

Guía

para **PUBLICACIONES**

CIENTÍFICAS

**ICSU Press
Committee on Dissemination
of Scientific Information**

Publicado por el Consejo Internacional para la Ciencia (ICSU, International Council for
Science)
Boulevard de Montmorency 51, 75016 París, Francia.

© derechos reservados ICSU 1988, 1994, 1999

Primera edición en 1988 bajo el título de
Guidelines for Printing and Publishing

Traducción de
Daniella Ávila
(Alumna en Práctica Profesional del Instituto de Literatura y Ciencias del Lenguaje)
Bajo la supervisión de:
Profesora María Angélica Rojas (Instituto de Literatura y Ciencias del Lenguaje)
Señora Carmen Garcés (Subdirectora Sistema de Biblioteca)
Profesor Titular Graciela Muñoz (Miembro ICSU Press)
Universidad Católica de Valparaíso- CHILE

Todos los derechos reservados. Esta publicación no podrá ser reproducida sin el permiso
por escrito de la editorial. Sin embargo, el material contenido en los apéndices 2, 3 y 4
pueden ser reproducidos con el debido consentimiento y reconocimiento de la fuente,
siempre y cuando se notifique previamente al ICSU.

Traducción al español de la tercera edición original publicada en inglés en 1999 bajo el
título de *Guidelines for Scientific Publication*

ISBN: 0-930357-50-7

La publicación en español sólo está disponible en formato electrónico en el siguiente URL:
<<http://associnst.ox.ac.uk/~icsuinfo/SpGuidelines.htm>>.

Versión electrónica publicada el 14 de octubre de 2001. No existe edición impresa.

Contenidos

	Página
PREFACIO	9
Disponibilidad de la Guía	10
ICSU	10
ICSU Press	10
INASP	10
1. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Propósito y público al cual está dirigida la Guía	11
1.2 Cobertura de la Guía	11
1.3 Explicación del esquema de la Guía	12
2. ¿POR QUÉ PUBLICAR?	13
2.1 Comunicación de la ciencia	13
2.1.1 La responsabilidad especial de las sociedades científicas	13
2.1.2 Los idiomas de la ciencia	13
2.2 ¿Qué valor agrega la editorial?	14
2.2.1 Edición	14
2.2.2 Importancia de la revisión por pares	15
2.2.3 Organización de la revisión por pares	15
2.2.4 Revisión por pares “abierta”	15
2.2.5 Selección de artículos a publicar	16
2.2.6 Toma de decisiones	16
2.3 ¿Cómo una editorial puede colaborar mejor con la ciencia?	17
3. DESAFÍO DE LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA	18
3.1 Internet	18
3.1.1 Internet como estado del arte	18
3.1.2 Revistas online	18
3.1.3 Archivos	19
3.2 Costos	20

	Página	
3.3	Consecuencias editoriales	20
	3.3.1 Posibilidades del formato electrónico	20
	3.3.2 Impacto sobre el proceso de revisión	21
	3.3.3 Alcance de las revistas electrónicas	21
	3.3.4 Edición de libros online	22
3.4	Decisiones sobre el hosting	23
	3.4.1 Administración	23
	3.4.2 Ayuda de especialistas	24
3.5	Implicancias en la producción	24
	3.5.1 Solicitud de artículos en diskettes	24
	3.5.2 Formatos disponibles	24
	3.5.3 Creación de los formatos	25
	3.5.4 Importancia del cliente	25
	3.5.5 Costos	26
3.6	Posibilidades de marketing	26
	3.6.1 Ahorro de dinero	26
	3.6.2 Uso de listas de interés y correo electrónico	26
	3.6.3 Promoción “pasiva”	27
	3.6.4 Visibilidad del sitio web	27
	3.6.5 Copias de muestra	27
3.7	Estándares	28
	3.7.1 Información internacional disponible online	28
	3.7.2 Información nacional disponible online	28
	3.7.3 Identificador Digital de Objetos (DOI)	28
	3.7.4 Metadata	29
4.	OBTENCIÓN DE DERECHOS	30
4.1	Contratos	30
	4.1.1 Formalización	30
	4.1.2 Eventualidades	31
	4.1.3 Contrato con autores de libros	31
	4.1.4 Principios generales a los contratos	31
	4.1.5 Elementos comunes al contrato base	32
	4.1.6 Contrato con el editor de la revista	33
4.2	¿Qué derechos son realmente necesarios?	33

	Página	
4.2.1	Derechos y garantías	33
4.2.2	¿Derechos de autor o de publicación?	34
4.2.3	Excepciones a e insistencia sobre los acuerdos contractuales con los autores de una revista	34
4.2.4	Registro de derecho de autor	35
4.3	Uso de los derechos transferidos a la editorial	35
4.4	Licencias	36
4.4.1	Licencias de la información digital	36
4.4.2	Entrega de documentos electrónicos	36
4.4.3	Licencia centralizada	37
4.5	Derechos internacionales	37
4.6	Permisos	37
4.7	Procedimientos contractuales	38
5.	FINANCIAMIENTO BÁSICO DE UNA PUBLICACIÓN	39
5.1	¿Es el objetivo obtener un excedente?	39
5.2	Toma de decisiones	39
5.3	Flujo de caja y recaudación	40
5.3.1	Predicción del flujo de caja	40
5.3.2	Flujo de caja en la publicación de revistas	40
5.3.3	Flujo de caja en la publicación de libros	40
5.3.4	Recaudación de fondos	41
5.4	Divisas extranjeras	41
5.5	Personal	41
5.6	Fijación de precios	42
5.6.1	Evaluación de proyecciones	42
5.6.2	Fijación de precios para el mercado y control de costos	42
5.6.3	Anuncio de precios	43
5.7	Tiradas	43
6.	PRODUCCIÓN Y PRESENTACIÓN	45
6.1	La corrección	45
6.2	La elección y el trabajo con el proveedor	46
6.2.1	La importancia de la toma de decisiones	46

	Página	
6.2.2	Las funciones que pueden ser externas	46
6.2.3	La Interface	46
6.2.4	La especialización entre los proveedores	47
6.2.5	El trabajo con uno o varios proveedores	47
6.2.6	Cómo elegir un proveedor	47
6.2.7	Conocimiento y comunicación de lo que se necesita	48
6.2.8	El cobro de los proveedores	48
6.3	Presentación adecuada	49
6.3.1	El aspecto	49
6.3.2	Convenciones	49
6.4	Estándares y convenciones	50
6.4.1	El mejor método	50
6.4.2	Informaciones de importancia	50
6.4.3	Números estándares internacionales (ISSN, ISBN)	50
6.4.4	La catalogación en una publicación	51
6.4.5	El título	51
6.4.6	Las páginas de título y la cubiertas de un libro	51
6.4.7	Las páginas de título y las cubiertas de una revista	52
7.	INSTRUCCIONES PARA EL AUTOR	53
7.1	Cómo instruir	53
7.2	Formato	53
7.2.1	El uso de discos	53
7.2.2	Especificaciones	54
7.2.3	La utilización de resúmenes	54
7.3	Las ilustraciones	54
7.3.1	El manejo de las ilustraciones	54
7.3.2	Las fotografías en colores y en blanco y negro	55
7.4	Los derechos	55
8.	DISTRIBUCIÓN Y MARKETING	56
8.1	La venta y distribución	56
8.1.1	La realización y distribución de una revista	56
8.1.2	La distribución y representación de libros	57
8.1.3	Los directorios	57

	Página	
8.2	El cumplimiento del pedido	58
8.3	Promoción por correo directo	58
	8.3.1 Los costos	58
	8.3.2 Las listas de envío	59
	8.3.3 La redacción del material promocional	59
8.4	La publicidad	59
8.5	Las exhibiciones	60
8.6	El uso de intermediarios	60
8.7	Servicios de indización y resúmenes	61
	8.7.1 Promoción dirigida	61
	8.7.2 The Institute of Scientific Information	61
8.8	Las copias para revisión de libros	62
8.9	El depósito legal	62
9.	EL TRABAJO CON UN SOCIO	63
9.1	¿Por qué buscar un socio?	63
9.2	Definición de objetivos	63
	9.2.1 El trabajo en sociedad con una empresa/organización que no es una editorial	63
	9.2.2 Con o sin fines de lucro	64
	9.2.3 La calidad de la relación	64
9.3	Cómo elegir a un socio	65
	9.3.1 Definición de criterios	65
	9.3.2 Las actividades del socio potencial	65
	9.3.3 Acerca de la calidad de producción y la calendarización	66
	9.3.4 ¿Uno o varios socios?	66
9.4	El contrato con un socio	66
	9.4.1 Lo que cada parte aporta a la sociedad	66
	9.4.2 Tipos de disposiciones financieras	67
	9.4.3 Los acuerdos de comisión	67
	9.4.4 Los acuerdos de derecho de autor y de participación en los beneficios	67
	9.4.5 Otras consideraciones financieras	68
	9.4.6 Otras cláusulas contractuales	69
	9.4.7 Propiedad	69

	Página
9.4.8 El control editorial	69
9.4.9 Los derechos	69
9.4.10 Las políticas de la fijación de precios	70
9.4.11 Las obligaciones de los socios	70
9.4.12 Asuntos de producción	70
9.4.13 Asuntos de marketing	71
9.4.14 Aspectos legales	71
9.5 Disposiciones sobre la publicación electrónica	72
10. DIFUSIÓN DE LA CIENCIA POR TODO EL MUNDO	73
10.1 La misión de ICSU	73
10.2 La fundación de INASP	73
10.3 Los objetivos de INASP	73
10.4 Información acerca de INASP	74
10.4.1 Cómo obtener mayor información	74
10.4.2 Cómo obtener mayor información acerca de otras iniciativas relacionadas con INASP	74
10.5 Cursos de capacitación	75
APÉNDICE 1	76
Recomendaciones para autores científicos	
APÉNDICE 2	78
Contrato con el editor de una revista	
APÉNDICE 3	92
Transferencia de los derechos de autor de los artículos de una revista	
APÉNDICE 4	95
Formulario para obtener permiso para utilizar material protegido por los derechos de autor.	

PREFACIO

Esta tercera edición de la *Guía para Publicaciones Científicas* fue preparada por Anthony Watkinson mediante un contrato con ICSU, Committee on the Dissemination of Scientific Information.

Este contrato fue supervisado por un Comité Directivo cuyos miembros son:

Glyn Jones
Sally Morris
Dennis Shaw (presidente y editor)
Roger Elliot (correspondiente)
Howard Moore (correspondiente)

Al igual que en ediciones anteriores, estas directrices deben considerarse tanto como un intento de ayudar y orientar a la comunidad ICSU y a otros científicos como también una invitación a compartir sus experiencias con ICSU Press para el beneficio de la comunidad científica. La forma de la publicación científica ha cambiado substancialmente desde la preparación de la segunda edición a comienzos de la década del noventa producto del rápido desarrollo de medios electrónicos digitales para el almacenamiento y la transmisión de la información. El ICSU Press Committee ha seguido estos cambios desde el principio y esta tercera edición se presenta como parte del proceso de informar y orientar a la comunidad científica. Esta Guía no pretende ser normativa o exhaustiva y no refleja necesariamente el pensamiento de ICSU en detalle, aunque sí la intención es que esté en concordancia con la política de ICSU.

Son bienvenidos comentarios y sugerencias los que deben enviarse al Dr. Dennis Shaw en Keble College, Universidad de Oxford, OX1 3PG, Reino Unido. (e-mail: dennis.shaw@keb.ox.ac.uk). El ICSU, Committee on the Dissemination of Scientific Information, considerará estos comentarios y la versión online del manual será actualizada anualmente.

Disponibilidad de la Guía

La Guía se encuentra disponible en papel en la Secretaría de ICSU en Boulevard de Montmorency 51, 75016 París, Francia. Existe un pequeño recargo (US\$10.00) para cubrir los gastos de envío. También se encuentran disponibles online sin costo alguno en el sitio web de ICSU Press [associnst.ox.ac.uk/~icsuinfo/]. El propósito es que la versión online se mantenga actualizada para reflejar los rápidos cambios en los procedimientos de publicación y de nuevas publicaciones, especialmente de aquellas online.

ICSU

En 1998 se cambió el nombre de International Council of Scientific Unions por International Council for Science. Se ha mantenido la abreviación (ICSU) y su objetivo sigue siendo los mismos. ICSU existe desde 1931 para representar a la ciencia a nivel internacional, para tratar asuntos de interés común para los científicos de todo el mundo y para crear organismos y programas interdisciplinarios que trascienden la compartimentación de la ciencia. El sitio web [www.icsu.org] entrega información completa y nombres de personas con quien contactarse, direcciones de secretaría, miembros del comité y de las organizaciones afiliadas. Otros sitios útiles con vínculos pertinentes son el de la Society for Scholarly Publishing (USA) en www.sspnet.org/ y la Association of Learned and Professional Society Publishers (Reino Unido) en www.alpsp.org.uk/.

ICSU Press

ICSU Press es el sello editorial del Committee on Dissemination of Scientific Information de ICSU. Se encarga de asesorar a la comunidad ICSU sobre las publicaciones científicas, los nuevos desarrollos en tecnología de la información, el acceso a datos e información y asuntos legales pertinentes. Se puede encontrar mayor información sobre sus actividades en el sitio web ya mencionado. Esta Guía es parte de su función asesora.

INASP

Los términos de referencia de ICSU Press también presta especial atención a las necesidades de los científicos en los países en vías de desarrollo. La International Network for the Availability of Scientific Publications es una iniciativa respaldada por ICSU. En el capítulo 10, se entrega mayor información acerca de INASP, de iniciativas similares y de la disponibilidad internacional de publicaciones científicas mundiales.

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

Esta Guía se ha realizado principalmente para la “familia” ICSU, aunque se espera que sea de utilidad a otras personas relacionadas con la comunicación de la ciencia. Esta idea se desarrolla en la siguiente sección.

1.1 Propósito y público al cual está dirigida la Guía

El objetivo de estas directrices es entregar una guía general para las sociedades científicas que deseen publicar, ya sea participando como su propia editorial o trabajando en sociedad. La hipótesis general es que una sociedad científica, que puede obtener una ayuda eficaz de una oferta como ésta, es relativamente pequeña e incapaz de mantener personal especializado en las distintas funciones de publicación. Casi todo el contenido del documento es importante tanto para una editorial universitaria u otro organismo sin fines de lucro como para una sociedad científica y el término “sociedad científica” incluye estas otras organizaciones. Se sabe que los científicos que utilizan Internet también tendrán acceso a esta guía, y, por tanto, el Apéndice 1 les entrega algunos consejos.

1.2 Cobertura de la Guía

Se enfatiza que la ayuda es selectiva y no exhaustiva. Además es sabido que las prácticas difieren en cada disciplina y en cada país y, donde existe incertidumbre acerca de las convenciones o prácticas a seguir, se recomienda ponerse en contacto con una institución internacional de mayor importancia para obtener asesoría. Sus direcciones y vínculos a sus sitios web se encuentran disponibles en el sitio web de ICSU ya mencionado en el prefacio y en el anuario *ICSU Year Book* (disponible online en www.icsu.org). A menudo se hace referencia a los recursos en Internet, los que deberían reflejar los cambios, a diferencia de las fuentes impresas. Aspectos de la publicación se encuentran disponibles en varios textos y en varios idiomas. En lo que respecta a revistas académicas, se destaca el *Journal publishing* de Gillian Page, Robert Campbell y Jack Meadows, Cambridge University Press (1997).

1.3 Explicación del esquema de la Guía

Esta Guía está dirigida tanto a sociedades que desean ser su propia editorial y como a aquellos que prefieren trabajar con un socio. La mayor parte del contenido está enfocado hacia aquellos que toman la primera opción (capítulos 5-8) mientras que el capítulo siguiente (9) trata específicamente la relación con el socio. Los capítulos introductorios que tratan el desarrollo del programa de la publicación (2), la elección del medio en el que se expresará y entregará el contenido (3), y los derechos que deben asegurarse (4) también se refieren al trabajo con un socio. Sin embargo, estos capítulos son tan importantes como el uso de una lista de control al trabajar en sociedad.

Desde que fue escrita la última edición, Internet ha adquirido una gran importancia que es cada vez mayor para la comunicación de la ciencia. En el capítulo 3 da una detallada explicación acerca de lo que significa para la editorial poner el contenido online y en lo que resta de esta guía la disponibilidad online siempre estará presente. Además, en toda la guía y en cada capítulo se tratan por separado las distintas prácticas en relación a la publicación de libros y de revistas, que difieren en los procedimientos y en la clientela. A veces estas diferencias son importantes y se proyectan, en gran medida, al medio electrónico. Finalmente, el capítulo 10, antes del primer apéndice dirigido específicamente a los científicos, menciona el flujo de los descubrimientos científicos en el mundo, ya sea en el trabajo de los países desarrollados que llega a los países en vías de desarrollo o como los científicos de estos países que difunden sus descubrimientos a sus colegas de economías más desarrolladas. Existen otros tres apéndices que tienen como propósito entregar un desarrollo práctico de algunas de las descripciones de las secciones.

CAPITULO 2

¿POR QUÉ PUBLICAR?

En realidad, esto implica dos preguntas: por qué actuar de manera apropiada como editorial y por qué trabajar con una editorial. La siguiente sección se centra principalmente en por qué una sociedad científica podría de manera apropiada actuar como editorial tanto en términos generales como específicos. Es importante para las instituciones que trabajan en sociedad así como también para aquellas que publican por sí solas. La sección es importante en gran medida en el caso anterior, ya que el eventual socio deseará tener claridad en la toma de decisiones de la publicación o estar directamente involucrado en ellas. En segundo lugar, este capítulo menciona la pregunta de por qué un científico que trabaja por cuenta propia iría a una editorial, que también se trata brevemente en el Apéndice 1. Además, se plantea en forma escueta el papel de la editorial y por qué una sociedad científica podría perfectamente asumir este papel.

2.1 Comunicación de la ciencia

2.1.1 La responsabilidad especial de las sociedades científicas

Dejando a un lado las preguntas de “negocios” que se mencionan en el capítulo 5, la respuesta a la pregunta “¿por qué publicar?” es que el propósito de la sociedad científica que actúa como su propia editorial es “comunicar la ciencia”. Se podría sostener que comunicar es una parte intrínseca del papel de la sociedad científica; de hecho varias sociedades tienen este rol instituido en su misión y poseen a menudo una vasta experiencia en publicaciones. La implicancia es que es probable que una sociedad científica que actúa como editorial cumpla este papel intrínsecamente, mientras que la editorial comercial recibe capital o genera ingresos que podrían ser empleados en su totalidad en otra área comercial, donde se perciben mejores oportunidades para obtener mayores ganancias.

2.1.2 Los idiomas de la ciencia

La comunicación puede implicar comunicar la investigación o utilizar el conocimiento para enseñar, puede ser tanto nacional como internacional y obviamente no necesita ser en el idioma inglés, aunque en esta guía, se asume el inglés como el idioma de la ciencia. Sin embargo, en partes específicas del texto habrá algunas referencias de publicaciones importantes en otros idiomas, especialmente en español; es de esperar que esto vaya en aumento. La cantidad de literatura científica nacional emergente en otros idiomas varía de

disciplina en disciplina. Donde existe y especialmente donde se encuentra una gran cantidad de gente trabajando en idiomas principales como el ruso o el chino, generalmente existen servicios de traducción reconocidos que permiten la comunicación de ambas formas: del inglés y al inglés. En tales circunstancias las sociedades científicas, a veces en colaboración con los socios de la publicación, organizan traducciones. Tales traducciones necesitan ser consideradas del mismo modo que otras oportunidades de publicaciones.

2.2 ¿Qué valor agrega la editorial?

Una editorial agrega valor. La editorial reúne la edición, producción, marketing y distribución. El total control es importante, aunque no tiene importancia en este contexto si algunas de las funciones son o no externas. El nombre de la editorial entrega una garantía de calidad, que es posible que el lector reconozca. En el caso de las revistas es el título de la propia revista que es reconocido por el lector. La revista es la “envoltura” de cada uno de los artículos.

2.2.1 Edición

La función editorial es central. El término “editor” es difícil traducir del inglés. Puede implicar el editor “académico” quien organiza la revisión por pares y quien toma las decisiones de aceptación; una persona responsable de encomendar y organizar el programa de la publicación; o alguien interno que se encargue del proceso de producción (editor de producción) o que sea responsable de corregir los “manuscritos” ya sean impresos o electrónicos (subeditor o editor). Para complicar más las cosas, un papel “editorial” importante y adicional implica poder hacer cambios importantes en el texto. Esto puede suceder ya sea “puliendo” el idioma, para los científicos que no trabajan con su lengua materna o “desarrollando” el texto para hacerlo más claro o adecuado para el propósito, siendo esto muy importante en la publicación de textos de estudio. Varias editoriales de sociedades científicas combinan algunas de estas funciones y de hecho parte del valor particular de las publicaciones de las sociedades académicas es que éstas contratan a especialistas académicos quienes actúan como editores “académicos” o respaldan a los editores “académicos” desde una posición de conocimiento importante del tema. La corrección, que puede que sea parte del papel de ese equipo, se desarrolla extensamente más adelante como parte del proceso de producción ya que también necesita una mayor definición.

