En los tiempos actuales la automatización, la información y la comunicación son un proceso medular, integrado y convergente capaz de elevar la riqueza material y cultural de un pueblo. Cuba lo tiene muy en cuenta y trata, en medio de las limitaciones económicas, de satisfacer estas demandas culturales y de desarrollo. Las bibliotecas de las universidades juegan un papel de gran importancia. Ante este panorama es válido preguntarnos: ¿deben las bibliotecas de la región colaborar en dar una mayor visibilidad de la ciencia en América Latina y el Caribe? No contar con una industria de la información o de organismos dedicados exclusivamente a este fin, si bien es una limitación, no excluye que las bibliotecas realicen un esfuerzo adicional a sus tradicionales labores en cuanto al libre acceso y a la popularización del conocimiento científico. Las bibliotecas tienen como principal función, o al menos así lo hemos asumido, prestar servicios a los usuarios que se acerquen a ellas, ya sea en forma presencial o remota, utilizando las posibilidades y oportunidades que la tecnología de la información nos ofrece.

Entonces, ¿dónde encuentra el investigador aquello que necesita con la calidad y rapidez requeridas? Es necesario que a nivel institucional se actualice constantemente el mecanismo de gestionar la información para los investigadores. La biblioteca y la editorial universitaria tienen que actualizar sus roles, eso no quiere decir que deban abandonar sus funciones tradicionales, sino simplemente atemperarse a la tecnología: hace veinte años el usuario llegaba a una biblioteca, pedía un libro e información sobre tal tema, y el bibliotecario asesoraba la búsqueda. Ahora es lo mismo, pero en otro escenario: el bibliotecario tiene que conocer dónde buscar la información en Internet de la misma manera en que conoce el catálogo de su sala.

164

El aumento de las publicaciones especializadas en manos de editoriales a las que hay que pagar para acceder a la información, unido a la reducción de presupuestos (Russell, 2007), ha transmitido la idea de crisis en las bibliotecas; estas circunstancias son ciertas, pero la biblioteca, al igual que la editorial universitaria, tiene que adaptarse al nuevo entorno tecnológico. Su papel fundamental está, pues, en gestionar la información para que la comunidad académica esté actualizada y tenga herramientas para acceder a la información y demás bienes culturales que necesita.

La gestión de la información ha sido pilar en la profesión del bibliotecario. Cómo organizarla de forma que esté disponible para apoyar los procesos de investigación y aprendizaje de nuestros estudiantes, investigadores y usuarios en general, ha sido un reto por mucho tiempo aún hoy perfectible en nuestra universidad. Tener nuestros fondos digitales disponibles en Internet y que cualquier usuario, donde sea que se encuentre, pueda acceder a ellos de forma abierta y se nutra del contenido científico que existe, ha sido un anhelo que puede concretarse al aprovechar las bondades que nos brinda Internet, que nos ha integrado a un verdadero mundo globalizado. Esto nos lleva directamente a la cuestión de la visibilidad.

2. Apostillas sobre la visibilidad de la ciencia

En Cuba existe una amplia producción científica cuya visibilidad aún es insuficiente, por lo que las editoriales de las casas de altos estudios están ligadas a este proceso

de producción de la ciencia en su fase de comunicación. De acuerdo con Basanta y García (2014), aunque ha aumentado el número de libros digitales, falta mucho en lo que a acceso se refiere, con excepción de Eduniv, la editorial universitaria del Ministerio de Educación Superior (MES). Además, los estudios sobre comercialización y consumo del libro universitario son escasos.

La gestión editorial universitaria responde a tres dimensiones: político-cultural, técnico-organizativa y empresarial-administrativa (Contreras, 2009). Es precisamente este último aspecto el que merece nuestra atención. Hacemos un oficio que en el exterior (editoriales comerciales) ha tenido desarrollo, éxito y especialización: no podemos desligarnos de nuestras raíces y obviar su estructura, procesos y funciones. Hay que aprender de las editoriales comerciales y articular los aspectos mencionados con la dinámica del escenario en el que estamos (en nuestra misión y visión). Numerosos estudios confirman la propuesta de que la editorial universitaria necesita parecerse lo más posible a editoriales comerciales para poder competir; en tal sentido volvemos sobre la necesidad de profesionalización: las competencias editoriales deben incluir conocimientos informacionales y de comercialización. Este aspecto resulta de vital importancia, pues si tenemos en cuenta que Cuba no tiene una industria de la información que incluya su producción —como hacen los grandes productores de inventarios, índices, catálogos y repertorios bibliográficos—, entonces es necesario que las instituciones científicas, las bases de datos y las bibliotecas y los centros de información científica, participen y apoyen en la proyección de la producción científica.