2.2.2 Importancia de la revisión por pares

La revisión por pares es fundamental en la función editorial. La calidad de lo que es publicado depende de la evaluación de la “universidad invisible” a la que pertenece el autor para que someta a consideración lo que él ha escrito. El trabajo del “evaluador” o “referee” (ambos términos se utilizan en esta guía), por lo general, no es pagado, pero es una parte esencial de la comunicación científica. Es posible que la editorial no se encuentre directamente involucrada, pero es parte importante de la tarea de la editorial el asegurarse que la revisión por pares se lleve a cabo apropiadamente y, si es necesario, que sea sustentada económicamente. Se puede pedir a la editorial que apoye el proceso de revisión con software (para tener seguimiento de los artículos) o que proporcione servicios de sitios web (casillas ftp) si el grupo editorial desea hacer uso completo del correo electrónico para acelerar la revisión.

2.2.3 Organización de la revisión por pares

La sociedad científica que actúa como editorial ocupa un lugar privilegiado para lograr la colaboración de expertos nacionales o internacionales para esta tarea. Existen varias formas de organizar la revisión por pares. Tradicionalmente, un libro o un artículo de una revista es revisado por un número de académicos de la misma área del autor. Sus opiniones son transmitidas al editor correspondiente y luego se le transmiten al autor de forma anónima. Puede que el resultado sea una recomendación para ser aceptada, después de una revisión o para ser rechazada. Es importante enfatizar que los evaluadores deben aconsejar y no decidir. La experiencia de las editoriales de revistas señala que es mejor tener un editor o un grupo de editores, los que deciden qué se acepta o rechaza y que se encuentran capacitados para identificar los artículos potencialmente importantes (o descartar los de menor relevancia) dentro del gran número de propuestas sometidas a revisión. Para las sociedades científicas la elección de tales editores puede marcar una gran diferencia para el éxito de una revista. Este mismo principio es importante para la organización de una serie de un libro.

2.2.4 Revisión por pares “abierta”

Es usual que los comentarios de los revisores o evaluadores sean transmitidos al autor sin revelar la identidad de la fuente. Si existen críticas fuertes, es posible que los autores se molesten e insistan con vehemencia en conocer la fuente. Las modificaciones o variaciones en el proceso incluyen la elección por parte del autor (o por lo menos la recomendación) de los nombres de los evaluadores apropiados, una “revisión ciega” donde el nombre del autor

se resguarda de los evaluadores pensando en cómo eliminar la subjetividad o una revisión completamente abierta. La revisión abierta implica que los nombres de los evaluadores se encuentren disponibles para el autor, y, si se quiere, lograr contacto directo entre el autor y el evaluador. La revisión abierta se ha extendido al medio online y en algunos casos el material presentado se pone a disposición en sitios web abiertos para que cualquier persona que acceda al sitio pueda comentar o hacer una crítica. La idea es que este proceso conlleve a una revisión exhaustiva y que se obtenga el mejor resultado. En la mayoría de las disciplinas no ha habido mucho entusiasmo por la crítica abierta online, excepto entre algunas comunidades de la física.

2.2.5 Selección de artículos a publicar

El proceso de selección organiza aquellos artículos y libros que merecen ser publicados de los que no. Conduce a una validación, un sello de aprobación indicado por una aceptación por parte de la editorial, que es fundamental para hacer posible el progreso científico. Los científicos no pueden leer todo el material que se ha escrito en sus áreas y necesitan ser capaces de confiar en las opiniones del grupo editor. La posibilidad de confiar en tales opiniones es incluso más importante ahora que existe tanta información disponible online. Es sólo una pero la más importante de las funciones organizativas de las editoriales, que se analiza a continuación.

2.2.6 Toma de decisiones

Las editoriales también deben tomar decisiones basadas en la posibilidad que tiene el libro o revista de vender copias suficientes para que sean viables desde el punto de vista financiero (ver capítulo 5, financiamiento de la publicación). Sería bueno si existiese un vínculo directo entre la calidad, como se estableció en los procedimientos de revisión, y las ventas; pero no existe. Es difícil vender varias copias de un libro u obtener muchos suscriptores a una revista si la calidad no es lo suficientemente buena, pero lo opuesto no es verdad; no todos los libros y las revistas buenos venden. Las editoriales de las sociedades científicas deben tomar con seriedad el marketing y éste implica un conocimiento de las conductas de mercado y sus demandas.

Desafortunadamente, por lo general no existe una manera en que la editorial pueda emitir un juicio serio acerca de la posibilidad de venta de un libro o de una revista, a no ser que sea guiada por la experiencia de publicaciones anteriores similares. No siempre es fácil

encontrar una publicación lo suficientemente similar en una lista pequeña para que se llegue a alguna conclusión. Sin embargo, las sociedades académicas sí tienen la ventaja de contar con miembros con una vasta experiencia en conocer las necesidades de sus pares. Los grupos de interés y la investigación proactiva de lo que quiere el mercado es por lo general un gasto excesivo, pero un sondeo acertado en un grupo importante de sus miembros podría ser indicador del posible interés del mercado.

2.3 ¿Cómo una editorial puede colaborar mejor con la ciencia?

La sociedad científica en su papel de editorial puede hacer un buen aporte a la ciencia haciendo lo que mejor sabe hacer. Su fuerza radica en el hecho que representa una disciplina. En la mayoría de los casos, sería difícil sostener que las sociedades científicas se encuentran mejor preparadas para llegar al público. Las conocidas publicaciones comerciales son difíciles de acometer exitosamente sin emplear o sin la participación de personal promocional altamente capacitado familiarizado con las técnicas avanzadas de marketing y de un equipo de representantes que se relacionen con los vendedores de libros. Las revistas de actualidad son igualmente difíciles de tratar. Por lo tanto, esta Guía no hará referencia a las prácticas especiales de publicaciones con fines comerciales. Las editoriales de las sociedades científicas, debido a la autoridad que pueden aportar en esta labor, tienen una particular ventaja en la publicación científica. La publicación de una revista debidamente revisada y producida puede favorecer a la comunidad científica local. A veces, las actas de un simposio que tratan la investigación importante, pero especializada; por ejemplo, una enfermedad específica de importancia local, se encontrarán disponibles sólo mediante el patrocinio y la ayuda financiera de la sociedad científica.

CAPÍTULO 3

DESAFÍO DE LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA

La necesidad de decidir sobre un medio de comunicación, si debería publicarse en forma impresa o electrónica o ambas, es reciente. El papel de las editoriales debe ser poner a disposición y entregar lo que publican en la manera que mejor se adecue a la recepción y acceso al público al que va dirigido. La decisión se debe tomar en base a este principio.

Este capítulo trata la decisión de si se publica sólo electrónicamente o en combinación con una publicación impresa. Con énfasis en el caso de las revistas.

3.1 Internet

3.1.1 Internet como estado del arte.

Desde la última edición de esta Guía, se produjo el desarrollo de Internet, especialmente con el surgimiento de la World Wide Web, la cual ha sido el gran cambio que ha impactado la práctica y las potencialidades de las publicaciones y que podría considerarse como el cambio más grande desde la invención de la imprenta. La impresión ya no es el único medio para la publicación académica. En 1994, cuando se preparó esta última edición, la publicación electrónica se limitaba casi completamente a poner información en un CD ROM o quizás a la inclusión de un disco en un libro. La entrega de datos en esta forma aún es útil, pero hoy en día se rechaza el CD ROM como una forma de publicación de información primaria. En la actualidad, la publicación electrónica implica considerar a la World Wide Web como una alternativa seria o adicional a la publicación impresa.

3.1.2 Revistas online

Internet es mucho más importante para la publicación de revistas que para la publicación de libros. A continuación, se debe hacer distinciones entre las revistas solamente electrónicas donde no existe una versión impresa, las revistas impresas que también están disponibles de forma electrónica idéntica, y las revistas que tienen una versión impresa y otra electrónica que difieren. Se ha intentado adoptar una terminología que distinga a estos tres tipos de publicación pero, como esto aún no es reconocido, en general no se utiliza en esta Guía. Aunque a comienzos de 1999 se estimó que sólo un pequeño porcentaje de todas las revistas académicas a la venta tenía versiones online o eran completamente electrónicas, en la actualidad, la mayoría de los títulos de corriente principal tiene versiones electrónicas. La

tendencia es que estas versiones comienzan a diferir de las versiones impresas. Las revistas sólo con versión electrónica han surgido más lentamente de lo previsto. Para un enfoque optimista, vale la pena examinar los escritos de Peter Boyce en el sitio web de la American Astronomical Society (www.aas.org). Esta sociedad publica revistas electrónicas que son versiones normativas en que el contenido online mejorado representa la publicación definitiva mientras una versión impresa opcional es considerada como una selección reducida del mensaje completo. Es parte de una política con visión de futuro que resulta de una gran reflexión durante un lapso de tiempo y que parece haber recibido la aprobación de los miembros (o autores). Existen características especiales de la comunidad astronómica que sí ayudan, pero el éxito general es impresionante; ¿es esto importante para todas las disciplinas? Las sociedades de algunos países en vías de desarrollo han encontrado que es preferible el medio online de modo que se pueda llegar al público internacional. La INASP ha participado activamente para facilitar este desarrollo. Se debe hacer mención especial al *Electronic Journal Publishing: A Reader* (ver oneworld.org/inasp/psi/ejp/preface.html). En un ensayo introductorio, Sally Morris entrega una excelente guía con los pro y contra de la publicación de revistas electrónicas y una lista de control de las decisiones. A menudo se sostiene que las revistas sólo en versión electrónica son más fáciles y económicas de producir y pueden llegar a más lectores y de manera más rápida. Estas afirmaciones son acertadas, pero también existe una desventaja que será estudiada a continuación. Además de estas ventajas también existen necesidades que se deben tomar en cuenta; la mayor funcionalidad que proporciona Internet es que puede permitir un mensaje más sofisticado, exhaustivo y útil para que sea entregado entre científicos.

3.1.3 Archivos

Uno de los elementos disuasivos para los autores científicos al enviar sus trabajos a las revistas que poseen sólo versión electrónica tiene que ver con el archivar. Las publicaciones impresas han sido almacenadas tradicionalmente por las bibliotecas nacionales y en varios países se están desarrollando para archivar también el patrimonio electrónico nacional. Algunas sociedades científicas se han comprometido a mantener un archivo de sus propias publicaciones preparadas en un medio electrónico. Sin embargo, estas iniciativas todavía no están completamente desarrolladas y en algunos países no son factibles. Para mayor información vea www.icsti.org, el sitio web del International Council for Scientific and Technical Information que es miembro de ICSU.

3.2 Costos

Existe una gran cantidad de información acerca de costos en el medio electrónico que está bien resumida en el taller de ICSU Press realizado en Oxford en la primavera de 1998 y se encuentra disponible en el sitio web de ICSU Press. La percepción general es que es significativamente más costoso publicar revistas tanto en versiones impresas como electrónicas, que publicar en uno solo de estos dos medios, pero es más económico publicar sólo en versión online que en versión impresa. Sin embargo, la diferencia es menor de lo que opinan algunos. La mayor parte de los costos de publicación de una revista se realizan antes que se imprima una copia y la diferencia en los costos, entre sólo las versiones electrónicas e impresa, se encuentra en los ahorros en impresión y distribución. Otro punto importante tiene relación con los costos de mantención de la infraestructura. Los costos de la mantención de un servidor, incluyendo los costos del personal técnico que mantiene y explota su potencial, deben ser considerados para cualquier cálculo de costo. Además, si la revista es vendida en vez de hacerla circular en forma gratuita, el acceso debe ser controlado de modo que sólo aquellos que han pagado puedan bajar el contenido; los sistemas de administración para el control del acceso no son baratos de instalar y mantener.

3.3 Consecuencias editoriales

Aquí el énfasis se encuentra en algunos de los cambios editoriales que ocasionan las publicaciones electrónicas de revistas y también de libros (ver sección 3.3.4) y que no son tratados en ninguna parte de esta guía. El objetivo es presentar los problemas (que se pasan por alto fácilmente), pero no dejar de fomentar las iniciativas. Los derechos se tratan en el capítulo 4.

3.3.1 Posibilidades del formato electrónico

El contenido de una revista puede ser el mismo que el contenido de la “misma” revista online, lo que significa, por ejemplo, que no existe la necesidad de cambiar los procesos de revisión por pares, aunque éstos se pueden hacer más expeditos. Sin embargo, una versión online puede llevar ilustraciones adicionales, color, cuya impresión es demasiado costosa, e ilustraciones dinámicas tales como estructuras en rotación. En especial, los vínculos del hipertexto son posibles desde las referencias en el texto y en algunos sistemas al final de un artículo, a un resumen de aquel artículo en una base de datos secundaria y a través de esta

entrada, al texto completo del artículo. El vínculo puede ser ya sea dentro de la misma revista o dentro de las revistas o libros publicados por la misma editorial o, en caso de acuerdos, a través de una variedad de revistas. Se puede sostener que la “vinculación” es la contribución más importante hecha por la publicación online a la comunicación científica.

3.3.2 Impacto sobre el proceso de revisión

Las oportunidades presentadas por la explotación de la funcionalidad de Internet generan nuevos problemas que no son sólo un asunto de incremento de costos. Existe la diferencia que hacen los tipos adicionales de contenido al proceso de revisión. Si un elemento “dinámico”, un objeto electrónico, es parte del artículo se debe tratar y evaluar como tal; las editoriales sólo ahora están aprendiendo cómo manejar esto. Por lo menos una sociedad científica editora importante no aceptará el envío de un artículo que contenga vínculos a un material adicional no evaluado que se encuentra en el sitio web del autor. Si es parte del artículo, se debe proteger y archivar el contenido adicional (ver sección 3.1.3). Se ha hecho mención a la afirmación de que los artículos de las revistas se pueden distribuir más rápido online que impresos. También se puede señalar que la gran demora para la mayoría de las revistas se encuentra entre el envío y la aceptación y no entre la aceptación y la publicación. El uso de correo electrónico para comunicarse entre evaluadores y grupo editorial, y una política que exija que los archivos electrónicos de los autores sean dispuestos en un sitio ftp accesible sólo para los evaluadores, puede acelerar el proceso de revisión en cierta medida. Sin embargo, no puede crear tiempo adicional en la atareadas vidas de quienes realizan el trabajo. Las editoriales siempre deben insistir para que los evaluadores den prioridad al trabajo que se les está pidiendo realizar para una revista. También se pueden producir problemas si los artículos se disponen online durante el proceso de evaluación. Generalmente, no pueden llevar los números de las páginas y, por lo tanto, no se pueden citar. Además puede que sean retirados antes que queden disponibles impresos. Varias editoriales que poseen versiones online de revistas impresas ponen los artículos online sólo cuando el ejemplar en cuestión ha ido a la prensa.

3.3.3 Alcance de las revistas electrónicas

No obstante existe mucha conmoción en la difusión de las revistas electrónicas especialmente si el aspecto económico de la editorial les permite que se difundan sin costo alguno para cualquier interesado en el mundo. En varios países en vías de desarrollo, los editores de publicaciones secundarias no hacen referencia a las revistas publicadas por las sociedades científicas, aunque su revisión es rigurosa y su producción es de un alto nivel de

calidad y cuando consideran sus artículos tienden a ser citados incorrectamente. Es un error considerar que Internet permite que una publicación se tome más en cuenta. El acceso a la revista va a ser más fácil si se informa a la comunidad de usuarios que está disponible online en forma gratuita (tales como los medios mencionados en la sección 3.6). Incluso cuando la revista es pagada, ésta puede quedar disponible online para todos los investigadores una vez que se haya recibido en la biblioteca la versión impresa, y así ser llevada al escritorio de cada investigador atendido por aquella biblioteca. Comúnmente, la desventaja es la falta de prestigio. El medio electrónico está asociado con la información poco confiable, y hoy en día es difícil que revistas online evaluadas por pares puedan atraer a autores. Las dificultades ya mencionadas del almacenamiento de revistas sólo electrónicas (o versiones electrónicas diferentes) se señala a continuación como la razón principal de la falta de confianza de la comunidad científica, pero es posible que se trate más de una posición conservadora.

3.3.4 Edición de libros online

Las editoriales pueden confundirse con los conceptos de “multimedia” o “media neutral”, de los que se habla mucho. Lo que significa publicar libros en más de un medio necesita ser analizado detenidamente para no tomar decisiones erradas. Hasta ahora, muy poco material de libros ha sido puesto online. Es sencillo poner un texto online sin alteraciones, pero ¿quién desea bajar un libro completo? Existe plena evidencia que los científicos no quieren leer en otra forma que no sea buscar y leer rápidamente en una pantalla. Ha habido intentos de proporcionar capítulos de libros de texto que se pueden extraer e incorporar para realizar un nuevo libro adaptado para la necesidad de los usuarios tanto para el medio impreso como para el medio electrónico. Esto no ha tenido muy buen resultado en parte debido a que el material que se utiliza de este modo debe ser escrito utilizando un enfoque distinto (por ejemplo, haciendo cada capítulo independiente y no remitido a otros capítulos) para que el libro resultante funcione como una entidad. Algunos capítulos individuales también están siendo puestos a disposición como artículos de revistas; algunas de las objeciones ya mencionadas se aplican aquí también. Para proporcionar material instructivo en un formato electrónico para que sea leído online implica el uso de las posibilidades que ofrece oportunidades Internet para que los distintos “hilos” que permiten un argumento se desarrollen en una forma no lineal. Esto demanda bastante orientación editorial para el autor, quien tiene que visualizar un avance de las distintas estructuras. El contenido más fácil de un libro para hacerlo disponible electrónicamente, además de un formato impreso, es material de referencia o enciclopédico donde las entradas online son ítems

independientes que pueden; sin embargo, hacer uso de la funcionalidad de Internet mencionada en el tema de las revistas.

3.4 Decisiones sobre el hosting

El término “hosting” se refiere al acto de poner en un sitio web cualquier contenido ya sea sólo promocional o que incluya publicaciones que la editorial desea incluir online. Una editorial puede realizar el trabajo solo o puede trabajar con otra.

3.4.1 Administración

Es bastante barato definir un sitio web y el costo de memoria está descendiendo constantemente y ya se encuentra en una etapa en donde no es una barrera el incorporar gran cantidad de material. El problema principal yace en tratar de administrar el servidor, para hacer posible el ubicar y obtener lo que se precisa, para posibilitar la navegación desde el buscador al contenido, pero sobre todo para administrar el acceso, el cual es crucial si las publicaciones respectivas son consideradas como una fuente de ingresos. No se puede obtener ganancias de las publicaciones online a menos que se controle el acceso, para que sólo aquellos que han pagado puedan acceder y bajar una revista o un libro, un artículo o un capítulo. Este planteamiento es válido tanto para las revistas como para los libros. Los sistemas de administración son onerosos y numerosas editoriales ha sufrido financieramente por los compromisos adquiridos con sistemas particulares que no entregaron lo prometido. El hecho que las preferencias de las bibliotecas están cambiando, en lo que respecta al hacer disponible las revistas para sus comunidades complica las decisiones relacionadas con el control del acceso. Hace un año más o menos, las bibliotecas estaban dispuestas, aunque reacias, a administrar passwords. Ahora prefieren que el sistema de administración de la editorial reconozca una variedad de direcciones IP (número de identificación para una máquina individual) con passwords sólo utilizados para que tengan acceso los usuarios que se encuentran fuera de la institución o de vacaciones. Más recientemente, los bibliotecarios están comenzando a encontrar las direcciones IP fastidiosas para trabajar y se están desarrollando nuevos sistemas que la editorial tiene que conocer. Las editoriales no pueden ignorar las formas en que su público utiliza la tecnología disponible si desean llegar a un mayor número de usuarios.

3.4.2 Ayuda de especialistas

Puede ser posible obtener ayuda o respaldo desde el servicio computacional de una universidad local. Existen algunas fuentes particularmente útiles de información disponible online en las páginas de ayuda de algunas universidades importantes. Sin embargo, generalmente es preferible acudir a un empresa u organización especializada, que son cada vez más numerosas, si la publicación online es vista como un proposición seria y como una fuente de ingresos. Algunos de estos especialistas ofrecen ayuda, algunas ofrecen la gestión del hosting por un costo y algunas pueden proporcionar el control de acceso para el contenido presentado en el sitio de la editorial. En especial INASP e ICSU Press pueden ser capaces de orientar estas solicitudes.

3.5 Implicancias en la producción

3.5.1 Solicitud de artículos en diskettes

En varias disciplinas es posible solicitar a los autores que entreguen sus artículos en diskette en un formato de acuerdo con el estilo de la revista. Esto es particularmente cierto en matemática y en ciencias físicas donde TeX es el software estándar que se utiliza. El capítulo 7.1 señala las instrucciones para los autores y requisitos de presentación de artículos que necesitan ser preparados. Las ventajas de trabajar con archivos electrónicos en el proceso de revisión de artículos ya se ha mencionado en la sección 3.3.1. Sin embargo, varios científicos no pueden entregar sus manuscritos en forma electrónica y en algunas disciplinas la multiplicidad de los distintos tipos de software utilizados provoca serios problemas para la editorial que no puede pedir un formato determinado.