Otra razón que incide en la insatisfactoria actuación comercial es la ausencia de un sistema ágil y eficaz de información sobre las ventas de las editoriales universitarias a través de los canales (observatorios) que existen para ello (Laguardia, 2013).

Aunque la mayoría de los Centros de Educación Superior (CES) refleja en sus sitios web estructuras de comunicación de la ciencia, pocos son interactivas y contienen herramientas que ayudan al profesor o investigador, concepción muy alejada del modelo universitario de “e-universidad” (Finquelievich y Prince, 2005). Hoy los entes comunicadores de la ciencia tienen que trascender las competencias tradicionales; por ejemplo, el editor puede jugar un rol social más activo en foros, blogs, etc. La comunicación pública de la ciencia tiene que ser integrada a la planificación de las propias investigaciones y teniendo por base los presupuestos descritos por Aguilar (2012).

En 2016 tuvimos la oportunidad de participar en un taller multidisciplinario que tenía por objetivo identificar un problema que estuviera afectando el desarrollo de la ciencia nacional. Treinta especialistas de 12 instituciones académicas y de investigación trabajaron durante tres días en torno al hecho de que los procesos de comunicación de los resultados de la investigación en las Instituciones del Ministerio de Educación Superior tienen impacto limitado en las políticas nacionales de ciencia, innovación y desarrollo social. Allí se discutieron las causas, se plantearon objetivos y metas SMART (*specific, measurable, achievable, realistic, timed*) para solucionar tal situación desde varios enfoques: recursos, políticas y planificación, actitudes y cultura organizacional, conocimientos y habilidades, y colaboración. En principio estuvimos de acuerdo en

que el punto álgido de la ciencia cubana era su comunicación, no su desarrollo amén de limitaciones de recursos, y el aún insuficiente trabajo de colaboración en redes de conocimiento y determinación de nichos de investigación.

Desarrollar la ciencia como proyecto cultural de la nación, construir sus estructuras propias y hallar soluciones originales a los problemas específicos de la realidad han sido ideas rectoras de la política científico-tecnológica cubana como expresión de la política social. En medio de un escenario de restricciones económicas, la asignación de recursos para la ciencia y la tecnología ha sido socialmente justificada, y los objetivos a alcanzar seleccionados muy cuidadosamente (Falcón, Masías y Casado, 2008).

Existen problemas en la comunicación de la ciencia universitaria: investigaciones duplicadas, con pocas posibilidades de ser generalizadas, insuficiente colaboración institucional a nivel internacional, poca visibilidad internacional de los CES y de sus revistas.

3. ¿Cómo solventar esta situación desde la editorial universitaria?

Las universidades tienen dos procesos fundamentales: la docencia y la investigación. Ambos son considerados en la evaluación anual de los docentes y son, además, requisito indispensable para la obtención de grados científicos y académicos. Los avances de estas actividades deben tener como salida su socialización: principalmente, por medio de publicaciones. Con estas condiciones (de carácter obligatorio) para la creación de textos científicos, es de esperar una creciente visibilidad de la ciencia universitaria. Aparte de las condiciones tecnológicas y la baja conectividad, ¿qué otras particularidades del trabajo editorial inciden negativamente en la actual situación de la comunicación de la ciencia universitaria?³

El arbitraje es el talón de Aquiles de las revistas. Su gratificación puede ser variada, o a efectos de salario, tiempo, o evaluación, y en algunos casos lamentablemente puede ser incluso ninguna. En algunos escenarios los profesores lo incluyen en la evaluación como una cosa más, cuando en realidad da criterios de calidad, visibilidad y prestigio a la institución.

Los editores disponen de insuficientes espacios de comunicación e intercambio; también el panorama nacional adolece en estos momentos de opciones de capacitación. Estas carencias se resuelven de manera institucional, y en el mejor de los casos regional, a excepción de los salvadores eventos, cuyo número en torno al tema ha aumentado siguiendo la tendencia internacional. Es vital para una editorial universitaria tener lazos con otras editoriales de la misma rama, así como con las comerciales. En la edición universitaria, “lo urgente mata lo importante”. Para los

3. Algunas de estas ideas han resultado de intercambios con otros editores o trabajadores del sector y docentes implicados en el trabajo de las revistas.

editores en una universidad es importante dialogar y saber qué están haciendo otros editores. Esta urgencia se deriva de la misma esencia de la edición universitaria. No hay modelos; lo que haga el otro desde su perspectiva, con sus condiciones, presupuesto y conocimientos es algo que total o parcialmente puede ser aprovechado.

Las facultades, los directores y secretarios de revistas, y la editorial deben tener una unión indisoluble. Una revista no puede ser ni una persona, ni el fruto del entusiasmo del momento; en palabras de Piñero, es “como si a la facultad le hubiera nacido otra carrera, no es para dedicarle el tiempo que sobra”.

Algunos autores ven las normas de redacción del artículo, y de presentación de la bibliografía como puro formalismo innecesario que constantemente irrespetan, como si fuera una nimiedad y ellos no “tuvieran tiempo para eso”; no ven que, para un árbitro, estas irregularidades pueden atentar contra el criterio que se tenga de su seriedad investigativa.

Aunque afortunadamente las cuestiones aquí señaladas no son generalidad dentro de la comunidad universitaria, sí existen; por lo tanto, es imprescindible establecer competencias que faciliten la comunicación de la ciencia desde el pregrado, como lo hacen actualmente las estrategias curriculares. Debe existir una política editorial institucional, de allí se derivan las políticas de las revistas. Un tema neurálgico es la política editorial: muchas editoriales o revistas carecen de ella, así la toma de decisiones es circunstancial, no planificada, como debiera. Ahí es cuando, una vez más, lo urgente mata lo importante.

Pero indudablemente lo que más golpea la gestión editorial en una universidad es la carencia de cultura editorial. Cuando alguien pasa con un documento y lo da para que “le echés un revisión ahí”, en el más ingenuo de los casos; o te comente “eso es por si se me fue una falta de ortografía, pero ya lo revisaron los árbitros”; o docentes no asisten a de los talleres de publicación de artículos científicos porque “son doctores”. A todo el mundo le han rechazado un artículo alguna vez. ¿Qué tal si se dijera cómo reducir el riesgo de rechazo?

La edición, además de exigir cualidades profesionales, también requiere habilidades propias de un oficio: a un carpintero no se le pide doctorado para hacer el mueble. Es cierto que el editor universitario no puede divorciarse de procesos importantes del entorno en el que se desempeña: la obtención de categorías científicas o docentes es necesaria opción de superación profesional, de la misma forma en que un grado obtenido en otra área del conocimiento no es el único requisito que asegura la calidad de la edición.

Y así la lista puede seguir en dependencia de la institución y su atención a las publicaciones. No es un problema de estructuras, sino de atención. A veces el profesor está tan absorto en cuestiones docentes o investigativas que olvida planificar conscientemente su publicación, y apurado por cambiar de categoría o por publicar no elige la revista más acertada en cuanto a alcance, cobertura temática, periodicidad —o termina publicando en una editorial predatora.

A pesar de la existencia y propagación de los sistemas de gestión de información, las grandes bases de datos y los repositorios, el acceso al conocimiento científico tiene carencias que dificultan la visibilidad de la ciencia en las universidades cubanas. Según Arencibia (2010), en lo que se refiere a visibilidad, la Universidad de Camagüey estaba en el 16° lugar de las universidades cubanas en 2016. Además, “es evidente también el déficit de publicaciones en sitios de impacto que tiene la UC; aunque el número de publicaciones en grupo 1 de bases de datos de prestigio internacional se incrementó en un 6,41% desde del 2010 a 2013, sigue por debajo del 15% del total de publicaciones en bases de datos reconocidas por el MES” (Basanta y Pérez, 2014). Entonces, ¿qué hacer para contrarrestar esta situación?