3.5.2 Formatos disponibles

Esta sub-sección aborda el tema del formato desde un punto de vista del usuario en vez del autor. Muchas revistas online están en PDF (Portable Document Format), en archivos SGML (Standard General Mark-Up Language) o ambos. PDF permite todas las posibilidades para que la página impresa sea presentada en pantalla.

SGML, convertido a su derivado web HTML, permite el vínculo (por ejemplo, referencias a abstractos o incluso el texto completo de los artículos a los que hace referencia) que es quizás la parte más importante de la funcionalidad agregada de Internet. No es tan sencillo

como esto. Las versiones PDF, hoy en día más fáciles de conseguir, se planea una versión completamente estructurada que permita el vínculo fuera del documento. Incluso más impresionante en la actualidad es la aparición de XML (Extensible Mark-up Language) que hace posible conectar un elemento particular del texto a diferentes fuentes en Internet. La situación actual puede resumirse así: varias editoriales importantes entregan sus revistas tanto en formatos PDF como SGML (HTML). A menudo, el texto completo del artículo de la revista se encuentra disponible en PDF, pero la información del encabezado (título, autor, afiliación, abstractos y palabras claves) está en HTML. Existe un artículo particularmente útil escrito por Bill Kasdorf (SGML y PDF – Why We Need Both) en *The Journal of Electronic Publishing* (ver www.press.umich.edu/jep/03-04/kasdorf.html).

3.5.3 Creación de los formatos

Ambos formatos se pueden crear en forma interna ya que se encuentra disponible el software adecuado para esta tarea. Existe un número de decisiones que se deben tomar en cuenta cuando el trabajo es realizado por una editorial, especialmente donde se debe instruir a un proveedor. El formato PDF se puede producir de forma interna utilizando un PDF Writer, pero se puede obtener un mejor resultado en la práctica si un proveedor utiliza la opción “distilled” del PostScript, el lenguaje de descripción de la página estándar por defecto que numerosos sistemas de composición tipográfica pueden producir como producto final. Se deben entregar instrucciones debido a las numerosas opciones de composición tipográfica existentes, especialmente en lo que respecta a las resoluciones y seguridad, que deben ser especificadas. En lo que respecta a SGML, se debe elegir un DTD adecuado (document type definition). Esto requiere un análisis estructural serio del material que es codificado, más un procesamiento complejo para convertir un formato estructural a un formato de visualización, así como también procedimientos estrictos de revisión integral (análisis sintáctico). Existen bastantes DTD disponibles, algunos de los cuales se adaptan a un propósito y algunos a otro. Afortunadamente, existe algún grado de convergencia.

3.5.4 Importancia del cliente

El gerente de producción debe tener una idea muy clara y exacta de para qué se necesita un archivo electrónico y quien debe utilizarlo. Al comienzo del proceso de producción se les debe decir a los autores cómo deben presentar sus artículos y de preferencia se deben preparar plantillas para ellos.

Los clientes, especialmente las bibliotecas y aquellos intermediarios que proporcionan interfaces online, tienen sus necesidades o demandas que se deben tomar en cuenta al decidir el formato del archivo electrónico. El gerente también debe ser capaz de comunicar esto al proveedor, al digitador, y debe asegurarse que se comprendan las especificaciones. Incluso las editoriales más grandes han tenido dificultades en ajustar la producción de archivos electrónicos en un estándar.

3.5.5 Costos

También existe un costo involucrado especialmente si se adoptan ambos formatos. Por el momento es necesario tratar el PDF y el SGML por separado, dos operaciones diferentes que implican costos. El cargo total será de por lo menos veinte por ciento adicional sobre los cargos estándar de composición tipográfica si uno está utilizando un proveedor externo. Los costos reales de realizar el trabajo de forma interna no serán necesariamente menores.

3.6 Posibilidades de marketing

3.6.1 Ahorro de dinero

Es posible ahorrar dinero utilizando Internet como una alternativa a los métodos tradicionales de promoción para llegar al público deseado. A la vez, existe una evidencia cada vez mayor que utilizar Internet para el marketing es eficaz en términos de ventas.

3.6.2 Uso de listas de interés y correo electrónico

Tradicionalmente, la promoción involucra emitir miles de papeles. La transmisión de la misma información a través de Internet puede ser virtualmente gratis y además mucho más dirigida. Cada sub-disciplina posee sus listas de interés y, por lo general, la sociedad académica acepta que les manden información acerca de libros y revistas; por ejemplo, tablas de contenidos y también solicitudes de información. De lo contrario, la editorial debería dirigirse a los editores de la revista, a consejos editoriales y autores de los libros, a editores o colaboradores para obtener ayuda para promocionar esta información y para proporcionar listas con las direcciones de los emails. Los lectores de tales listas de interés o boletines informativos son una audiencia clave para los libros y las revistas.

3.6.3 Promoción “pasiva”

Ciertamente la información acerca de las publicaciones se puede crear en formato HTML y disponerse en un sitio web. Siempre se encontrará allí y siempre estará disponible. Existen algunas limitaciones de espacio. Se puede actualizar permanentemente, aunque es importante que se destine tiempo del personal para la actualización.

3.6.4 Visibilidad del sitio web

Trate de incluir palabras relevantes en el “título” HTML, el URL y las primeras líneas del texto en cada página. Anime a que varias personas se vinculen con usted. Esto tendrá beneficios por sí solo, pero también aumentará su ranking en algunos motores de búsqueda. Otras sociedades científicas y organizaciones similares podrían estar dispuestas a poner un ícono en su sitio web que señale esta fuente de información a cambio de una acción recíproca. Si informa su sitio web en Infoseek, Altavista, Excite, HotBot y Lycos habrá abarcado los motores de búsqueda más importantes. Para mayor información visite <http://searchenginewatch.com/webmasters/index.html>. Si desea utilizar marcos o JavaScript en su sitio, para mejorar la apariencia de la página y aumentar la navegación, recuerde que los motores de búsqueda tipo spider (webcrawlers) no podrán acceder a su texto, por tanto, entregue una versión sin marcos para ellos y también para muchos de sus usuarios. Además existe todo tipo de maneras ingeniosas para asegurar que la gente de todo el mundo pueda estar interesada en un sitio localizado a través de motores de búsqueda, por ejemplo, mediante el uso de “palabras claves” y metatags de “descripción”. Para información acerca de la creación de **metatags** visite el siguiente sitio web: vancouver-webpages.com/META/mk-metas.html.

3.6.5 Copias de muestra

Los ejemplares de muestra de revistas y los capítulos de libros también pueden quedar disponibles en un sitio web, eliminando así los costos de envíos postales, a excepción del costo de subir información y es mucho más fácil tanto administrar para la editorial como adquirir por el cliente potencial. Alternativamente, formularios para obtener muestras impresas pueden ser enviados por correo y de fácil acceso.

3.7 Estándares

3.7.1 Información internacional disponible online

Como en el caso del medio impreso (ver capítulo 5) la adopción de los estándares más apropiados en el medio electrónico hace que una publicación sea más accesible. También ahorra dinero a la editorial tanto directa como también indirectamente debido a que disminuyen los costos de otros componentes de la cadena de información. Los estándares están comenzando a surgir pero no se utilizan universalmente o bien no se encuentran disponibles. La fuente central sobre información de estándares es el sitio web de la Organización Internacional de Normalización (ISO) en Ginebra en www.iso.ch. ISO recomienda que los solicitantes deberían primero contactar a sus miembros locales, que ofrecen servicios de información al cliente considerando no sólo los estándares internacionales y actividades de normalización, sino también los estándares nacionales y regionales, la reglamentación legal, la certificación y las actividades relacionadas que no sean del área de su competencia directa. Proporcionan una lista de los miembros locales. ISO proporciona información en varios idiomas, pero algunos encuentran que el sitio es difícil para navegar. Especialmente útil es el próximo *Reader on Standards*, que lo proporciona INASP (ver capítulo 10). Este entregará varias referencias útiles.

3.7.2 Información nacional disponible online

El UK Book Industry Communication, sitio www.bic.org.uk es una guía útil acerca de los estándares internacionales relacionados con la edición y en particular con el intercambio de información electrónica, interface donde deberían coincidir los intereses de las editoriales y librerías/agentes/vendedores de todo el mundo. A pesar del nombre de la organización, los estándares descritos se aplican tanto a libros como a revistas. Mayor información se encuentra disponible en el sitio norteamericano National Information Standards Organization (NISO) en www.niso.org. Este sitio posee información en varios idiomas. Otro sitio británico de utilidad es el eLib Standards Guidelines que incluye diversos estándares en www.ukoln.ac.uk/services/elib/papers/other/standards que recomienda la selección y uso de estándares para el programa de biblioteca electrónica del sector de educación superior británico.

3.7.3 Identificador Digital de Objetos (DOI)

En la sección 6.4 se menciona la importancia de la utilización del ISBN e ISSN y de los números de serie.

El equivalente en el medio electrónico probablemente será el identificador digital de objetos (DOI), aunque no es sólo un identificador sino que también un localizador persistente. La comunidad editora creó la Fundación responsable del DOI, cuyo objetivo es posibilitar a los poseedores de contenido el comercio electrónico de información. Como el ISBN y el ISSN, la razón para la creación de este sistema es permitir la compra y venta de publicaciones electrónicas. Ahora es apoyado por todos los componentes de la cadena de información y el sistema completo se encuentra en activo desarrollo. El DOI se puede aplicar a cualquier objeto digital que puede ser un artículo de una revista, un capítulo de un libro u objeto (por ejemplo, una ilustración) dentro de cualquiera de los dos. No es prematuro que las editoriales consideren optar por el sistema, el cual es descrito en detalle en www.doi.org. Sin embargo, debido a que hay costos involucrados, varios editores pequeños desearán sólo dar el primer paso, que es asegurarse que todos los componentes de todas sus publicaciones que puedan ser vendidas se encuentren clara y consistentemente identificadas, incluso si es sólo para propósitos internos. No se trata sólo de vender un producto. En el medio electrónico es fundamental la venta de derechos. Existen algunos artículos claros y convincentes en el sitio del DOI, el cual se actualiza constantemente.

3.7.4 Metadata

El término “Metadata” se define generalmente como “datos acerca de los datos”. No es un concepto nuevo sino más bien un término que abarca tipos de información conocida, tales como registros bibliográficos, identificadores y bases de datos computacionales. Debido a que toda la información electrónica puede ser descrita como “datos”, todos los datos acerca de la información electrónica es “metadata”. Es esencial para el DOI trabajar con la normalización de la metadata. Metadata como término es muy nuevo para ser aceptado por varios correctores ortográficos y, por lo tanto, la sección acerca de la preguntas habituales en www.indecs.org puede ser fundamental para muchos.

CAPITULO 4

OBTENCIÓN DE DERECHOS

Este capítulo está escrito desde un enfoque editorial de la sociedad científica. La sección acerca de los contratos especifica el tipo de cláusulas que tiene que considerarse en los distintos tipos de contratos con los editores, los autores o colaboradores. Otras secciones tratan de los derechos a contraer, la utilización de los derechos adquiridos concedidos, los permisos, las licencias, los derechos internacionales y finalmente los procedimientos contractuales adoptados dentro de la compañía editora. En este punto se puede dar una definición útil. Los derechos adquiridos por la editorial son derechos ascendentes. Los derechos otorgados por la editorial son derechos descendentes. En el Apéndice 1 de la Guía existen recomendaciones similares para el autor con respecto a los mismos temas que son más o menos las mismas. No deberían existir divergencias entre las posiciones adoptadas; y si existiesen, la sociedad científica tendría que considerar si están representando apropiadamente los intereses de su comunidad. Los contratos entre una sociedad científica y un socio editor se plantean en el capítulo 9.

4.1 Contratos

Esta sección se concentra en principios sobre acuerdos contractuales y entrega especificaciones sobre modelos que no se encuentran fácilmente en manuales.

4.1.1 Formalización

Una editorial agrega valor al material creado por otro - el autor. En publicaciones académicas, el autor no es generalmente un empleado de la editorial y lo que se trata a continuación se asume esta situación como normal. En cualquier caso, es fundamental que un contrato, aunque breve, formalice la relación entre la editorial y el autor. Esto no es un asunto de burocracia; un contrato previene malos entendidos. Característicamente, las sociedades científicas tienen dificultades con el concepto 'contratos'. Si el editor de una revista perteneciente a una sociedad científica es un miembro importante del Consejo, ¿por qué molestarse por un documento legal? En tales sociedades, si existe un cambio de política o la persona involucrada no se desempeñara adecuadamente, existirían serios problemas si no hubiera un acuerdo formal previo.

4.1.2 Eventualidades

En años anteriores, las editoriales, incluyendo las editoriales comerciales, han tratado los contratos informalmente. Y aunque el derecho de autor ha sido incluido en libros y revistas, no ha habido transferencia derechos de autor y no han sido protegidos los acuerdos al respecto. Generalmente, no se hace ningún tipo de contrato con los colaboradores de actas de simposios o con los diferentes autores de un libro. Ahora existe una mayor sensibilidad con respecto a los asuntos de propiedad intelectual en parte debido a las circunstancias cambiantes de la publicación electrónica. Por ejemplo, está siendo habitual transformar lo que solía ser una costumbre (la relación entre las editoriales de una revista y los agentes de suscripción) a un arreglo regulado por un acuerdo bastante complejo (la relación entre las editoriales de las revistas online y los agentes de suscripción y otros como los intermediarios online). Tales contratos asumen que la editorial ha adquirido todos los derechos necesarios de los autores de todos los artículos en sus revistas para que los intermediarios hagan su trabajo. Pocos autores han comenzado a buscar mayor recompensa cuanto el contenido entregado por ellos para la publicación impresa se pone a disposición online y un mayor número de autores desea algún tipo de control sobre lo que se hace con sus trabajos. No se puede sobreestimar la importancia de algún tipo de contrato que cubra todo el contenido de todas las publicaciones. Así, los contratos deben ser estipulados cuidadosamente (ver sección 4.7).

4.1.3 Contrato con autores de libros

El libro de mayor autoridad en contratos de libros es *Publishing Agreements – A Book of Precedents* editado por Clark, Owen y Palmer: Butterworth, Londres (5º edición, 1997). Aunque se basa en las leyes inglesas tiene el propósito de ser útil en todo el mundo. Desafortunadamente, incluso en su última edición no abarca todos los tipos de contratos que incluso una editorial pequeña podría requerir y se concentra básicamente en la publicación de libros.

4.1.4 Principios generales a los contratos

A continuación, se cubren con mayor detalle los temas que se deberían tomar en cuenta en la elaboración de los contratos con los editores de una revista. En todo el mundo, se están promulgando nuevas leyes, las que a menudo reflejan los tratados internacionales, que consideran las circunstancias cambiantes, especialmente en lo que se refiere a la transferencia de derechos, hechos resaltados por el surgimiento de Internet. Con esto en mente y también debido a que los ambientes legales no son iguales en todo el mundo, las

editoriales siempre deberían asesorarse por abogados locales, siendo cuidadosas en elegir un abogado que se especialice en contratos de editoriales. La editorial de una sociedad académica necesita preparar contratos para los editores y autores de un libro, los colaboradores de libros, los editores de revistas y autores de artículos de revistas. Directrices como esta sólo pueden trazar las líneas generales de lo que se necesita en qué tipo de contrato y, en cualquier caso, las partes estrictamente “legales” de tales contratos varían de acuerdo a la jurisdicción. Esto es especialmente cierto, por ejemplo, en el contrato principal con un autor o editor, más que en el de un colaborador. Es importante considerar los siguientes puntos generales. A menudo, las prácticas en la publicación académica a menudo difieren de aquellas en publicación “comerciales” y las cláusulas adecuadas para la publicación de libros no son siempre las mismas a las de la publicación de revistas. Es importante que todos los contratos sean comprensibles, o al menos explicables, para ambas partes. También es importante que reflejen las realidades operacionales, la forma en que las partes van a trabajar juntas. Finalmente, el grupo editor de una publicación de una sociedad científica siempre debe estar consciente que tiene la obligación de proteger la sociedad para evitar acciones legales como resultado de incumplimiento a la ley de publicación. Los contratos deben ser redactados para prevenir o minimizar juicios adversos; la incorporación de cláusulas de protección para la editorial a menudo parecen draconianas y no siempre se pueden mantener.

4.1.5 Elementos comunes al contrato base

Existen ciertos elementos que son comunes a la mayoría de los contratos base. Los contratos de libros deben considerar qué sucedería si el autor no entrega su información a tiempo y, posteriormente, si se necesitara una nueva edición. Los contratos con el editor de una revista deben establecer claramente cómo poner término a una relación en circunstancias normales y qué hacer para finalizar una relación si algo sale mal. Las editoriales de sociedades científicas deben ser estrictas en el cumplimiento de sus funciones como no lo fueron en el pasado, ya que no pueden permitir que haya una gran merma en sus ingresos debido a deficiencias personales de algunos de sus miembros. Los contratos son hasta cierto punto instructivos. Representan un acuerdo entre la editorial y el autor acerca de sus respectivas funciones en el proceso de publicación y acerca de la naturaleza de la publicación, qué es, cuántas páginas y plazos de entrega del original. También se ocupan de la relación financiera si existe una. Si se han otorgado derechos de autor es imperativo que el contrato explique claramente cuál es el porcentaje correspondiente al autor. En base el “precio de lista” se debe explicar claramente de qué país. Si es sobre los

“ingresos netos”, la definición de este término problemático debe ser parte del contrato. Existe un caso para el uso de términos tales como ingresos o ganancias “recibidos por la editorial”, pero incluso en esas circunstancias no debe existir duda de quién es la editorial, lo que no siempre está claro si la sociedad científica está vendiendo con descuento a un distribuidor o a una co-editorial. También es importante dejar en claro el período de contabilidad, el período durante el cual se realizan las ventas sobre las cuales se calculan los derechos de autor y además la fecha en que se pagan éstos. Existe un amplio rango de posibles problemas entre la editorial y el autor/editores si no se especifica en detalle y si no es resuelto oportunamente.

4.1.6 Contrato con el editor de la revista

Debido a que es importante para las sociedades científicas el publicar revistas y debido a que es difícil encontrar contratos tipo actualizados con los editores de revistas en las fuentes de referencia actuales, se incluye un modelo de contrato en el Apéndice 2 de esta guía. El contrato es escrito en el contexto de la Ley de Inglaterra y de Gales y supone que una revista impresa tiene un equivalente electrónico. Considera las necesidades especiales de las publicaciones médicas y entre paréntesis las secciones sólo aplicables a éstas. Se debe utilizar con precaución. Otras jurisdicciones tienen leyes distintas y las leyes cambian. Se pueden eliminar algunas cláusulas sin problemas y otras son cruciales, aun cuando siempre es mejor acudir a un abogado con experiencia.

4.2 ¿Qué derechos son realmente necesarios?

La transferencia o la concesión de licencia de los derechos del autor a la editorial es central en todos los contratos de publicación. En esta sección se señalan algunos principios generales. Debido a que la transferencia o la licencia de los derechos por los autores de los artículos de las revistas a los editoriales es un asunto bastante importante, el Apéndice 3 al final de la guía entrega algunos ejemplos.

4.2.1 Derechos y garantías

La legislación relacionada con los derechos de propiedad intelectual varía de acuerdo al país; en algunas jurisdicciones algunos de los derechos del autor, conocidos como derechos morales, son inherentes y no pueden transferirse. Los derechos morales en la ley del Reino Unido son explicados en el libro de Clark y otros (ver sección 4.1.3). Para la editorial, la necesidad básica es que el autor transfiera esos derechos que le permitirán realizar su

trabajo y que esos derechos sean garantizados explícitamente por escrito. Además, los autores deben garantizar poseer o que hayan adquirido las licencias de todo lo que desean publicar, que el material presentado no contiene planteamientos ilícitos, que no infringe los derechos de otros y que (dependiendo de las políticas de publicación) el material no se ha publicado previamente. La editorial debería proporcionar formularios estándar obligatorios a los autores para pedir permiso para citar o utilizar ilustraciones de otra publicación (ver sección 4.6 y Apéndice 4).

4.2.2 ¿Derechos de autor o de publicación?

Ha sido habitual que la editorial solicite al autor la transferencia de derechos. La mayoría de las editoriales consideran que ésta es la mejor forma de asegurar la obtención de los derechos que se necesitan. Por ejemplo, en los Estados Unidos, la mayoría de las editoriales de las sociedades científicas consideran que no pueden estar seguros de su posición, a menos que les cedan los derechos de autor. Por otra parte, hoy en día, algunas editoriales solicitan un derecho exclusivo para publicar. Esto es común en la publicación de libros a nivel mundial. En algunas jurisdicciones, particularmente en aquellas no relacionadas con las leyes de Gran Bretaña o de Estados Unidos, las editoriales consideran que sólo requieren solicitar la transferencia de derechos específicos, que incluyan derechos de impresión, reprografía, digitización, publicación electrónica y permisos. Es posible que necesiten detallar cuidadosa y exactamente lo que requieren del autor.