Desde la editorial universitaria, como mediadora en el proceso de comunicación de la ciencia, se puede profesionalizar el área de difusión para ofrecer estudios de posgrado y talleres que den herramientas eficientes de comunicación científica (Cabrera *et al.*, 2016). En la actualidad científica internacional *online* —fuera de los marcos institucionales—, existe una tendencia a responsabilizar al individuo con procesos antiguamente realizados por profesionales de la edición o dispositivos editoriales: cada vez más se exige en Internet la autogestión, autoedición y autodivulgación de contenidos. Este escenario demanda docentes actualizados y con herramientas para realizar tales procesos.

El modelo de trabajo en Ediciones Universidad de Camagüey es sencillo: los consejos de redacción de las revistas, liderados por su director, funcionan en las facultades decidiendo la gestión, estructura formal y temática de cada número. El secretario de cada revista le entrega a su editor —trabajador de la editorial— los originales de autor y se les hacen las correcciones. Además, la editorial verifica la originalidad, el apego a las normas y otra serie de cuestiones que funcionan como valor agregado a los servicios editoriales, como por ejemplo diseñar las estrategias de indización o comunicación pública de sus contenidos para su posterior aprobación por el director de la revista. Se trabaja en unión monolítica con las revistas a las que se brinda servicios, al tiempo que se habla el mismo lenguaje en cuanto a roles y procesos, lo cual permite establecer estrategias que pueden ser generalizadas más fácilmente y así ahorrar tiempo.

168

Palabras finales

Existe el marco propicio para el desarrollo de investigaciones a nivel institucional que optimicen los procesos que influyen sobre la visibilidad de la Universidad de Camagüey. Las investigaciones sobre comunicación científica no pueden faltar en el quehacer editorial universitario. La relación entre ciencia, tecnología y sociedad es imprescindible a la hora de promocionar textos, identificar públicos, establecer pautas de distribución y posicionamiento. El camino es largo y es necesario recordar algunos principios que, por consabidos, a veces descuidamos:

- La edición es un proceso vital en cuanto que asegura la calidad de la comunicación de la ciencia que se produce en las universidades. Los nuevos cambios tecnológicos

y la celeridad de la comunicación han puesto en crisis los modelos comunicacionales tradicionales. En este escenario es necesario definir los procesos, roles y funciones del editor y promover un modelo de gestión editorial que permita atemperar al entorno tecnológico un oficio tan importante como antiguo.

- El acceso abierto es una forma de transferencia tecnológica que contrarresta los efectos nocivos de la globalización neoliberal. En este escenario, “cada vez son más los países que recomiendan o exigen, a través de la normativa oficial, el uso del AA en sus publicaciones científicas” (Sala y Núñez Pólcher, 2014).

- La editorial y la biblioteca son parte de los responsables institucionales que ejecutan las políticas de comunicación. De allí que sea necesario reforzar las competencias acordes a los nuevos retos que impone la visibilidad de la publicación científica hoy. Asimismo, es imprescindible que otras áreas de la universidad pueden integrarse a esa área de investigación cada vez más rica y seductora que es la comunicación de la ciencia y el libre acceso al conocimiento científico.

- Son las publicaciones el puente entre la universidad y la sociedad. De esta forma su prioridad, adecuada gestión y profesionalización garantizan la estabilidad de la institución en el mundo de las publicaciones científicas y su servicio a la comunidad local.

Bibliografía

AGUILAR, A. (2012): “Visibilidad en las editoriales universitarias: el encuentro con el lector”, Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre, La Plata. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1918/ev.1918.pdf.

AGUILAR, A. M. (2009): “Estrategias de visibilidad en la editorial universitaria”, *Tecnológica, universidad & empresa*, n° 32, pp. 19-23.

ÁLVAREZ, D. (2008): *Propuesta de un dispositivo editorial en la Universidad de Camagüey*, licenciatura en ciencias de la información, Universidad de Camagüey.

ARENCIBIA, R. (2010): “Visibilidad internacional de la ciencia y educación superior cubanas: desafíos del estudio de la producción científica”. Disponible en: <http://www.hera.ugr.es/tesisugr/19563784.pdf>.