4.2.3 Excepciones a e insistencia sobre los acuerdos contractuales con los autores de una revista

Es buena práctica para las editoriales el asegurarse en insistir que el autor esté de acuerdo con todas las cláusulas que cubran la transferencia de derechos. Debe haber excepciones en caso que algunas instituciones que poseen los derechos de autor de los empleados o donde el autor es un empleado de gobierno de los Estados Unidos o de otros gobiernos, donde el derecho de autor es de dominio público y por lo tanto no puede ser otorgado. Sin embargo, si existen múltiples acuerdos diferentes, la editorial encontrará difícil llevar la cuenta de qué derechos son transferidos, lo que hace difícil estar seguro acerca de pertenecer/entrar a los contratos o licencias río abajo con tales intermediarios (ver sección 4.4 sobre la autorización). En todos los casos, es razonable para un autor esperar que los derechos específicos sean explícitamente retenidos o restituidos. La razón por la que se realiza esto proviene particularmente de la publicación de revistas donde no es común cancelar al autor por un artículo primario. Los libros de precedentes aún no abarcan tales, por lo tanto, vale

la pena proporcionar un ejemplo de formulario tipo en el Apéndice 3 al final de esta guía. En el análisis final pueden surgir situaciones donde el autor no otorgará los derechos solicitados. En tales situaciones se recomienda que las editoriales se rehusen a publicar.

4.2.4 Registro de derecho de autor

En algunos países, se debe registrar el derecho de autor; en la mayoría no existen estas formalidades. Las editoriales necesitan tomar la responsabilidad de verificar cuál es la situación y actuar en representación del autor. Se recomienda imprimir en un lugar destacado el símbolo internacional de los derechos de autor ©, más la palabra “copyright” seguido por el nombre del dueño de los derechos de autor y el año de publicación. El mismo principio se aplica al medio electrónico. En un libro, la parte de los derechos de autor, por lo general, se encuentra en el dorso de la página de título y en una revista, al final de la primera página de cada artículo. Se puede incluir las palabras “Derechos Reservados” o una explicación sobre los derechos relativos a su reproducción. Sobre este tema ver la siguiente sección (4.3).

4.3 Uso de los derechos transferidos a la editorial

El autor debe esperar que la editorial haga uso de cualquiera de los derechos cedidos. Existen varias maneras de utilizar estos derechos, los que se encuentran incluidos en esta sección y en las dos siguientes. La cesión de derecho de autor entrega otra fuente de ingreso, pero, lo más importante es permitir que los usuarios potenciales del material obtengan fácilmente permiso de uso y paguen por él. Actualmente, cada vez más países tienen tales planes que existen para permitir la reproducción de artículos de revistas y secciones de libros donde tal reproducción no es cubierta por las excepciones legales para los derechos de autor tales como el uso y los arreglos justos contemplados en las leyes del Reino Unido y de los Estados Unidos. La Federación Internacional de las Organizaciones de los Derechos de Reproducción (IFRRO, International Federation of Reproduction Rights Organizations) entrega una lista de tales organizaciones en diferentes países y administra los procesos mediante los cuales el dinero de las tarifas de transacción y arreglos generales son transferidos de país en país. La IFRRO se encuentra en Rue de Prince Royal 87, B-1050, Bruselas, Bélgica. El número de fax es + 3225510895 y el sitio web es www.copyright.com/ifrro/. La forma exacta de cómo los usuarios pagan varía bastante en

todos los países. Puede ser a través de un impuesto en las máquinas fotocopadoras, a través de una licencia general o una licencia por transacciones por nombrar tres formas utilizadas.

4.4 Licencias

4.4.1 Licencias de la información digital

El término “propiedad intelectual” aplicado a las actividades de las editoriales científicas más que en las patentes y su explotación es un fenómeno reciente, casi completamente debido al cambio de las circunstancias que son resultado de disponer contenidos, especialmente de revistas en Internet. En el pasado, el contenido se vendía. En la actualidad, generalmente se paga por su uso. Las licencias permiten acceder a las versiones electrónicas de las revistas en las bibliotecas, pero la ley de derechos de autor no contempla el uso que los usuarios terminales le puedan dar a estos artículos disponibles en sus escritorios, no contempla la ley actual del derecho de autor. Los acuerdos con aquellos intermediarios, que se encuentran entre las editoriales y sus usuarios, especialmente bibliotecas, son incluso más complejos. Los términos de estos contratos no son considerados aquí, pero para ambas partes es mejor que se establezca claramente un convenio. No existe un libro que entregue una orientación actualizada, pero las recomendaciones disponibles en el sitio web “liblicense” de Yale (*Licensing Digital Information*) en www.library.yale.edu/~llicense/, dirigido a los bibliotecarios, son valiosas también para las editoriales. En el sitio www.ukoln.ac.uk/services/elib/papers/pa/ se encuentra un “Modelo de Licencias” particularmente útil redactada por un comité integrado por editores y bibliotecarios.

4.4.2 Entrega de documentos electrónicos

Un aspecto considerado en la licencia dada es el poner a disposición documentos electrónicos individuales, predominantemente los artículos de revistas, por un pago adecuado. A veces, esto se conoce como “edocdel” (electronic document delivery) o entrega electrónica de documentos. Se han hecho predicciones de que los artículos de estas revistas considerados como no fundamentales para la comunidad de usuarios de una biblioteca se cancelarán individualmente. Hasta ahora, la utilización de los servicios comerciales disponibles ha sido decepcionante. La mayoría de los agentes de suscripción más importantes ofrecen o pretenden ofrecer servicios que proporcionen una devolución en

forma de honorarios a las editoriales. Otras empresas que abarcan este tipo de negocios son Ingenta (www.ingenta.com) y Carl/Uncover (www.carl.org).

4.4.3 Licencia centralizada

En varios países existe mucho debate sobre los planes de licencia a nivel nacional relacionados con el medio electrónico, pero en general, en este momento están preocupados del permiso para digitalizar contenidos disponible sólo en impresos, más conocido como “retrodigitalización”. Un ejemplo ya mencionado se puede encontrar en el sitio web de la agencia británica de autorización de los derechos de reproducción (www.cla.co.uk).

4.5 Derechos internacionales

Para algunas editoriales de libros, la venta o compra de los derechos de traducción es parte habitual de su negocio; aunque esto es menos común en la publicación de libros científicos que en la publicación orientada comercial, excepto en el caso de los libros de texto. Los derechos de traducción tienen un significado especial para varios autores y, si la editorial adquiere los derechos de reproducción o los derechos exclusivos para publicar, es deber de la editorial vender estos derechos. Esta es un área para especialistas y a menudo existen ocasiones en que es posible que la editorial aconseje ya sea organizar la venta en el extranjero la venta o restituir tales derechos al autor. Se encuentra disponible un software especializado para llevar la cuenta de los derechos de las transacciones, pero aquí no se recomienda invertir en esto a menos que la editorial este bastante habituada a este tipo de negocios.

4.6 Permisos

Las editoriales deben preocuparse de buscar y otorgar los permisos. Necesitan insistir que el autor de cualquier material que ellos publiquen obtenga el acuerdo del titular de los derechos de reproducción para el caso de ilustraciones o citas incorporadas en el artículo o capítulo correspondiente. Es importante cerciorarse que se aseguren los derechos no exclusivos en todos los medios y territorios. En la actualidad, se puede solicitar al autor que utilice los formularios adecuados disponibles en el sitio web de la editorial. En el Apéndice 4 se da un ejemplo. Por lo general, la práctica es que las editoriales académicas entreguen tales permisos sin costo excepto en circunstancias donde se ha gastado mucho dinero

preparando una ilustración, tal como un dibujo quirúrgico o donde la parte que pide el permiso pretende utilizar la ilustración o cita para una ganancia comercial importante. La situación es muy distinta en publicaciones comerciales donde las editoriales encontrarán que el uso de ilustraciones de pintores contemporáneos o de citas de poemas escritos en la actualidad son prohibitivamente costosos. Es importante obtener permiso para utilizar ilustraciones para portadas de libros o revistas.

4.7 Procedimientos contractuales

Existen dos tipos importantes de procedimientos que, aunque involucran tiempo del personal que pudiera parecer burocracia, valen la pena poner en práctica. En primer lugar, es importante mantener los contratos asegurados, preferentemente en un lugar reservado para este propósito, quizás una caja fuerte para los contratos principales; y desde luego no en un archivo “editorial” o de “marketing”; de lo contrario los contratos se pierden. Es importante asegurarse que todo el contenido en todas las publicaciones esté cubierto por cesión de derechos y necesita el establecimiento de sistemas internos que aseguren el hecho que el contrato ha sido recibido. También se debe mantener un registro de los términos del contrato en caso de existir alguna variación de la norma. Esto es de especial importancia en los libros con varios autores y revistas. Se deben obtener los permisos para utilizar ilustraciones en la tapas de los libros o revistas y se necesita un permiso explícito si estas ilustraciones son reproducidas online, incluso si es sólo para propósitos publicitarios.

CAPÍTULO 5

FINANCIAMIENTO BÁSICO DE UNA PUBLICACIÓN

Existen muchos libros sobre finanzas básicas. Existen problemas particulares en la publicación ya que la predicción es muy inexacta. Esto no es debido a cualquier incapacidad intrínseca manifestada por el personal editorial sino debido a que cada publicación es distinta de otras publicadas con anterioridad. En el caso de la publicación electrónica, los costos son muy difíciles de controlar debido a los rápidos cambios tecnológicos; la mayor parte de estos costos han sido señalados en la sección previa sobre la elección del medio.

5.1 ¿Es el objetivo obtener un excedente?

Muchos programas de las sociedades científicas se proponen obtener un importante excedente y de hecho apoyar otras actividades de la sociedad. Incluso si estas actividades se autofinanciaran, es importante planificarse para obtener ganancias dado que existe un elemento de incertidumbre en el retorno financiero, incluso en programas de publicación bien administrados, por lo que no es apropiado diseñar un programa para recuperar costos, ya que es probable que conlleve a una pérdida real.

5.2 Toma de decisiones

Desde un tiempo, ICSU Press ha instado a las sociedades científicas a no comprometerse con los programas de publicación sin crear comités especiales de publicación. Tales comités deberían tener la responsabilidad de evaluar el potencial de publicación de otras actividades de la sociedad; por ejemplo, series de simposios y realizar una auditoría cuidadosa de las probables consecuencias comerciales de lo que se propone. Tales comités deben informar al consejo de la sociedad en una forma estructurada para frenar el exceso de entusiasmo y asegurarse que las políticas de publicación sean acorde con los objetivos generales de la organización. Se deben evaluar cuidadosamente los planes para realizar una fuerte inversión en una serie de un libro, ya que toma tiempo el recuperar el gasto inicial involucrado y si las tiradas han sido más que optimistas, puede resultar un grave déficit en el financiamiento de la sociedad. Es muy difícil estimar el crecimiento probable en las suscripciones de revistas año a año y se debe considerar un tiempo determinado antes que la ganancia exceda los costos reales y un tiempo mayor antes que se cubran las pérdidas

acumulativas y los intereses teóricos sobre estas pérdidas. Sólo entonces se tendrán las verdaderas utilidades o excedente. El tesorero de cualquier sociedad siempre deberá estar involucrado en la toma de decisiones.

5.3 Flujo de caja y recaudación

5.3.1 Predicción del flujo de caja

La planificación financiera para la publicación es bastante parecida a cualquier tipo de planificación financiera. El flujo de caja es un concepto que se menciona aquí específicamente porque es de central importancia. Rara vez las sociedades poseen ingresos demás y, antes de iniciar cualquier programa de publicación, se debe establecer una predicción realista del flujo de caja así como las ganancias y pérdidas proyectadas en el plazo inmediato. Los libros y las revistas tienen distintos perfiles de flujo de caja y esto se debe tener en consideración.

5.3.2 Flujo de caja en la publicación de revistas

Las revistas tienen la ventaja de ser canceladas por adelantado. La mayor parte del dinero se recibe antes que se incurra en costos de producción o distribución porque las bibliotecas pagan a los agentes de suscripción, por lo general, antes de fin de año previo a que salga publicado el volumen de la revista. Una forma de asegurarse de que esto ocurra es rehusarse a enviar cualquier número antes de que se reciba el pago, aunque existen aquellos que piensan que existen sólidas razones para enviar un volumen gratis antes de discontinuar el envío. Es de gran ayuda tanto para la editorial como para el agente de suscripción si la editorial invierte en un software de intercambio de información electrónica (EDI, electronic data interchange) que le permita mayor rapidez en el intercambio de información sobre renovaciones, lo que hace que ambas partes ahorren dinero.

5.3.3 Flujo de caja en la publicación de libros

Los costos de producción de libros puede que sean cancelados antes de la publicación o poco tiempo después o antes de que se realicen las ventas. El ingreso de las ventas realizadas a los vendedores y agentes de libros toma tiempo para que se traspasen. Se deberían realizar esfuerzos para obtener órdenes completas antes de la publicación anterior, a través de marketing o arreglos con los distribuidores. Los costos de un volumen

de un simposio podrían recuperarse antes de su publicación si ellos están considerados en la cuota de inscripción, pero la naturaleza de tales volúmenes es que las ventas posteriores son posiblemente mínimas y estos no poseen un valor de lista (ventas continuas año tras año).

5.3.4 Recaudación de fondos

Es fundamental dar prioridad a la reunión de dinero proveniente de los clientes, distribuidores, agentes y vendedores de libros. Es importante no sólo establecer claramente las fechas de pago en los términos de la transacción acordada sino que se debe establecer una función de control de crédito para asegurarse de que se cumplan estos acuerdos. No todas las editoriales pequeñas pueden costear una función de control de crédito por parte de especialistas y puede que deseen considerar montar en el extranjero.

5.4 Divisas extranjeras

Muchas organizaciones más pequeñas encuentran que tratar con divisas extranjeras, en circunstancias donde una gran parte del ingreso de las ventas proviene del extranjero, es una experiencia particularmente difícil y suntuosa. Antes de comenzar cualquier programa de publicación, la sociedad necesita convenir con su banco local las posibilidades y probables comisiones. Es muy importante estar bien aconsejado financieramente cuando el dinero se recibe en moneda extranjera, que a menudo es el caso de las revistas e investigar la compra o venta de divisas. El uso de tarjetas de crédito, a pesar de la comisión involucrada, evita los problemas en una gran cantidad de compras.

5.5 Personal

Es posible que las políticas financieras de la sociedad impliquen la asignación de fondos para gastos generales, tales como los costos de administración del edificio, y para las distintas funciones dentro de la sociedad. También existen gastos generales específicos tales como telecomunicaciones y franqueo que son obviamente aplicables. Sin embargo, un problema particular es pronosticar de cuántas horas hombre requiere la publicación. Muchas actividades relacionadas con la publicación requieren un intenso trabajo. Un ejemplo evidente es el envío de paquetes de libros. Algunas funciones; por ejemplo, marketing puede implicar el empleo de personal especializado y más costoso. Varias

sociedades científicas han cometido el error de no pagar bien al personal y en consecuencia es posible que éste no siempre posea la competencia necesaria. Debe ser parte de la planificación financiera una evaluación realista del tiempo del personal involucrado en las actividades de publicación. Además, se incurren gastos adicionales al estar online; es muy importante tener en cuenta no sólo los costos de emplear personal más especializado y costoso, sino además los cursos de capacitación necesarios para el personal existente para enfrentar nuevos roles en un medio cambiante.

5.6 Fijación de precios

5.6.1 Evaluación de proyecciones

La fijación del precio es una de las decisiones más importantes que hay que considerar en cualquier publicación. Todos los costos implicados en la producción, marketing y distribución de un libro o de una revista se deben evaluar y esto se debe hacer sobre la base del flujo de caja así como también un cálculo de ganancias y pérdidas. No es difícil comprar u obtener un software para hacer la vida más fácil al evaluar distintos escenarios hipotéticos financieros procedentes de distintos precios y/o tiradas. En el capítulo 8, se menciona el retorno real de ingresos de acuerdo a un programa de distribución. Se deben considerar también los derechos de autor y pagos similares.

5.6.2 Fijación de precios para el mercado y control de costos

Presenta un peligro el considerar la fijación de precios desde el punto de vista señalado en la subsección anterior, lo que se conoce como un punto de vista “costos más honorarios”. Para la mayoría de las publicaciones, el mercado tiene expectativas de un precio “razonable” que es influenciado tanto por los precios de la competencia como por los fondos reales disponibles. Muchos autores potenciales o editores de revistas señalan que no existe competencia; la mayoría de la veces están equivocados. Incluso si excepcionalmente el autor estuviera correcto en su afirmación, la pregunta obvia que se hace la editorial es por qué nadie ha cerrado la brecha antes. Se debe planificar cuidadosamente la edición de libros o revistas proyectadas y luego los planes se deben llevar a cabo según lo establecido. Los costos deben estar considerados, de modo que el precio que se fije corresponda a lo que el mercado tolerará. Un problema habitual en la publicación de un libro es que un autor escriba demasiado o que insista en incluir muchas ilustraciones. Si a un autor que se le pide escribir un libro texto de unas 300 páginas produce un manuscrito de 1000 páginas, este

deberá ser devuelto para ser reducido. Es mejor hacer esto en vez de producir un libro que será muy costoso cuando se fije el precio o que pueda significar una pérdida para la empresa. El presupuesto para una revista debe ser fijado en ese momento, por lo menos con seis meses de antelación al año de publicación, para que se pueda establecer el precio de suscripción a la revista. Los costos dependen en gran parte del número de páginas publicadas en un año y es muy importante que el editor de la revista participe en los cálculos de presupuesto y que considere el impacto de tales decisiones en el proceso editorial. Si muchos artículos son aceptados, uno tiene la opción entre aumentar el presupuesto e inevitablemente el precio de suscripción de la revista, o insistir en una mayor rigurosidad en la aceptación.

5.6.3 Anuncio de precios

Algunas editoriales anuncian los precios de un libro antes de que el manuscrito se encuentre en circulación interna y cuando la publicación se aproxima modifican el anuncio, pero esto no es un buen método. Provoca problemas en la comercialización del libro y a los agentes de venta. Los precios anunciados deben ser estables. El costo de las suscripciones a revistas debe ser anunciado en junio/julio del año previo al volumen correspondiente y se debe tener especial cuidado en informar inmediatamente a los principales agentes de venta. Existe una tendencia creciente a adoptar un precio en todo el mundo expresado en una moneda importante, así como también un valor nacional si fuera necesario. Siempre debe quedar explícito cualquier cargo de franqueo adicional.

5.7 Tiradas

La definición de una tirada es particularmente importante para el caso de los libros. A menudo se imprimen más revistas de lo que los suscriptores requieren, así estas publicaciones restantes se pueden utilizar como muestras. Con los libros siempre hay una tendencia entre las editoriales de imprimir demasiados debido a que en la mayoría de las imprentas de libros bajan los costos unitarios para tiradas mayores. Casi siempre el mejor método es imprimir pocas copias de un libro en vez de muchas, especialmente a que la impresión por demanda se está haciendo cada vez menos costosa y de mejor calidad. Las tiradas de revistas son más fáciles de proyectar, pero con éstas existe una tendencia entre las editoriales a imprimir menos cantidades, generalmente porque no están tomando en cuenta el número de publicaciones distribuidas como muestras. Resulta costoso volver

imprimir, pero es importante tener una reserva de volúmenes completos, especialmente cuando la revista no está próxima a terminarse, porque a menudo las bibliotecas desean comprar volúmenes completos.

CAPÍTULO 6

PRODUCCIÓN Y PRESENTACIÓN

En la producción se gasta mucho dinero y no siempre se realiza de manera prudente. Este capítulo se centra en cuatro áreas. La corrección es una parte del fundamento del valor agregado para las editoriales que se menciona en el capítulo 2. Aunque algunas sociedades científicas realizan toda la producción de manera interna, la mayoría busca proveedores ya sean digitadores, impresores o encuadernadores. Los criterios para la elección son decisivos. El aspecto del producto también es muy importante y existe toda una variedad de estándares, convenciones y métodos que, en algunos casos, posiblemente constituyan la diferencia entre un contenido que sea recuperable y otro que no lo sea. Las exigencias de producción y presentación para publicaciones en línea ya se han señalado en el capítulo 3.

6.1 La corrección

La corrección es una parte importante del valor que agregan las sociedades académicas. Existen niveles de corrección con una mayor intervención de expertos, lo que probablemente implica un mayor costo. Si comenzamos desde la interpretación más simple de lo que significa el término, la corrección quiere decir marcar para el impresor, de acuerdo con las normas de estilo de la casa o empresa. Este es un ejercicio relativamente sencillo. Asegurar la precisión de la gramática, puntuación y ortografía también es parte de los procedimientos habituales. La corrección también puede implicar la comprobación de que las unidades se utilicen de manera coherente, que las referencias se encuentren completas (y a veces revisar que sean precisas) y que todas las ilustraciones se encuentren completas y con las referencias adecuadas. Generalmente implica dejar en claro los argumentos donde existe falta de claridad de expresión. Además, a veces incluye un gran trabajo en el texto donde el autor no posee el inglés como lengua materna. Para un miembro de la comunidad ICSU vale la pena asumir estas últimas dos funciones, ya que entregan un servicio de importancia para el mundo académico, que lamentablemente, en la actualidad, es difícil de encontrar en las editoriales comerciales. La editorial de la sociedad deberá llegar a un acuerdo sobre qué nivel de corrección está ofreciendo y si se realizará de manera interna o externa.

6.2 La elección y el trabajo con el proveedor

6.2.1 La importancia de la toma de decisiones

La producción representa el gasto más grande en el que incurre la editorial, pero a menudo la toma de decisiones de la producción no es tan cuidadosa como la toma de decisiones de tipo editorial y de marketing, en parte debido a la naturaleza especializada percibida en el proceso por la editorial que se hará cargo del proyecto. Un número bastante grande de sociedades académicas realizan su composición tipográfica de manera interna, aunque en este capítulo se supone que utilizan un proveedor externo, pero casi todas utilizan proveedores para la impresión y la encuadernación. Existen algunas reglas sencillas que los no especialistas pueden entender. Sería apropiado agregar que se utiliza el término “proveedor” en vez de “impresor” a lo largo de toda la guía, ya que, a menudo, son distintas las compañías que manejan la impresión y la “tipografía” o (composición) como de hecho puede ser el caso del material gráfico en colores.

6.2.2 Las funciones que pueden ser externas

Es posible que la editorial necesite que una empresa externa realice las siguientes funciones. En el caso de los libros, éstas son la producción del diseño de un texto, el diseño de una cubierta o carátula, la tipografía o las ediciones de prueba del libro, la impresión, la elección del papel, la encuadernación y posiblemente, incluso, la distribución, el almacenamiento y la atención de los pedidos. A esta lista se puede agregar la corrección. Esta lista es muy similar para las revistas.

6.2.3 La interface

Incluso si algunas de estas funciones se realizan de manera interna, se debe considerar la interface entre las otras funciones. Por ejemplo, cuando una sociedad científica corrige y compone un libro o una revista en forma interna, debe estar en estrecho contacto con el impresor. Es importante convenir calendarizaciones que calcen y se cumplan. Los proveedores no poseen máquinas o miembros del personal dispuestos para que el cliente les entregue el material en el momento, según mejor le convenga. Tienen que distribuir el tiempo con anterioridad. También es imprescindible que el producto final que va a las impresoras (matrices fotográficas, PostScript o archivos PDF) concuerde con el modo en que opera **la impresora** y que el modo en que se manejan las ilustraciones resulte con la calidad más adecuada en el artículo final. El modo en que el lector médico espera que

aparezca la radiografía en una página terminada es muy distinto a lo que espera un geólogo de la ilustración de un paisaje en uno de sus libros.

6.2.4 La especialización entre los proveedores

La diferencia entre las formas en que un proveedor maneja los libros y las revistas se reduce a las distintas calendarizaciones requeridas. Las revistas poseen calendarios fijos y se repiten de acuerdo a la agenda normal. A menudo, los libros se pueden intercalar. En la producción de un libro, los proveedores cobran menos por página de lo que cobran por la producción de una revista. Los diferentes digitadores tienden a especializarse en un tipo de publicación o en otra. En el caso de una revista, donde existe un flujo continuo de material que necesita el mismo tratamiento para mantener la misma presentación, es también importante tener una relación duradera, en circunstancias que en cada libro en la mayoría de los casos, aunque no necesariamente en una serie, se puede tratar como un artículo único. También es importante recordar que las empresas pequeñas que generalmente trabajan artículos de papelería no son buenas opciones para una revista científica; asimismo, los impresores/imprentas que se especializan en grandes trabajos de volúmenes en colores no son adecuados para los monografías académicas con algunas láminas en colores.

6.2.5 El trabajo con uno o varios proveedores

En todos los casos, una relación donde cada parte conoce los procedimientos de la otra es de gran ventaja, especialmente donde la parte editora es relativamente pequeña. En estas circunstancias se deben buscar los proveedores que pueden manejar el proceso completo. Las editoriales más grandes tienden a trabajar con un impresor distinto del digitador y también existen ventajas en el costo al trabajar con un comerciante de papel para comprar el papel más apropiado, en vez de usar la misma reserva comprada y utilizada regularmente por el impresor. Si se utilizan distintos proveedores es fundamental que concuerden en las distintas etapas del proceso de publicación. Este es un procedimiento mucho más complejo en el medio electrónico.

6.2.6 Cómo elegir un proveedor

Dados los antecedentes que implica el proceso de elección, ¿cómo se elige? En primer lugar, escoja proveedores ya experimentados en el trabajo por el cual uno quiere solicitar un presupuesto. Pida ver muestras del trabajo ya realizado para otro cliente. Los digitadores de libros que no trabajan con revistas a menudo piensan que pueden hacerlo con facilidad;

no acepte esta posibilidad. Las fotografías en blanco y negro que necesitan alta resolución, ilustraciones médicas tales como los rayos X y marcos matemáticos donde se necesitan ecuaciones complejas, son todos prerequisites que caen bajo la recomendación general de asegurar que el proveedor sea compatible con lo que quiere la editorial para una calendarización, nivel y rentabilidad adecuados.

6.2.7 Conocimiento y comunicación de lo que se necesita

También es fundamental comunicar al proveedor exactamente lo que se quiere. Para un libro, la petición para un presupuesto debe incluir: el posible número de páginas del libro; una muestra representativa del texto y/o un ejemplo del formato electrónico que probablemente se entregará; el tipo de papel que se necesita, idealmente con un ejemplo; información acerca del contenido de la ilustración, es decir, cuántas fotografías, dibujos lineales, etc., el estilo de la encuadernación; el número de colores para la cubierta o tapa, etc. La regla es que mientras más detalles se le den al proveedor más realista será el presupuesto. Sin embargo, no siempre es bueno que la sociedad insista en las necesidades particulares; por ejemplo, un tipo específico de papel no siempre es el mejor plan; existen buenas razones para dejar tiempo para recibir un consejo por parte del proveedor acerca de posibles métodos alternativos y más económicos. La situación para una revista es más o menos la misma, pero algunas de las decisiones son incluso más importantes porque es acerca de un estándar sobre la apariencia que posiblemente dure años y una calendarización que podría ser fundamental para que la revista tenga éxito. Es importante el aspecto del primer ejemplar de una revista para que pueda vender suscripciones e incite a otros autores a enviar artículos. Con una revista, el posible proveedor debe fijar la calendarización y la editorial se debe asegurar particularmente que los autores de los artículos tengan el tiempo suficiente para recibir y devolver las pruebas. Al mismo tiempo, cuando la revista es nueva, el proveedor necesita flexibilidad debido a que la escasez de copias de los primeros ejemplares puede tener como consecuencia que las editoriales pidan al proveedor realizar su parte del trabajo más rápido de lo acordado. Existen circunstancias especiales relacionadas con la producción de archivos electrónicos que se han mencionado en la sección 3.5.

6.2.8 El cobro de los proveedores

Los distintos proveedores presentan los costos de diferentes formas. Por ejemplo, el precio por página que entrega un digitador posiblemente parezca muy competitivo; sin embargo, menos obvio puede ser los altísimos cargos por los cambios en la prueba. Los costos de

transporte se deben expresar claramente. Es importante estar consciente de cuáles serán los cargos adicionales si existen variaciones solicitadas posteriormente al acuerdo llegado. Asegúrese también de que se señalen todos los costos y que ésta y otras partes de la cotización se encuentren por escrito.

Es de principal importancia que exista una buena relación y que exista una mutua confianza.

6.3 Presentación adecuada

6.3.1 El aspecto

Las editoriales que tienen como objetivo llegar a un público particular se deben asegurar que su publicación luzca “normal” para dicha audiencia. La necesidad de desarrollar un diseño distintivo a menudo es más fuerte en las compañías pequeñas y debe evitarse si es que se desea que el público confíe instintivamente en que lo que ve es aparentemente autorizado y significativo. Vale la pena tomar en cuenta el tipo de imagen proyectada por los libros y revistas que producen aquellas compañías que más destacan en la disciplina respectiva.

6.3.2 Convenciones

El mismo principio es importante cuando se consideran las convenciones relacionadas con las referencias o unidades del texto del libro o artículo. Es posible que el “estilo de la editorial” sea apropiado para una disciplina pero no para otra. No es buena idea insistir sobre las convenciones particulares adoptadas por un autor, que puede que no sean la norma en su comunidad. Además, no viene al caso cambiar una ortografía válida por otra. Quien proporciona los estándares varía de una disciplina a otra, pero un buen punto de partida, si existe alguna duda, es la lista de las asociaciones internacionales que entrega el sitio principal del ICSU, cuyo URL en Internet se encuentra en el Prefacio.

6.4 Estándares y convenciones

6.4.1 El mejor método

Esta subsección sólo puede mencionar la variedad de estándares y convenciones que se aplican a las publicaciones de libros y revistas. Existe bastante material disponible acerca de los estándares, algo del cual se ha señalado en la sección 3.7 que se aplican a la publicación electrónica. Algunos de los URL citados son importantes para la publicación impresa. La principal organización relacionada con tales asuntos es la Organización Internacional de Normalización, 1, rue de Varembe, Case postale 56, CH-1211 Ginebra 20, Suiza. Puede proporcionar el nombre y la dirección de la organización local principal. El énfasis de las subsecciones siguientes está en la implementación práctica. No existe una distinción sencilla entre los estándares y las convenciones; el mejor método o el buen método quizás describe mejor el contenido de esta parte de la guía. Específicamente, en cuanto a las convenciones, no existe ningún propósito de ahondar en la presentación, del modo en que está diseñada la página. Tanto para los libros como para las revistas tienen todas las oportunidades, en tanto que el objetivo es la difusión de la ciencia, mediante la presentación del contenido en la página de un modo que sea claro, simple y adecuado.

6.4.2 Informaciones de importancia

Las “informaciones de importancia” se refieren el material incluido delante y al reverso de cada ejemplar. Incluye ayuda para los autores (que se menciona más adelante) y también información acerca del pedido. Algunos de los componentes de las informaciones de importancia se describen a continuación. Algunas de las fuentes ya mencionadas proporcionan listas de control y un folleto muy valioso es *Serial Publications: Guidelines for Good Practice in Publishing Printed Journals and other Serial Publications*. Esto tiene que ver, por supuesto, con revistas solamente, se encuentra disponible en el United Kingdom Serials Group, 114, Woodstock Road, Witney OX8 6DY, Reino Unido. Se espera que esta guía sea revisada en un futuro próximo.

6.4.3 Números estándares internacionales (ISSN, ISBN)

Es muy importante postular a un ISSN (international standar serial number) si la publicación es una revista y asignar un ISBN (international standar book number) si es un libro. La ausencia de estos números estándar significa que es casi imposible encontrar una publicación fuera de su propio país. Los sistemas trabajan de manera distinta. Existe un centro internacional para el ISSN en www.issn.org que señala la agencia local pertinente,

pero no existe tal recurso para el ISBN. Sin embargo, la Agencia Internacional del ISBN sí posee una dirección de correo electrónico que se puede consultar y es ISBN@SBB.SPK-Berlin.de. De lo contrario, es mejor recurrir a la biblioteca nacional para encontrar asesoría.

6.4.4 La catalogación en una publicación

Otro elemento de información, cuyo propósito también es ayudar a la recuperación de información acerca del título de un libro, es el registro en un libro de la información de la Catalogación en una Publicación (CIP, Cataloguing in Publication). La información incluye el nombre completo del autor o editor, los lugares de publicación dando el lugar principal primero, el nombre de la editorial y la fecha de publicación. Los programas del CIP mantienen información del catálogo nacional estándar para que se imprima al reverso de la carátula de los libros (ver más adelante). Apresuran el listado de libros en las bibliografías nacionales y, por lo tanto, hace posible que los pedidos lleguen a la editorial pronto. La editorial debe enviar ya sea la materia preliminar, o las pruebas completas, para los próximos títulos a su centro local del CIP. No existe un listado internacional de estos centros y, se reitera que la biblioteca nacional es el mejor lugar para obtener información sobre tales programas. Para los países con tales programas en realidad no es habitual inscribir toda la información, sino más bien citar la información que se encuentra con la bibliografía nacional. Sin embargo, en países donde no existen tales programas vale la pena inscribir el mismo tipo de información al reverso de la carátula.

6.4.5 El título

Debería ser obvio que un título claro, descriptivo y pertinente es esencial para un libro o una revista. Sin embargo, las consideraciones para el diseño y la falta de atención significan más bien que los títulos muy frecuentes sólo son dados en parte o no se disponen claramente en la carátula o cubierta y, en el caso de las series, son modificados sin aviso o necesidad. Existe un excelente folleto de cuatro páginas sobre los títulos y otras materias incluyendo los códigos de barras (esencial para los libros y útil para las revistas) que se encuentra en la Librería del Congreso titulado "What's in a Name?". El URL es: lcweb.loc.gov/issn/whats.html.

6.4.6 Las páginas de título y las cubiertas de un libro

Los libros deben llevar el título, el subtítulo (si existe alguno), serie (si existe alguno), autor/editor y editorial en la carátula y afuera de la cubierta frontal. Además, la carátula debe tener el año de publicación. Si el lomo es lo suficientemente ancho se debe imprimir

el autor, el título (abreviado si es necesario) y la editorial. Las editoriales en idioma inglés característicamente lo redactan hacia abajo y a lo largo del lomo. El ISBN debe aparecer en la parte de afuera de la carátula y/o cubierta posterior idealmente en la esquina derecha inferior y en código numérico y de barras si es posible. La parte posterior de la carátula habitualmente se conoce como el verso o la página del derecho de autor. Esta página debe llevar: la dirección de la editorial, la sección del derecho de autor y la información relacionada (ver sección anterior 4.2.4), la fecha de la primera publicación y aquellas de las reimpresiones o nuevas ediciones, el país en que el libro fue impreso y (en algunas jurisdicciones) el nombre y la dirección del impresor, información del CIP si es posible y el ISBN.

6.4.7 Las páginas de título y las cubiertas de una revista

Existe una convención acerca de lo que debe ir impreso en la cubierta y en las páginas de título de los ejemplares de revistas que se explica en el folleto UKSG citado en la sección 6.4.2. Es posible que los contenidos se encuentren en la cubierta frontal, al reverso o en la página de título. Es útil si la página de título, que a menudo es fotocopiada para propósitos de recuperación, presente el título, el volumen y el número de parte o de publicación, la fecha de publicación, el ISSN y el nombre de la editorial, así como también una lista de los contenidos. Cada vez es más común ver la parte del derecho de autor tanto en la página de título como en el principio de cada artículo, esto es, para estar seguro de que la revista sea identificada cuando las copias de un artículo individual circulen o se encuentren disponibles por separado. Si es posible, el lomo de la publicación debe tener, desde arriba hacia abajo, el título de la revista, el número del volumen y del ejemplar, la paginación de ese ejemplar y la fecha de publicación. La página de título del volumen y la página del verso, organizada como para un libro, debe ir junto con un índice ya sea con la última publicación del volumen o con el primer ejemplar de un nuevo volumen.

CAPÍTULO 7

INSTRUCCIONES PARA EL AUTOR

7.1 Cómo instruir

Este capítulo se encuentra escrito desde el punto de vista de la editorial. Todas las editoriales publican instrucciones (o, como prefieren algunos, orientación) para sus colaboradores de revistas y para sus autores y editores de volúmenes con respecto a cómo les gustaría que fuera preparado el material. Las distintas casas editoriales tienen distintos estilos, pero existen características claves que se pueden mencionar aquí. En el caso de las revistas, las instrucciones para los autores por lo general son parte de las informaciones de importancia de (preferentemente) cada ejemplar, pero con los libros tienden a ser emitidos con los contratos o como parte de las instrucciones dadas a aquellas personas que presentan trabajos en los simposios. Entre los puntos generales que se pueden señalar se encuentran los siguientes. Ser claro y simple. No ser muy específico con el estilo, pero éste debe ser apropiado (ver sección 6.3). Finalmente, puede que valga la pena señalar un aspecto práctico: si las instrucciones se preparan por separado, éstas se deben realizar en un formato grande, ya que los documentos en formato pequeño tienden a caer en el fondo de los archivos o se extravían. En la actualidad, es habitual poner tales documentos a disposición en el sitio web de una editorial lo que hace que sea de más fácil acceso para los autores y para las editoriales para que se mantengan actualizados.

7.2 Formato

7.2.1 El uso de discos

Cuando el término “publicación electrónica” se comenzó a utilizar, el impacto práctico inicial para las editoriales fue que les permitía recibir el contenido de los autores en discos así como también en papel. Esto ya se mencionó antes en la sección 3.5.1 de esta guía. Los importantes ahorros de costos proyectados en ese tiempo se han realizado sólo en parte debido a la gran variedad de formatos utilizados por los autores. Sin embargo, la mayoría de las editoriales encuentran que vale la pena que los autores entreguen un disco así como también en copia impresa producida por el procesador de texto. Algunas editoriales insisten en esto. La ventaja para los autores es que es posible evitar el reingreso de información y, por lo tanto, la alteración innecesaria de lo que han escrito. Es razonable entregar una

plantilla o hojas de estilo especialmente para una revista y ponerla a disposición en un sitio web. Si hay que entregar las instrucciones en copias impresas, las especificaciones más importantes son el sistema de encabezados y el sistema de referencias, aparte del manejo de ilustraciones que se señala más adelante.

7.2.2 Especificaciones

La editorial debe especificar la naturaleza de los discos que pueden manejar incluyendo la versión del software. Actualmente (1999) los archivos de Word son los más disponibles y que la mayoría puede manejar. Varios matemáticos y aquellas disciplinas que utilizan mucha matemática usan variedades de TeX, más comúnmente LaTeX. Los químicos a menudo prefieren el software Macintosh. El formato exigido debe ser el que la comunidad respectiva utiliza más frecuentemente. Siempre se debe pedir también una copia impresa, pero como parte de las instrucciones se debe establecer desde el principio cuál versión (en disco o impresa) se considerará como normativa. Independiente de lo que se decida, se debe tomar una decisión con respecto a la manera en que se deben manejar tanto la revisión como la corrección. Si el propósito es que los discos se entreguen a los digitadores (ya sea una función interna o externa) las capacidades del sistema utilizado deben ser comprobadas y tomadas en cuenta. Las ventajas de costo de la utilización de discos producidos por los autores y los beneficios de no tener que pedir a un autor revisar las pruebas pueden ser anuladas si existe una falta de correspondencia tecnológica que produzca la necesidad de reingreso.

7.2.3 La utilización de resúmenes

Es necesario que los resúmenes vayan en el encabezamiento de todos los artículos de revistas, ya que las editoriales secundarias que facilitan la recuperación del artículo los necesitan. También figuran al comienzo de varios capítulos de libros. Las instrucciones se deben dar de acuerdo a la costumbre en la disciplina respectiva.

7.3 Las ilustraciones

7.3.1 El manejo de las ilustraciones

En la publicación científica, el manejo de ilustraciones es una causa importante de confusión y de desacuerdo resultante entre el autor y la editorial. Por lo general, las editoriales esperan que el autor proporcione las ilustraciones listas para su uso inmediato,

complementadas con alguna indicación o leyenda. Es importante que se explique claramente la reducción porcentual que se va a utilizar en el proceso de producción, de modo que el autor pueda estimar el tamaño de la rotulación y que las líneas puedan ser de un grosor adecuado. En ciertas disciplinas, la editorial debe entregar al autor la información acerca de la resolución (puntos por pulgadas) adoptada en los archivos gráficos. También es importante especificar la forma en que se deben presentar los dibujos lineales, los gráficos, etc., de acuerdo con la práctica vigente. Un vistazo a varias instrucciones para autores revela que en esta área a menudo las instrucciones no van de acuerdo con la práctica vigente. Las editoriales nunca deben pedir a los autores realizar trabajo innecesario. Se debe tomar en cuenta que se dispone de una amplia variedad de software con material gráfico adecuado.

7.3.2 Las fotografías en colores y en blanco y negro

Las fotografías en blanco y negro (medio tono), que deben ser originales, a menudo son fáciles de manejar, aunque se deben dar instrucciones especiales para algunas ilustraciones médicas tales como los rayos X. La editorial debe llegar a un acuerdo sobre las láminas en colores. Su reproducción es costosa y varias editoriales piden subvenciones para cubrir los gastos adicionales. Las instrucciones deben ser claras. Es importante explicar que la versión publicada no puede ser de mejor calidad que los originales. A veces, se presentan ilustraciones que la editorial necesita cortar y, en este caso, debe explicitarse el punto que se va a ilustrar. También se deben dar instrucciones especiales acerca de los pies de foto. Debido a que a menudo las ilustraciones se recuperan fuera de contexto, la explicación de su importancia en el pie de foto debe ser explícita sin referencia al artículo al que pertenece la ilustración.