BARRERE, R. (2010): *Información Científica, Tecnológica y de Innovación: Producción, dinámicas y actores*, disertación doctoral no publicada, Universidad Nacional de Quilmes.

BASANTA, Y. y GARCÍA, J. (2014): *Estrategia de visibilidad para Ediciones Universidad de Camagüey*, Universidad De Camagüey.

CABRERA, I., FERNÁNDEZ, N., PIÑERO, E., ÁLVAREZ, D. y CANCINO, A. (2016): “Difusión de la Investigación Científica en la Educación Superior”, *Publicando*, vol. 3, n° 6, pp. 274-286.

CONTRERAS, A. M. (2009): *Modelo de gestión de la calidad para editoriales universitarias*, tesis de maestría, Universidad Nacional experimental de Guyana.

DE SAGASTIZÁBAL, L. (2005): “El papel social del editor en la promoción de la lectura”, *Pensar en el libro*, n° 3, p. 5. Disponible en: <http://www.cerlalc.org>.

FALCÓN, Y., MACÍAS, M. E. y CASADO, I. (2008): “Consideraciones teóricas para el estudio de la dimensión institucional del desarrollo de la ciencia en Cuba”, *Humanidades Médicas*, vol. 8, n° 2-3. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-81202008000200012.

FINQUELIEVICH, S. Y y PRINCE, A. (2005): *Las universidades argentinas en la sociedad del conocimiento*, Buenos Aires, Telefónica Argentina.

GARCÍA, M. (2004): Definición y diagnóstico del sector editorial y propuesta de un servicio de publicaciones para la Universidad de PIURA, Universidad de Piura.

GOTHELF, R. (2004): “Visión general de las editoriales universitarias en América Latina”, *Seminario Internacional Las Editoriales Universitarias hacia el Siglo XXI*, América Latina y el Caribe, Buenos Aires.

GUIDO, L. (2010): *Tecnologías de información y comunicación, universidad y territorio*, Construcción de “campus virtuales” en Argentina, Universidad Nacional de Quilmes.

HERNÁNDEZ, N. y HORTA, L. (2009): *Las cátedras de cultura científica en la socialización del conocimiento*, La Habana, Editorial Félix Varela.

LAGUARDIA, J. (2013): *Actualidad de la industria editorial cubana y urgencias para el cambio*. Disponible en: <http://www.lajiribilla.cu/articulo/5049/actualidad-de-la-industria-editorial-cubana-y-urgencias-para-el-cambio.htm>.

RODRÍGUEZ, E. (2004): “Situación actual y perspectivas de las editoriales universitarias en Cuba”, *Seminario Internacional Las Editoriales Universitarias hacia el Siglo XXI*.

ROQUE-ARIAS, Y. y CORTÉS-SUÁREZ, L. (2013): “La comunicación pública de la ciencia y la tecnología. Experiencias en Santiago de Cuba”, *III Foro de Comunicación de las Ciencias*, 4 y 5 de junio, Universidad de la Habana.

RUIZ, L. (2009): *El papel de las editoriales universitarias como entes popularizadores de la ciencia y la tecnología en nuestros países*. Disponible en: http://www.latu.org.uy/espacio_ciencia/es/images/RedPop/ProdMateriales/M19.pdf.

RUSSELL, J. M. (2007): *La comunicación científica a comienzos del siglo XXI*. Disponible en: <https://www.oei.es/historico/salactsi/rusell.pdf>.<http://www.campus-oei.org/salactsi/rusell.pdf>.

SALA, H. E. y NÚÑEZ PÖLCHER, P. (2014): “Software Libre y Acceso Abierto: dos formas de transferencia de tecnología”, *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad —CTS*, vol. 9, n° 26, pp. 115-128.

SIERRA, J. A. (1991): *Manual de gestión y mercadeo para editoriales universitarias*. Santa Fe de Bogotá, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe.

TRÉSPIDI, M. Á. (2011): *Universidad nacional y comunicación institucional*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de Río Cuarto.

Cómo citar este artículo

FERNÁNDEZ RAMÍREZ, N., PIÑERO DE LAOSA, E. y MORALES CABRERA, I. (2020): “Los estudios CTS desde una perspectiva editorial”, *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad —CTS*, vol. 15, n° 44, pp. 153-171.