7.4 Los derechos

Las instrucciones para el autor siempre deben incluir información acerca de la política de publicación de la revista con respecto al material previamente hecho público, ya sea mediante su publicación previa o, en el caso de las revistas, mediante su disposición en un sitio web abierto. Tanto en el caso de los libros como en el de las revistas, se debe especificar el modo en que se obtiene el permiso para utilizar el material de derecho de autor. Este asunto se trata con mayor detalle en la sección 4.3.

CAPÍTULO 8

DISTRIBUCIÓN Y MARKETING

Por lo general, para la editorial pequeña es relativamente fácil manejar la producción de libros o revistas, pero si la intención es llegar a una audiencia internacional específica, la distribución y el marketing pueden ser un problema mayor. Por lo tanto, primero se abarcan las interrogantes de distribución incluyendo la atención de los pedidos. El marketing, en toda la extensión de la palabra, incluyendo la investigación de mercado es parte de los servicios con valor agregado que proporciona la editorial. Sin embargo, en este capítulo, marketing se utiliza como sinónimo de promoción y la promoción, como se ha descrito, se basa en las técnicas tradicionales. Las oportunidades que presenta la Internet, que sólo en la actualidad se están explorando adecuadamente, ya se han señalado en la sección 3.6.4. Se debe aclarar un punto adicional. La publicidad no sólo tiene el propósito de vender la publicación a un comprador sino que también de vender la publicación a un posible autor en el caso de una revista o una serie de un libro, y de hecho, dar a conocer la editorial a la comunidad a la que trata de prestar servicio.

8.1 La venta y distribución

8.1.1 La realización y distribución de una revista

No es difícil lograr el manejo de suscripciones a una revista desde un centro para todo el mundo. La distribución real, dada la cooperación próxima con las autoridades de correo locales, ya sea directamente o a través de las casas de correo, no es uno de los problemas más grandes para las empresas más pequeñas. Existen varias empresas comerciales que proporcionan servicios de consolidación que pueden ahorrar bastante dinero en franqueo. Estos servicios operan mediante la obtención de menores precios por parte de las autoridades de correos como una recompensa por agrupar elementos que tienen el mismo destino. Por lo general, las suscripciones de las bibliotecas a las revistas se realizan por intermedio de agentes de suscripción y la mayoría de los negocios van a través de un pequeño número de empresas realmente grandes que son muy profesionales en el trabajo con las editoriales en cualquier país. Las bibliotecas prefieren trabajar con agentes que les signifiquen un ahorro de dinero presentándoles una sola factura en vez de tener una por cada editorial y además entregándoles toda una variedad de servicios, tradicionalmente solicitando ejemplares que faltan, pero ahora también contando incluso de funciones básicas de bibliotecas tales como la catalogación.

8.1.2 La distribución y representación de libros

A menudo los libros representan un problema mayor. Es tradición hacer los arreglos para la representación a las librerías de los mercados principales donde se espera que se compre la publicación respectiva. Para lograr este propósito, a menudo, los gerentes de ventas crean una red de agentes. No es del todo claro que sea rentable gastar mucho dinero y tiempo, especialmente en viajes internacionales, para establecer y mantener estos tipos de arreglos. Las librerías no almacenan la mayoría de las publicaciones académicas, pero ciertamente es importante que puedan encontrar información acerca del libro en los directorios apropiados (ver a continuación sección 8.1.3). Desafortunadamente, a pesar de la existencia de algunos mayoristas internacionales en mercados claves, tal como el de América del Norte, las bibliotecas trabajan habitualmente a través de vendedores de libros que sólo quieren comprar dentro de un grupo pequeño de países, siendo reacios a incluir a algunos países que son fundamentales en materia de publicación. A veces (pero rara vez) es posible encontrar una co-editorial en los Estados Unidos, especialmente de entre las categorías de varias editoriales universitarias excelentes; tal acuerdo puede incluir una inversión en los costos. Sin embargo, generalmente, un acuerdo de distribución es la respuesta, pero éste no necesita abarcar más que el stock, las tramitaciones de pedido y, sobre todo, proporcionar una dirección local, aunque puede incluir, si es necesario, el marketing local. En cualquiera de los dos casos, la otra parte debe cubrir los costos y sacar ganancias del descuento dado. El descuento que da la editorial a los agentes variará bastante dependiendo de la variedad de servicios ofrecidos y de si la venta es directa o a través un vendedor de libros u otro intermediario.

8.1.3 Los directorios

Para una revista es esencial estar ingresada en el *Ulrich's International Periodicals Directory*, que se encuentra disponible en la editorial R.R.Bowker, 121 Chanlon Road, New Providence, NJ 0797, Estados Unidos. También se encuentra disponible online; para mayor información puede dirigirse a www.reedref.com. Se debe mencionar, además, el Publist anunciado como el Internet Directory of Publications se preocupa/refiere de libros y revistas. Para averiguar cómo obtener acceso a su sitio web ver www.publist.com. Para los libros, cada país editor importante posee su propio directorio. En los Estados Unidos, la empresa Bowker también produce Books in Print; se encuentra disponible a través de una variedad de puntos de venta electrónicos así como también impreso. En el Reino Unido, la publicación equivalente la realiza Whitakers, ubicada en 12, Dyott Street, Londres, WC1A

1DF. En cualquiera de los dos mercados, una dirección de distribución puede realizar cobertura en cualquiera de estos dos posibles directorios. Los títulos en inglés publicados en África, Asia, Australia, Canadá, Europa continental, América Latina, Nueva Zelanda, Oceanía y en la República de Irlanda se encuentran en *International Books in Print* publicado por K.G. Saur Verlag, Ortlerstrasse 8, D-81373 München, Alemania (www.saur.de).

8.2 El cumplimiento del pedido

En la sección sobre el financiamiento de la publicación ya se ha hecho mención acerca de la importancia de obtener compradores que paguen por las publicaciones tan pronto como sea posible. Es fundamental que la sociedad científica organice sus acuerdos financieros para llevar a cabo el cumplimiento del pedido, que puede implicar la instalación de nuevos sistemas para manejar las transacciones internacionales. A veces, otras compañías, las que incluyen editoriales más grandes, manejan mejor tales servicios. Existen economías a escala importantes especialmente en lo que respecta a las revistas. La pequeña editorial no necesita perder su identidad al aprovechar tales disposiciones, ya que están habitualmente diseñadas como para permitir dichos servicios, como es la facturación, utilizando su propio membrete.

8.3 Promoción por correo directo

8.3.1 Los costos

Este es el método habitual para la venta de las publicaciones académicas. No es barato; una regla general es que los costos directos casi duplicarán los costos de envío. Estos cálculos también suponen el acceso a las listas de direcciones de los compradores potenciales del libro o la revista. En cualquiera de los dos casos, es posible que el comprador sea una biblioteca, pero la presión que ejercen los patrocinadores o clientes influye en sus decisiones de compra. En el caso de las revistas y libros costosos como las enciclopedias, puede que valga la pena enviarlos directamente por correo a las bibliotecas (ver más adelante sección 8.6).

8.3.2 Las listas de envío

No siempre las editoriales admiten que ellos ya tienen una cantidad de listas útiles que incluyen el registro de sus clientes, y sus autores incluyendo los autores de artículos de revistas. Existen tres fuentes principales de listas de direcciones: una lista propia de autores o editores, otras sociedades científicas y los agentes. Si se les presiona, los autores o editores, o (en el caso de las revistas) los consejos editoriales a menudo pueden proporcionar algunas listas útiles de grupos de especialistas y sociedades científicas a las que pertenecen. Estas listas son invaluableles, pero hay que asegurarse de que el donante tiene permiso para entregarlas para el propósito deseado. Se debe tomar en cuenta el número cada vez mayor de legislaciones de protección de datos de los distintos países. Es posible que otras sociedades científicas estén dispuestas a ayudar, pero a veces son muy reticentes a que sus listas abandonen los edificios y el cargo por realizar una lista de direcciones puede ser bastante alto. Existen algunos agentes de listas bastante buenos principalmente en los Estados Unidos, pero son costosos. Siempre hay que asegurarse de no enviar muchos folletos a listas que son muy amplias en cobertura pues no es muy rentable.

8.3.3 La redacción del material promocional

El material promocional no necesita ser elaborado. Debe incluir toda la información bibliográfica básica incluyendo el ISSN o el ISBN, el nombre y la dirección de la editorial y/o las direcciones para los pedidos y el precio. La descripción del libro o la revista (la “propaganda publicitaria”) debe ser informativa en vez de laudatoria; una lista de los contenidos es más valiosa que algo escrito por un editor. Sin embargo, siempre existe un espacio para un reconocimiento por un académico de prestigio, especialmente uno bien conocido en un mercado clave como el de América del Norte. En el caso de una revista, puede ganarse mucho al inscribir un consejo editorial prestigioso.

8.4 La publicidad

Cada encuesta de los hábitos de compra entre los académicos o bibliotecarios muestran que la respuesta a lo que se conoce como “espacio de publicidad” se encuentra al final de la lista de razones para comprar. También puede ser costoso. Sin embargo, una editorial pequeña que desea vender una nueva revista a una amplia audiencia internacional puede que considere que la inversión de su presupuesto para marketing en, por ejemplo, una publicidad de una página completa en una revista como *Nature*, que llega a la mayoría de los investigadores biomédicos, podría valer la pena el costo de compra. Es posible que sea

mejor que la utilización de una gran cantidad de listas de direcciones por más o menos el mismo gasto total. La publicidad en los boletines informativos de las sociedades puede ser un modo más económico de llegar a la membresía que la utilización del servicio de correo. La información incluida en la publicidad es casi la misma que la propuesta por los folletos promocionales. Vale la pena considerar el intercambio de publicidad con otras publicaciones pertinentes o en los envíos por correo de otras sociedades científicas.

8.5 Las exhibiciones

Para el éxito de un libro o una revista es fundamental que la persona que recomendará su propósito vea una copia de revisión o de muestra. Mientras que las copias de muestra de las revistas ahora se pueden obtener no sólo por correo, sino también de los sitios de la editorial, donde la tendencia es poner a disposición estas publicaciones de muestra sin costo alguno, los vendedores de libros y los mayoristas son cada vez más reticentes a enviar libros durante el proceso de aprobación. Por lo tanto, las conferencias de especialistas son muy importantes, ya que a menudo presentan oportunidades para la muestra de publicaciones. En la mayoría de los casos, la contratación de un lugar y de personal es muy costoso para una editorial pequeña, pero a menudo, las exhibiciones de un grupo asociado hacen que sea posible llevar a cabo una muestra. Los organizadores de conferencias entregarán información con frecuencia acerca de tales servicios.

8.6 El uso de intermediarios

Los agentes de suscripciones pueden ser muy útiles en informar a las bibliotecas acerca de nuevas revistas. Los más grandes ofrecen varios servicios promocionales incluyendo la creación de listas para un grupo específico. Los cuatro más grandes (Blackwells, Dawson/Faxon, EBSCO y Swets) tienen extensos sitios web que explican cómo se puede acceder a estos servicios. Esto es fundamental si uno desea asegurarse que la revista nueva se va a mantener en su base de datos. Una variedad más amplia de intermediarios, que incluyen servicios de propiedad de algunas editoriales, y una organización de bibliotecas (OCLC) ayudan a las editoriales a llevar sus publicaciones online más eficazmente a las bibliotecas y a los científicos, a través de éstas. Cada intermediario tiene su propia propuesta de publicaciones presentadas a través de una interface. Generalmente, el

intermediario se vincula al contenido en el servidor de la editorial o en el servidor que de otra manera hospeda las publicaciones, pero algunos ofrecen actuar como host ellos mismos. No existe consenso entre las editoriales acerca de cómo ver tales organizaciones, pero en general es correcto decir que en estos momentos existe desconfianza principalmente entre las grandes editoriales, en tanto que las empresas más pequeñas se encuentra bastante complacidas con la publicidad adicional que tales ofrecimientos le dan a sus publicaciones.

8.7 Servicios de indización y resúmenes

8.7.1 Promoción dirigida

Los investigadores utilizan mucho estos servicios secundarios que los puede dirigir a su publicación. Casi todos ofrecen servicios para disciplinas particulares y, por lo tanto, no es apropiado enumerarlos todos. Las sociedades científicas sabrán naturalmente qué empresas se pueden contactar. La mayoría está relacionada principalmente con artículos de revistas, pero algunos también abarcan libros de varios autores incluyendo las de simposios. Algunos comprarán su revista o libro, pero muchos esperan recibir copias gratuitas. Nunca envíe copias sin revisar con anterioridad si van a ser utilizadas y revise su lista “gratis” regularmente, o más tarde se puede encontrar con una gran cuenta de franqueo a cambio de muy poco beneficio.

8.7.2 The Institute of Scientific Information

A cuáles servicios secundarios uno se dirija dependerá de la disciplina de su publicación, excepto en el caso del servicio del Institute of Scientific Information's Current Contents. Una ventaja importante para las revistas es aparecer en *Current Contents*. El número de revistas que se abarca permanece regularmente constante y las decisiones las realizan organismos de especialistas de la revisión internacional. Se recomienda que las editoriales envíen una copia del primer ejemplar de una revista que les gustaría fuese evaluada inmediatamente una vez publicada. Este ejemplar se debe enviar a Editorial Development – ISI, 3501 Market Street, Filadelfia, PA 19104, USA. La publicación debe ir con una carta que explique los objetivos y el ámbito de la revista y también proporcionar un nombre para contactarse. Se debe revisar por lo menos los primeros tres ejemplares de una revista nueva antes de que se tome una decisión de cobertura; por lo tanto, el segundo y tercer ejemplar también se debe enviar a la misma dirección a medida que se publican. Es fundamental para

aceptación de este servicio, y de varios otros, que la revista sea publicada de acuerdo con la calendarización.

8.8 Las copias para revisión de libros

Una buena reseña de un libro publicado en un periódico que sea leído por el público a quien va dirigido puede significar una gran diferencia en las ventas. Cuando se prepara una lista de revistas o revistas de actualidad a las que se les debe enviar copias para reseñas, cerciórese de que en verdad incluyan reseñas. La información sobre este punto se encuentra en *Ulrich* (citado antes en la sección 8.1.3). Para las publicaciones más costosas vale la pena revisar con anterioridad que el libro tenga correspondencia con la política de reseña de la publicación periódica. Asegúrese de enviar todos los detalles del libro incluyendo la dirección para los pedidos. No hay muchas publicaciones periódicas que hagan reseñas de revistas como rutina; sin embargo, *Nature* las efectúa dos veces al año. Revise cuando debe salir el próximo ejemplar de la revista y los criterios para armonizar la fecha de envío.

8.9 El depósito legal

Muchos países han aprobado la legislación obligando a las editoriales a entregar gratis a las bibliotecas designadas copias de libros y revistas impresas que publican y existe un movimiento para extender el “depósito legal” a los materiales electrónicos/digitales. No existe una lista internacional accesible de las prácticas en los distintos países y el mejor consejo es revisar con la biblioteca nacional para averiguar lo que se ha hecho.

CAPÍTULO 9

EL TRABAJO CON UN SOCIO

En la mayoría de las secciones anteriores de esta guía se ha asumido que la sociedad científica está manejando su propia publicaciones, quizás con la realización externa de algunas funciones especializadas o con algún tipo de colaboración, por ejemplo, en la distribución. Para las sociedades que trabajan solas, la orientación es muy necesaria porque, si uno está trabajando en sociedad, la mayor parte de la información incluida en estas secciones le resulta conocida al socio (mayoritario). Parte de la relación siempre debe ser entregar asesoría para la publicación sobre la variedad de publicaciones que surgen.

9.1 ¿Por qué buscar un socio?

Muchas sociedades deciden que sus programas de publicación serán más seguros y que el flujo de ingresos será más confiable si se asocian con otra editorial que tenga un programa de mayores dimensiones y con personal ya contratado que cubra todas las funciones de publicación. Pueden haber, por supuesto, economías de escala. En el caso de los inicios, las inversiones necesarias pueden provenir de otra sociedad en vez de la sociedad misma. Los problemas relacionados con la publicación electrónica demandan la ayuda de expertos, que es costosa y difícil de asegurar, pero que puede que ya exista dentro de un posible socio. Esencialmente, las sociedades científicas que actúan como editorial pueden pensar que realizan un mejor trabajo para sus autores y para sus miembros al entrar en tal relación (ver sección 9.2)

9.2 Definición de objetivos

Antes de buscar un socio y de comenzar negociaciones, es apropiado que la sociedad científica decida que es lo que busca con tal asociación. Esto dependerá de la naturaleza de la publicación, de los fondos disponibles y de cuánto control la sociedad científica desea ejercer sobre la operación. La propiedad es importante y se trata a continuación.

9.2.1 El trabajo en sociedad con una empresa/organización que no es una editorial

En lo que sigue de esta guía se asume que el socio es otra editorial. En el área de la publicación de revistas han habido impresores que ofrecen un “servicio completo” que

incluye el marketing y la contratación de suscripciones, pero no han encontrado posible invertir en aquellas partes del rol de la publicación, hasta el punto de convencer a los clientes potenciales, fuera de sus áreas comerciales básicas. En el campo electrónico existen algunas compañías que ofrecen una variedad de servicios que incluyen el cumplimiento de suscripciones y la distribución e incluso la producción de archivos electrónicos, una prolongación de lo que ofrecen los hosts electrónicos que se menciona en el capítulo 3. Si desea que tal variedad de servicios sea externa, vale la pena considerar estas propuestas.

9.2.2 Con o sin fines de lucro

Los comités de las sociedades científicas que deciden trabajar en sociedad, a menudo, poseen miembros con una perspectiva clara acerca de si un socio debiera ser otra sociedad científica o una editorial comercial. De hecho, no existe una antítesis categórica en cuanto a si los fines son o no de lucro. La mayoría de las grandes sociedades científicas o editoriales universitarias son idénticas operacionalmente y sostienen políticas, por ejemplo, sobre el derecho de autor, que son indistinguibles de aquellas de las editoriales comerciales. Todas las partes desean obtener un excedente o ganancia y por consiguiente, considerarán cualquier relación con una sociedad cliente. Además, no es adecuado considerar a todas las editoriales comerciales del mismo modo. Algunas empresas se especializan en el trabajo con sociedades científicas y están dispuestas a obtener un margen de menor ganancia para asegurar tales relaciones y obtener un mayor volumen de venta. Sin embargo, existe el caso que cualquier excedente que obtenga la sociedad científica se invierta nuevamente en la disciplina, o, en el caso de una editorial universitaria, nuevamente en la universidad; en tanto, las ganancias de una casa comercial van a los accionistas; esto podría considerarse significativo.

9.2.3 La calidad de la relación

No siempre es mejor pretender relacionarse con la editorial más grande. La distintas economías de escala en una casa editorial mayor se deben comparar con las habilidades especializadas de una casa editorial más pequeña. Es habitual que una relación fracase porque la sociedad científica no encuentra ningún paladín sino una sucesión de empleados en distintas funciones lidiando con sus negocios. Parte de esto puede ser porque se asigna sólo una persona responsable del trabajo de vinculación, aunque incluso en esas circunstancias no se puede impedir el movimiento de personal.

9.3 Cómo elegir a un socio

9.3.1 Definición de criterios

Bajo la suposición de que la sociedad científica se aproxima a la búsqueda de un socio con una instrucción clara, existen varios criterios que se deben considerar. Estos se deben señalar explícitamente; existe un fuerte argumento para producir un documento de licitación que se debería enviar a los posibles socios, exigiendo una respuesta formal y seguido de una entrevista formal para discutir las respuestas detalladamente. Existen razones de sobra para negociar hasta que se identifique el mejor socio; una aproximación estructurada previene que un individuo encantador presente y acepte un escenario demasiado optimista, o que se les dé demasiada importancia a las relaciones existentes entre una casa editorial y los funcionarios de una sociedad. Obviamente, un acuerdo sobre un solo libro, por ejemplo, las actas de un simposio, no justifica invertir mucho tiempo en negociaciones, pero la transferencia o el comienzo de una serie de libros o una revista necesita más o menos el mismo nivel de atención y se pueden utilizar la mayoría de los criterios.

9.3.2 Las actividades del socio potencial

La editorial considerada, normalmente deberá tener una lista activa de libros y revistas probados en el campo de estudio o disciplina en cuestión. Si una revista se encuentra en estudio, no es una buena idea formar una sociedad con una editorial que se especializa en libros. Una lista adecuada de un tamaño razonable, ya bien conocida, le dará credibilidad a la editorial con los vendedores de libros o agentes y también una imagen con compradores potenciales que ya conocerán y respetarán el pie de imprenta. Indudablemente, la existencia de un programa activo en un área pertinente en la lista del socio permite un mayor marketing a través de envíos postales que tengan eficacia de costos, ya que pueden incluir un mayor número de títulos. Lo mismo sucede con los catálogos en secciones y en particular, justifica la presencia en las exposiciones. Los miembros de una sociedad científica delegados para negociar con un posible socio puede que conozcan a partir de su propia experiencia qué tan bien aquella compañía manejaba sus propias publicaciones. Los catálogos revelan las políticas de fijación de precios, que pueden ser importantes, la envergadura y la amplitud de la red de distribución. Las visitas a las librerías locales e incluso las conversaciones ocasionales con el personal de la librería pueden ser informativas.

9.3.3 Acerca de la calidad de producción y la calendarización

La revisión de sus libros o revistas revelará que tipo de estándares de producción tiene el posible socio. Necesitan tener la capacidad para manejar e imprimir el tipo de material que la sociedad editorial tiene en mente. Esto es particularmente válido en relación con la composición matemática o donde existe una alta incidencia en las fotografías en blanco y negro de calidad. No es posible señalar, a partir de la publicación en su forma terminada, si la editorial tuvo sistemas internos capaces de, por ejemplo, manejar discos de autores o de la sociedad misma, pero se pueden y se deben hacer preguntas específicas. También existe el asunto de la calendarización. En el caso de las revistas, la brecha entre las fechas de aceptación y publicación de la revista misma revelan mucho, pero se pueden necesitar preguntas directas para establecer cuánto tiempo toma publicar un libro después del envío del texto final.

9.3.4 ¿Uno o varios socios?

La sociedad científica necesita estar segura que un socio es eficiente y que posee políticas aceptables y que estas eficiencias y políticas se pueden demostrar de manera práctica y no sólo en presentaciones en papel o con palabras en las reuniones. Varias sociedades con programas de publicación exhaustivos prefieren trabajar con una empresa de publicación, pero otras tendrán relaciones con varias. Esta preferencia se debe en parte a que los distintos socios son vistos como más apropiados para las distintas secciones del programa; pero también por razones estratégicas, para minimizar el peligro de tener una gran confianza puesta en una de las partes.

9.4 El contrato con un socio

Esta sección no trata la explicación del acuerdo del documento contractual y los temas considerados no se encuentran en el orden en que habitualmente se tratan en un contrato. La variedad de relaciones posibles es demasiado grande para redactarlas en una plantilla que fuera más útil que engañosa.

9.4.1 Lo que cada parte aporta a la sociedad

Básicamente, la sociedad otorga a la relación su prestigio, sus miembros y su capacidad de atraer a autores y colaboradores, a menudo a partir de sus propias filas. Puede ofrecer su

membresía como potencial o, en el caso de una revista, compradores reales, a veces como parte de su suscripción a la membresía. También otorga al socio de la publicación ingresos adicionales, ganancias y más visibilidad. El socio ofrece su pericia en la publicación, experiencia y todas las ventajas que surgen de esto. Algunos contratos señalan este tipo de planteamientos en un preámbulo.

9.4.2 Tipos de disposiciones financieras

El contrato con un socio se construye alrededor de un acuerdo financiero básico. Existen tres tipos principales: un acuerdo de comisión, un acuerdo de derecho de autor y un acuerdo de participación en las ganancias. Debido a que son relaciones, estas se encuentran clasificadas en orden ascendente de cercanía entre la sociedad y un socio y serán tratados en este orden.

9.4.3 Los acuerdos de comisión

Un acuerdo de comisión es cuando una sociedad científica paga al socio de publicación una comisión, generalmente un porcentaje de los ingresos provenientes de las ventas, por realizar un número de funciones específicas tales como las ventas y el marketing, el cumplimiento de la suscripción/pedido, el almacenamiento y la distribución. El socio de publicación deduce el dinero recibido bajo este acuerdo del ingreso que entra y pasa lo que resta a la sociedad. Sólo ocasionalmente sucede lo contrario. En tal acuerdo, las cuentas de producción generalmente las paga la sociedad. Para que tal acuerdo sea factible, la sociedad debe tener el dinero para invertir. La sociedad paga directamente, pero al mismo tiempo ejerce más o menos el control total. La mayor desventaja, aparte del riesgo financiero y el posible flujo de fondos deficiente involucrado, es que posiblemente la sociedad no aproveche de ofrecer toda la variedad de servicios que se encuentran involucrados en el negocio de la publicación. Por lo tanto, desaprovecha el tipo de ayuda que una compañía más grande y con más experiencia le puede entregar. Es posible que en la actualidad esto sea un factor más importante de lo que solía ser, en vista de los rápidos cambios y oportunidades presentados por Internet. Además, para la editorial existe muy poco incentivo para realizar más de lo absolutamente necesario para la sociedad.

9.4.4 Los acuerdos de derecho de autor y de participación en los beneficios

Los acuerdos de derecho de autor y de participación en los beneficios suponen, ambos, como que es el socio de publicación quien proporciona la inversión y corre el riesgo. Los derechos de autor sobre el ingreso proveniente de las ventas atraen a una sociedad que

comienza nuevos proyectos, ya que pueden recibirlos desde el principio. También son fáciles de interpretar y verificar. La participación de los beneficios es preferible en una situación donde existe una lista acabada de publicaciones y en particular donde se encuentran involucradas las revistas. Algunas sociedades prudentemente piden que se calculen ambos acuerdos y piden que se les pague sobre cualquier base que les signifique mayor ganancia de dinero. La participación de los beneficios se debe establecer cuidadosamente en los términos contractuales. Existen distintas formas de realizar esto, algunas de las cuales implican cálculos que son imposibles de verificar. Se debe evitar cualquiera de estos cálculos. Quizás la definición más satisfactoria de las ganancias es aquella en que los costos de producción y marketing, y quizás algunas otras funciones que se pueden demostrar con facturas de proveedores externos más un cargo de gastos generales, se descuenta de las ganancias. El problema es que el cargo de gastos generales, aunque es posible definirlo como un porcentaje de la ganancia, no se puede justificar de ninguna manera que se pueda verificar. ¿Por qué el 25% de una compañía y el 15% de otra? Una variable de la participación de los beneficios es un acuerdo de cuenta mancomunada donde la sociedad y la editorial asignan sus costos específicos, y la utilidad representa la ganancia después de que se han deducido los costos. La ganancia también se debe definir con precisión; en el caso de una revista ¿es la ganancia del ingreso de las suscripciones o las suscripciones más los ingresos de los derechos subsidiarios más la ganancia proveniente de la publicidad? ¿Incluye también la ganancia proveniente de las separatas, las reimpresiones o los honorarios de derecho de autor provenientes de la entrega de documentos? Es más fácil especificar “toda la ganancia”.

9.4.5 Otras consideraciones financieras

Se puede argumentar que cualquier acuerdo, que no incentiva al socio a trabajar más arduamente para obtener mejores resultados financieros, no producirá como resultado la más exitosa de las publicaciones. No tiene sentido suponer lo peor, si lo que se pretende es un acuerdo que sea de beneficio mutuo. Sin embargo, la sociedad no debería unirse demasiado. Siempre debería insistir en la claridad y en una fórmula que permita la verificación. Siempre es importante insistir que los registros financieros de la compañía, los “libros”, que se relacionan con las publicaciones de la sociedad, se encuentren disponibles para inspeccionarlos.

9.4.6 Otras cláusulas contractuales

Las otras partes del contrato deben abarcar más o menos las mismas áreas que los contratos con autores/editores descritos en la sección 4.1 y para las revistas se encuentran en el Apéndice 2. Existen diferencias obvias en que los arreglos detallados para la calendarización para los proyectos individuales no se tratan de la mejor manera en un acuerdo que cubre una relación de conjunto. Las cláusulas que cubren específicamente los acuerdos relacionados con la publicación electrónica se mencionan más adelante en la sección 9.5.

9.4.7 Propiedad

La propiedad es fundamental específicamente en el caso de las revistas, donde muchas sociedades piensan que son dueños de una revista, pero descubren que pueden perderla y quedarse sin ella. Cualquier contrato debe ser explícito en relación a la propiedad, que incluye no sólo el título sino también la lista de suscripción y además (si se quiere) los ejemplares atrasados o, en el caso de los libros, el inventario. Al socio de la publicación se le debe obligar a obtener una escritura de traspaso de los derechos de autor a nombre de la sociedad y el enunciado de los derechos de autor debe ocupar un lugar prominente.

9.4.8 El control editorial

Comúnmente, las sociedades desean tener, sino todo, algo del control editorial. Se preocupan que la editorial trate de arrebatarles esto. Sin embargo, esta preocupación casi siempre no tiene fundamento. Generalmente, las editoriales quieren que el socio de la sociedad forme parte activa en la edición y en la validación del contenido. Sin embargo, es posible que insistan sobre un veto final por razones comerciales o legales para proteger su inversión. Esto se debe señalar claramente en el acuerdo.

9.4.9 Los derechos

Varias sociedades encuentran que es más fácil que los derechos de matriz a subsidiarias, derechos descendentes (tal como se define en la introducción al capítulo 4), sean manejados por la editorial, especialmente en vista de las complejidades que existen en el medio electrónico en la actualidad, a cambio de la participación en los ingresos. En el caso de los derechos de las subsidiarias a la matriz (ascendentes), las sociedades generalmente se sienten afortunadas de que el socio utilice sus acuerdos contractuales estándar con los autores, editores y colaboradores con sólo pequeñas alteraciones, si es necesario. En tales

casos, la sociedad tiene que tener muy claras las prácticas y políticas del socio. Los contratos pueden ser un apéndice al acuerdo principal entre las dos partes.

9.4.10 Las políticas de fijación de precios

Lo mismo se aplica a las políticas de fijación de precios. El socio de publicación puede fijar los precios de los libros individuales a su discreción dentro de una banda acordada, pero es razonable asegurarse de que sea un deber llegar a un acuerdo respecto a la fijación del precio de una revista. Si el acuerdo sobre una revista incluye una entrega a los miembros a un honorario reducido, esta tasa debe estar bajo el control de la sociedad.

9.4.11 Las obligaciones de los socios

Existen varios modos de tratar las obligaciones que la sociedad posee con sus miembros. Algunas sociedades envían las revistas a los miembros como parte de la suscripción. A veces, existe la elección entre un número de revistas, si la sociedad publica varias revistas. A veces, la sociedad le pide a los miembros que paguen por cualquier publicación, presentando el pago como una opción de las formas de membresía, pero con un descuento importante. En un acuerdo con el socio de publicación, es posible que el socio distribuya estas copias sin cobrar a la sociedad, o quizás cobre el franqueo o puede que cobre una suma por cada miembro que provee. Dependiendo de las complejidades de los acuerdos de publicación de las sociedades, pueden existir dificultades en los cálculos para asegurarse que la sociedad haga el mejor negocio.

9.4.12 Asuntos de producción

El control editorial que tiene la sociedad se extiende a la provisión de los servicios de composición tipográfica interna y la entrega de una copia en cámara digital o un disco; en este caso, el socio le podría exigir a la sociedad la obligación de mantener un nivel de calidad y cumplimiento de las calendarizaciones. En la mayoría de los casos, las sociedades se encuentran en una posición de querer asegurar que sus publicaciones salgan en un tiempo razonable y que los estándares de producción sean los que se creen más apropiados. A menudo existe una gran dificultad en hacer que las editoriales sigan un estilo o formato particular que la sociedad ha decidido. El color de la cubierta y la tipografía del lomo son ejemplos de algunos aspectos del proceso de producción que curiosamente son difíciles de definir. Las sociedades pueden pedir razonablemente que se aseguren los estándares de producción en los contratos; esto se puede definir mediante la referencia a un libro o revista específico.

9.4.13 Asuntos de marketing

A menudo, los asuntos acerca del nivel de marketing son una característica importante de los documentos de licitación, pero las promesas hechas a esa altura por los socios de publicación acerca del marketing casi siempre decepcionan en realidad y puede llegar a ser una causa importante de fricción. Una manera de reducir la brecha entre las expectativas y la realidad es obligar al socio a un nivel de gasto en marketing que sea demostrado por cuentas de proveedores externos. La sociedad también puede pedir una propuesta con el costo calculado e insistir que es parte de la decisión de cómo gastar una suma acordada. Es habitual para las sociedades pedir que revisen toda copia promocional, pero ésta no debe ser una exigencia muy estricta ya que no siempre es posible acordar tal verificación sin perder una oportunidad de venta. En todos estos casos existe un elemento de confianza dentro de una estructura general que es completamente clara en los puntos principales.

9.4.14 Aspectos legales

Finalmente, existen varias áreas donde se ven implicados principios legales. Obviamente, algunos de éstos dependen de la jurisdicción legal. Las sociedades, en todas las jurisdicciones, están obligadas a insistir sobre el derecho de autor en su nombre para todas las publicaciones y una definición exacta de qué derechos son otorgados en realidad al socio. Muchas cláusulas legales se relacionan con lo que sucede si una de las dos partes pone fin al contrato. Deben haber disposiciones para la devolución de los derechos a la sociedad en el caso de los libros o para la resolución del contrato en el caso de series de libros o revistas. Si el socio de publicación permite que un libro deje de imprimirse y no se reimprime dentro de un tiempo razonable, todos los derechos deben volver a la sociedad. Normalmente, el retraso puede ser de un año como máximo absoluto. En todos los casos, si el socio no cumple con los términos del acuerdo, especialmente con los términos financieros donde el no pago es fácil de demostrar, el contrato se cancela automáticamente si no hay alguna acción judicial que siga tras un período específico a continuación de una advertencia. Se debe obtener una resolución similar si la editorial entra en liquidación, excepto por lo que se conoce bajo las leyes británicas como “el propósito de reconstrucción”. Es posible que algunas sociedades, en vista del número de fusiones y adquisiciones en el ambiente actual, deseen insistir en que el contrato no se transfiera automáticamente a un nuevo dueño. Si la editorial no celebra un contrato directamente con el editor de una revista o de una colección de algún libro y esto se deja en manos de la sociedad, el socio puede pedir a la sociedad implicada que dé garantías de que el trabajo es de su propiedad y libre de difamación. Esta es una petición razonable, pero es posible que

la sociedad desee eliminar el seguro, en caso de que sus seguros resulten ser infundados. Las sociedades deberían asegurarse de que en cualquier contrato las cláusulas de término sean claras y comprensibles para ambas partes.

A menudo son mal redactadas. La fecha de inicio de un contrato se debe definir con precisión. En el caso de una revista, ¿comienza con el primer ejemplar, con el comienzo del año o cuando se firmó el contrato y finaliza muchos años después de esa fecha o al final del año en cuestión? Es importante que las sociedades señalen la fecha de expiración del contrato, especialmente si existe una renovación automática, y deberían aprovechar la oportunidad para revisar la relación.

9.5 Disposiciones sobre la publicación electrónica

En el capítulo 3 se señala el potencial que representa Internet para una mejor comunicación de la ciencia. Existe un cambio constante y a menudo se da el caso de que los contratos entre la sociedad y un socio no abarcan todas las posibilidades. En algunos casos, las sociedades se han quedado a la zaga de las editoriales comerciales en aprovechar este potencial. Es preferible que las sociedades elijan a sus socios, ya que desean expandir el alcance de sus publicaciones y dar al socio las posibilidades para hacerlo también. La mejor manera de expresar este tipo de relación recomendada contractualmente es en términos de las distintas funciones (producción, marketing, etc.), enumeradas anteriormente en el punto 9.4. Si el socio de publicación debe estar en el host de Internet (ver 3.4), como posiblemente sea el caso, el contrato especificará en detalles técnicos las obligaciones y las garantías relacionadas con esta relación particular.

CAPÍTULO 10

DIFUSIÓN DE LA CIENCIA POR TODO EL MUNDO

10.1 La misión de ICSU

Al igual que otras organizaciones científicas, como las casas editoriales y las instituciones académicas, el ICSU, por algún tiempo, ha donado copias de libros y revistas a instituciones de países en vías de desarrollo y ha incentivado a que los miembros de la comunidad ICSU realicen lo mismo. Sin embargo, aunque tales contribuciones valen la pena y son muy bien recibidas por los destinatarios, se admitió que en varias regiones del mundo la escasez de literatura científica era tan grave que se necesitaba un enfoque más integral y global.

10.2 La fundación de INASP

Desde 1992, la ICSU Press, en cooperación con la UNESCO, la Third World Academy of Sciences y con la ayuda de la Comunidad Europea, estableció la International Network for the Availability of Scientific Publications (INASP). INASP es una red cooperativa de socios cuyo objetivo es mejorar el acceso de información a nivel mundial. En particular, su misión es mejorar el flujo de información dentro y entre los países, especialmente aquellos con sistemas de publicación menos desarrollados.

10.3 Los objetivos de INASP

Los objetivos de INASP son:

- Mapear, apoyar e intensificar los programas existentes que involucran la distribución, la publicación local, el acceso e intercambio de libros, revistas y material relacionado (por ejemplo: mapas y cartas, materiales audiovisuales, software y CD-ROM).
- Fomentar y apoyar iniciativas nuevas que incrementarán la publicación local y el acceso general a la literatura científica de alta calidad.
- Identificar los métodos que permitirán la distribución actual y sustentable de las publicaciones científicas.

10.4 Información acerca de INASP

10.4.1 Cómo obtener mayor información

Los detalles de los programas y las actividades que constituyen el objetivo y mediante los cuales trabaja la INASP en pro de estos objetivos y publicaciones pertinentes (algunas de ellas disponibles sin cargo alguno), se pueden obtener en la secretaría en 27 Park End Street, Oxford, OX1 1HU, Reino Unido. El número telefónico de INASP es +44 1865 24909, el fax es +44 1865 251060 y la dirección del e-mail es <inasp@gn.apc.org>. Sin embargo, el sitio web de INASP proporciona lejos la mejor manera de elegir lo que se ofrece y se debe hacer mención especial de una nueva característica INASP LINKS & RESOURCES – “Acceso a la información” que apunta a la fuentes pertinentes en Internet. El URL de INASP es <http://oneworld.org/inasp/>. Varios de los temas estudiados en esta guía se tratan más específicamente en las publicaciones de INASP y, como la organización constantemente añade elementos a lo que ya se encuentra disponible, se recomienda consultar regularmente el sitio web.

10.4.2 Cómo obtener mayor información acerca de otras iniciativas relacionadas con INASP

Cómo se mencionó en el capítulo 3, existen iniciativas por parte de algunas organizaciones, así como también para fomentar revistas electrónicas INASP (ver el sitio web de INASP para revistas on-line africanas). Una de este tipo de organizaciones es Bioline Publications y su asociado Electronic Publishing Trust for Development (ver los siguientes sitios web: www.bdt.org.br/bioline/ y dspace.dial.pipex.com/bioline/). Otra es ExtraMED que produce 10 CDROMs al año que contienen páginas completas con imágenes de casi 3000 revistas médicas y de ciencias de la salud provenientes de países en vías de desarrollo y las promociona a las bibliotecas de todo el mundo. Para mayor información envíe un email a <100060.172@compuserve.com>. El Open Society Institute maneja el Center for Publishing Development en Budapest (www.osi.hu/cpd) que ayuda a desarrollar las iniciativas de publicaciones locales en Europa del este. Otro sitio pertinente de la misma organización es www.oneworld.org.

10.5 Cursos de capacitación

Existen varios cursos de capacitación que se encuentran disponibles para el personal de las casas editoriales en todo el mundo. Algunos los manejan organizaciones gubernamentales tales como el British Council y otros, organizaciones científicas tales como la American Association for the Advancement of Science (AAAS). INASP también puede entregar asesoría sobre cómo acceder a tales cursos y si son adecuados para las necesidades personales.

APÉNDICE 1

RECOMENDACIONES PARA AUTORES CIENTÍFICOS

Este breve apéndice para los autores tiene el propósito de complementar el resto de esta guía dirigida a la sociedad científica que actúa como editorial.

La comprensión de sus propias necesidades.

Es posible publicar su propio libro o incluso su propia revista, pero no se le aconseja hacerlo. Muy pocos intentos son exitosos y aunque, en el medio online, es fácil disponer información en el web y la entrega es mucho más fácil que la del medio impreso, las publicaciones que no son validadas por la editorial por lo general no tienen el mismo tipo de credibilidad. Además, en el mundo impreso la mayoría de las funciones de la publicación requieren de mucho tiempo, son poco creativas y verdaderamente tediosas. Esta guía no está relacionada con producir dinero para el autor. Si usted cree que es probable que su libro sea un best-seller no debería recurrir a una sociedad científica por las razones señaladas en la sección 2.3. La publicación con una sociedad científica asegura el sello de aprobación de sus pares en combinación con la mejor penetración de sus ideas hacia su audiencia elegida.

La elección de una editorial

La elección de una editorial dependerá de a qué público desea llegar. Algunas sociedades científicas orientadas para llegar a un público internacional. Si se desea editar una revista, presente su idea a una editorial con una lista de revistas. La mayoría de la ayuda en el capítulo 9 acerca de la elección de un socio es pertinente aquí. Es importante la toma de conciencia de las políticas de la editorial con la que usted desea trabajar. Es razonable exigir a la editorial un planteamiento por escrito claro de sus políticas de fijación de precios y específicamente de sus intenciones relacionadas con su libro o revista antes de comprometerse.

El ejercicio de sus derechos

Los científicos están obligados a observar detenidamente la orientación sobre el derecho de autor en el capítulo 3, que representa las políticas de algunas sociedades científicas importantes y la posición actual de la ICSU. Es posible que usted desee quedarse con los derechos de autor y ofrecer a cambio la concesión de los derechos de publicación. Se le aconseja que verifique si la editorial implicada está verdaderamente usando los derechos que se le pidió conceder. También es posible que desee reservarse el derecho a poner un artículo de revista, después de la revisión y aceptación, en su propio sitio web. Algunas editoriales no estarán de Acuerdo, pero varias lo estarán si se hace la pregunta específicamente. Cualquiera sea la decisión que usted tome, es importante recordar que cualquier cosa que uno escriba es de propiedad intelectual a menos que se haya firmado un documento o aceptado un contrato entregando dicha propiedad.

La obtención de ayuda

Esta guía es parte del servicio proporcionado por la ICSU Press. Es parte de su cometido ayudar a los científicos individuales así como también a los miembros de la comunidad ICSU. También en el capítulo 10 se ha mencionado a la INASP y lo que ofrece.

APÉNDICE 2

CONTRATO CON EL EDITOR DE UNA REVISTA

Se aconseja leer las advertencias del punto 4.1.6 antes de revisar este documento. Note también que las secciones en cursiva pueden ser opcionales o presentan alternativas.

El contrato comienza aquí:

ACUERDO

(1) <Nombre y Dirección> (“el Editor”)

y

(2) <NOMBRE LEGAL DE LA EDITORIAL O LA SOCIEDAD CON LA DIRECCIÓN>, <Pie de imprenta si es distinto> (“la Editorial”)

Este Acuerdo señala los términos y condiciones para la edición de la Revista titulada <Título> (“la Revista”) [los objetivos y el alcance señalados en el Apéndice 1 adjunto]:

1. Condiciones del Acuerdo

- 1.1 Este Acuerdo [comienza en <fecha> / la fecha cuando el Editor firma este documento y] continuará, a menos que se le ponga término bajo la cláusula 1.2 a continuación, hasta el 31 de diciembre [<año>] y a partir de entonces por períodos de tres años consecutivos a menos y hasta que una de las dos partes le ponga término dando aviso por escrito por lo menos seis meses de anterioridad al 31 de diciembre [<año>], o en la fecha de término de cualquier período subsiguiente de tres años.
- 1.2 La Editorial puede poner término al Acuerdo en cualquier fecha entre [<fecha>] y [<fecha>] dando aviso por escrito seis meses de anterioridad al Editor, si según el criterio de la Editorial ya sea: (i) la ganancia que otorga la Revista es insuficiente

para la viabilidad financiera del proyecto dentro de un período de tiempo razonable; o (ii) el Editor, por cualquier razón y a pesar de las disposiciones de cualquier otra cláusula en este contrato, no está capacitado o no es el indicado para completar las labores señaladas en la cláusula 4 de este contrato.

2. Propiedad

- 2.1 La Editorial, sus sucesores y sus cesionarios son y permanecerán como el único dueño de la Revista, incluyendo sin limitación el buen nombre y el derecho de autor (si existe alguno) en el título [<título>] y el derecho de autor y todos los derechos de la naturaleza del derecho de autor en y para el diseño, compilación, tipografía y todo el material Editorial e ilustrativo para ser publicado en la Revista.
- 2.2 Por el presente contrato, el Editor asigna a la Editorial el derecho de autor y todos los derechos de la naturaleza del derecho de autor en cualquier material Editorial o ilustrativo publicado en la Revista, que puede o no incluir correcciones y enmiendas a los artículos, y escritos o creados por el Editor (“el Material Editorial”) del cual el Editor es o se le puede ceder el derecho en cualquier momento, y el Editor firmará y ejecutará todos aquellos documentos y escrituras como es posible que se requiera para perfeccionar, proteger o hacer cumplir cualquiera de los derechos asignados bajo este Acuerdo.
- 2.3 La Editorial será el único dueño del inventario físico de todos los ejemplares que publique la Revista, ya sea de forma impresa o de otras formas y las ilustraciones, películas, moldes y elementos similares utilizados en la producción de tales ejemplares.
- 2.4 El Editor asegurará, antes de enviar una contribución importante a la Editorial, que los Acuerdos estén firmados por cada colaborador en la forma prescrita por la Editorial con respecto a cada contribución para ser aceptada en la Revista por el Editor y enviará con cada artículo el Acuerdo firmado, incluyendo con éste el Acuerdo que todos los permisos que el autor está obligado a obtener de acuerdo con las exigencias de las cláusulas 2.5 y 2.6 que se especifican a continuación.

- 2.5 Si se va a incluir en la Revista material protegido por derecho de autor, el Editor le pedirá al autor obtener, a sus expensas, del dueño del derecho de autor un permiso escrito en una forma que será especificada por la Editorial para la reproducción de tal material en la Revista.
- 2.6 Si en la Revista se incluyen fotografías de pacientes, el Editor le pedirá a los autores obtener permiso del paciente en una forma que será especificada por la Editorial o que establezca que tal permiso como lo especifique la Editorial haya sido obtenida por el poseedor del derecho de autor.
- 2.7 La Editorial poseerá la lista de los autores a la Revista, del derecho de autor y todos los derechos que se requieran.

3. Responsabilidad de la Editorial

La Editorial será la única responsable de la producción y elaboración, fijación de precios, cumplimiento, envío, servicio al cliente y promoción de la Revista y todos los otros aspectos comerciales de la publicación.

4. Responsabilidades del Editor

- 4.1 El Editor tendrá toda la responsabilidad para determinar el contenido editorial de la Revista, el que deberá estar de acuerdo a un estándar y ser de una naturaleza determinada según el propio criterio de la Editorial después de haberlo consultado con el Editor.
- 4.2 El Editor hará los arreglos para la revisión por pares de los artículos de la Revista y deberá realizar la selección final de las contribuciones publicadas después de haber consultado a la Editorial.
- 4.3 No obstante las cláusulas anteriores 4.1 y 4.2, la Editorial se reserva el derecho de rechazar cualquier contribución que, según el punto de vista de la Editorial, sea

difamatoria o en caso contrario infrinja los términos de la garantía por parte del Editor en la cláusula 18 de este Acuerdo.

- 4.4 No obstante las cláusulas anteriores 4.1 y 4.2, la Editorial se reserva el derecho de rechazar la publicación de cualquier contribución no cubierta por el tipo de contrato descrito en la cláusula 2.4 precedente o que no va acompañada, cuando corresponda, por evidencia escrita que los permisos pertinentes como fueron descritos en las cláusulas 2.5 y 2.6 han sido obtenidos para cubrir el material que se reproducirá en el artículo.
- 4.5 El Editor preparará cualquier Material Editorial como habitualmente se publica en la Revista o como sea requerido por la Editorial.
- 4.6 El Editor obtendrá en la forma especificada por la Editorial información que se relacione con las fechas de envío de los artículos para la Revista y la decisión para rechazar, revisar o aceptar dichos artículos como lo requiera la Editorial y le entregará dicha información regularmente de acuerdo con el calendario definido por ésta.

5. Estructura editorial

El Editor deberá ser asistido en la ejecución de su oficio por los Editores asociados y por los miembros del comité editorial como se ha acordado por escrito con la Editorial. La Editorial puede formar parte de un Acuerdo escrito con cada persona involucrada en la edición y en la preparación de la Revista en las condiciones determinadas por la Editorial según su criterio.

6. Procedimientos de la publicación

- 6.1 El Editor enviará a la Editorial, de acuerdo con la calendarización acordada por escrito con la Editorial, un número adecuado de páginas de material escrito ilustrativo, terminado y aceptado para realizar una publicación como se establece a continuación en la cláusula 7. Este material será mecanografiado o producido

utilizando un procesador de texto, en páginas escritas por un solo lado, con márgenes razonables, doble espacio, con referencias al final del texto preparadas de acuerdo a la exigencias de la Editorial, y las ilustraciones preparadas de manera separada y de un modo que puedan ser utilizadas y adaptadas dentro del texto; referentemente en un diskettes con una copia impresa preparada como señalado anteriormente. El Editor enviará tal material en idioma inglés después de que haya pasado por la revisión por pares y el Editor haya revisado el contenido, estilo, forma, claridad y rigurosidad científica.

- 6.2 La Editorial corregirá y marcará para el digitador todo el material enviado de acuerdo con la cláusula 6.1 y enviará el material corregido al digitador. La corrección incluye, pero no se limita a una revisión de la puntuación adecuada, la construcción de oraciones, claridad de la comunicación en el artículo respectivo, conformidad con el estilo de la Revista (tal estilo debe ser acordado entre la Editorial y el Editor), y también el tamaño de las ilustraciones y tales marcajes según la necesidad del digitador.
- 6.3 La Editorial enviará las pruebas al Editor y cuando corresponda, directamente a los autores pertinentes según las direcciones facilitadas por el Editor, y revisará el material de acuerdo al formato de la publicación sin mayor participación del Editor; dado el caso, si existiese desacuerdo entre la Editorial y el autor acerca de las modificaciones hechas por el corrector, la Editorial puede exigir que el Editor asuma la responsabilidad de la forma publicada del material de Acuerdo con la cláusula 4.1 anterior a este Acuerdo.

7. Calendarización y formato de la publicación

- 7.1 La Editorial pretende publicar un volumen que comprende [*<número>*] de ejemplares de la Revista en [*<año>*] [*en los meses <lista de meses>*]. La Editorial pondrá a disposición un total de [*<número>*] páginas de contenido editorial e ilustrativo para ese volumen.

- 7.2 El número total de páginas de cualquier volumen puede ser distribuido desigualmente entre los ejemplares numerados, pero el número de páginas en cada ejemplar debe ser un múltiplo de dieciséis páginas.
- 7.3 La Editorial puede aumentar o disminuir la frecuencia de la publicación de la Revista o el presupuesto por página anual en los años subsiguientes según su criterio después de consultar con el Editor.
- 7.4 El tamaño, el formato, la tapa y los diseños de la cubierta, el peso, la calidad del papel y otros detalles de la producción serán determinados según el criterio de la Editorial.
- 7.5 La Editorial puede permitir páginas adicionales en cualquier volumen de la Revista siempre y cuando los costos adicionales de reproducción y distribución de tales páginas determinadas por la Editorial sean asumidos por terceros determinados por el Editor o la Editorial
- 7.6 *[La Editorial deberá reproducir en la Revista, a sus expensas, ilustraciones en blanco y negro, de una manera substancialmente equivalente a la reproducción de ilustraciones similares en revistas de la competencia. El Editor puede aceptar ilustraciones en cuatricomía si el color es pertinente a los objetivos Editoriales del artículo, pero la Editorial pedirá al Editor la aceptación de tales ilustraciones que dependen del reembolso del autor a la Editorial para cubrir los costos de la inclusión de tales ilustraciones en la Revista de Acuerdo con la tarifa de cargos que la Editorial redactará y periódicamente notificará por escrito al Editor].*

8. Cargos por páginas y separatas

- 8.1 La Editorial no establecerá cargos por páginas o por el envío de artículos a la Revista en [*año*], aparte de los cargos que serán recaudados por ejemplares patrocinados o secciones patrocinadas como se refiere anteriormente en la cláusula 7.5, pero la Editorial decidirá la política en este asunto en los años subsiguientes según su propio criterio después de consultar con el Editor. *[La Editorial establecerá cargos por página/cobros por envío de artículos de la Revista que serán*

en <año> como se señaló en la calendarización <número> adjunta a este Acuerdo y decidirá la política en este asunto incluyendo la determinación de los cobros a ser impuestos en los años subsiguientes según su propio criterio después de haberlo consultado con el Editor].

- 8.2 De acuerdo con las políticas de la Editorial, las separatas se pondrán a disposición de los autores según una tabla de tarifas que será determinada según el criterio de la Editorial sujeta al pago que realizan los autores de acuerdo con la calendarización hecha por la Editorial y dada a conocer de manera oportuna a los autores. Si el autor es incapaz de hacer un pedido o realizar un pago a tiempo para preparar las separatas, posiblemente la Editorial puede ofrecer separatas al autor de acuerdo a la tarifa determinada por la Editorial.
- 8.3 Es posible que las separatas del material publicado en la Revista sean también vendidas a otros que no sean los autores.

9. Ventas y suscripciones

- 9.1 La Editorial determinará los valores de la suscripción y las condiciones de venta de la Revista en todo el mundo según su criterio.
- 9.2 La Editorial promocionará, por cuenta propia, la venta de las suscripciones a la Revista por todo el mundo.
- 9.3 Es posible que la Editorial busque acuerdos especiales o patrocinio con organizaciones académicas o profesionales adecuados para aumentar la publicidad de la Revista mediante el ofrecimiento especial de tarifas de suscripción; tales acuerdos o patrocinios pueden implicar la representación del organismo respectivo en la estructura editorial de la Revista.
- 9.4 Es posible que la Editorial busque acuerdos especiales o patrocinio con empresas farmacéuticas y otras organizaciones comerciales para aumentar la visibilidad de la Revista mediante el ofrecimiento de tarifas especiales de suscripción.

10. Publicidad y suplementos

- 10.1 La Editorial será responsable por la solicitud y obtención del material publicitario para ser publicado en la Revista y establecerá las tarifas correspondientes.
- 10.2 La Editorial consultará al Editor, cuando corresponda, sobre la pertinencia de todo nuevo material publicitario, pero la decisión final sobre la inclusión en la Revista será según el criterio de la Editorial.
- 10.3 La Editorial incluirá en cada ejemplar de la Revista que contiene material publicitario un descargo de responsabilidad indicando que la publicación de la publicidad en la Revista no constituye por parte de la Editorial o del Editor algún tipo de garantía o aprobación de la calidad o valor de los productos o servicios anunciados o de los reclamos hechos por tales productos por parte de los avisadores respectivos.
- 10.4 *[Es posible que la Editorial no incluya material publicitario dentro del material Editorial o ilustrativo incluido en la Revista sin el previo consentimiento por escrito del Editor].*
- 10.5 Es posible que la Editorial publique suplementos patrocinados en la Revista según su criterio *[después de una revisión y consulta hecha al Editor].*

11. Remuneración del Editor

[La Editorial pagará al Editor, a una dirección o cuenta nominada por el Editor [inmediatamente/dividido en <número> partes iguales o cancelado al término de <meses>/ en <fecha>] a continuación de la firma de este Acuerdo, un honorario de <cantidad que especifique la moneda> por <año> y la misma cantidad en las mismas fechas en los años subsiguientes mientras el Acuerdo se encuentre vigente].

12. Gastos

[La Editorial reembolsará al Editor el monto máximo de <cantidad> en <año> pagadero en <número> cuotas iguales en o alrededor del primer día de <lista de meses> y la misma cantidad en la misma fecha los años subsiguientes mientras el Acuerdo se encuentre vigente sujeto a la producción de pagaré u otro tipo de evidencia documentada satisfactoria. No se pagarán los gastos con respecto a cualquier gasto incurrido después del término de este Acuerdo].

13. Artículos de escritorio

La Editorial pondrá a disposición del Editor los membretes y otros artículos que tengan relación con la Revista, diseñados según el criterio de la Editorial con consulta previa al Editor.

14. Copias editoriales

La Editorial proporcionará al Editor cinco copias gratis de cada ejemplar de la Revista publicada durante el período de este Acuerdo para uso personal del Editor y no para la reventa.

15. Rescisión del contrato

- 15.1 Se puede poner término a este Acuerdo por cualquiera de las razones consideradas en los términos de la cláusula 1 señalada anteriormente. El Editor dentro de 30 días entregará a la Editorial los originales y las copias de todos los archivos relacionados con el material editorial e ilustrativo de la Revista, incluyendo la correspondencia y el material editorial no publicado, los manuscritos o las pruebas que posiblemente en ese momento posee el Editor.
- 15.2 En caso que el Editor cese en su función, pero que reciba posteriormente los envíos de artículos a la Revista o la correspondencia relacionada con la Revista, tal material

será entregado a la Editorial o a quien señale la Editorial, pero no más de treinta días después de la fecha del recibo de tal material.

- 15.3 El Editor no podrá actuar dentro de un año del término de este Acuerdo como el Editor de otra Revista con objetivos y alcances similares de <título> para otra Editorial a menos que el término sea resultado de la venta o cesión de la Revista a otra Editorial.

16. Fuerza mayor

Si este Acuerdo no se puede concretar o sus obligaciones no se pueden cumplir por cualquier razón que fuera más allá del control razonable de cualquiera de las dos partes, una parte deberá notificar por escrito a la otra su incapacidad planteando la razón en cuestión. La operación de este Acuerdo se deberá suspender durante el período en que tal motivo continúe. Si el motivo continúa por un período mayor de treinta días, la otra parte podrá tener el derecho de finalizar este Acuerdo inmediatamente dando notificación respectiva por escrito.

17. Responsabilidad de los impuestos

[Se declara que es la intención de las partes que el Editor sea el responsable del impuesto a la renta y del Seguro Nacional o de contribuciones similares con respecto a los honorarios pagaderos bajo este Acuerdo y el Editor asume la indemnización a la Editorial con respecto a cualquier reclamo hecho contra la Editorial con respecto a los impuestos a la renta o al Seguro Nacional o a las contribuciones similares relacionadas con los servicios del Editor bajo este contrato].

18. Garantías del Editor

18.1 Por la presente, el Editor garantiza a la Editorial que:

- i) El Editor posee poder absoluto para realizar este acuerdo y es el único dueño de los derechos que asignará el Editor bajo este contrato.
- ii) El Material Editorial es original para el Editor
- iii) El Material Editorial no ha sido publicado de ninguna forma anteriormente.
- iv) El Editor no ha cedido, otorgado licencias o cedido ningún derecho de autor o cualquier otro derecho en o para el Material Editorial excepto los definidos en este Acuerdo.
- v) El Material Editorial no incurre en una violación o incumplimiento de cualquier derecho de autor u otro derecho existente de terceros, no contiene nada difamatorio, obsceno, blasfemo o ilícito.
- vi) El Editor está consciente que la Revista no contiene ningún planteamiento que supuestamente sea erróneo o falso.

18.2 Todas las garantías perdurarán hasta la finalización de este Acuerdo.

19. Garantías y Representaciones de la Editorial

19.1 La Editorial representa y garantiza que posee el derecho y el poder de celebrar contrato y proceder según el Acuerdo, y que las personas que ejecutan este Acuerdo en su nombre están autorizadas para hacerlo.

19.2 La Editorial dará al Editor aviso oportuno de cualquier reclamo que se presente en contra de la Revista, la Editorial o el Editor o cualquier acción que pueda constituir un incumplimiento de alguna garantía, y el Editor, si así lo determinan, puede

participar en la defensa en contra de tal reclamo con un abogado de su elección, asumiendo los gastos.

20. Notificaciones

Cualquier aviso de conformidad con el Acuerdo deberá ser por escrito y entregado, personalmente, por un mensajero comercial pagado por adelantado, por correo expreso u otro medio que provea una entrega inmediata, un medio que sea ubicable y con aviso de recepción de contraentrega y dirigida como sigue:

20.1 El Editor

<nombre y dirección>

o a tales otras direcciones o persona que designe el Editor mediante notificación escrita.

20.2 La Editorial

<nombre y dirección>

o a tal otra dirección o persona que designe la Editorial mediante notificación escrita. Las notificaciones deben ser recibidas dentro de los diez días hábiles siguientes.

21. Cesión

La Editorial puede ceder este Acuerdo o cualquier beneficio aquí expresado a cualquier persona o entidad legal. El Editor puede asignar sólo el derecho del Editor a recibir cantidad que se hará efectiva sólo después de recibir notificación por escrito por parte de la Editorial.

22. Impuesto al Valor Agregado

[Todas las cantidades pagables al Editor bajo este Acuerdo son exclusivas del Impuesto al Valor Agregado (IVA) que será pagado de acuerdo a la tasa vigente en el momento del pago y sujeto a que el Editor informe a la Editorial del número de registro del IVA del Editor para que ésta pueda operar un sistema de facturación automática para el IVA. El Editor deberá informar inmediatamente a la Editorial sobre cualquier cambio que se produzca en la condición del IVA o en el número del Editor].

23. Encabezamientos

Los títulos en este Acuerdo no afectarán su interpretación y sólo están por conveniencia.

24. Acuerdo general

Este Acuerdo declara que las partes están en total conocimiento de la Revista y sin otra representación de las aquí contenidas y el Acuerdo deberá ser cumplido por ambas partes. Ninguna alteración, modificación o exención de cualquier disposición será válida a menos que sea por escrito y firmado por todas las partes.

25. Ley imperante

[Este Acuerdo lo regirá y lo interpretará la ley inglesa y cualquier litigio o diferencia entre las partes que no pueda ser resuelto amistosamente será sujeto a la jurisdicción no exclusiva de los tribunales ingleses].

COMO TESTIGO

Las partes han celebrado este Acuerdo en la primera fecha establecida anteriormente.

Por.....Fecha.....

<nombre>
Editor

Por.....Fecha.....

<nombre>
<título oficial>

APÉNDICE 3

TRANSFERENCIA DE DERECHOS DE AUTOR DE ARTÍCULOS DE UNA REVISTA

Este Contrato fue escrito para su utilización bajo la ley inglesa. Es uno de un grupo de contratos que tienen en cuenta distintas eventualidades que consideran la concesión de una licencia (subvención) de los derechos de publicación en vez de la transferencia de los derechos de autor, la firma de un empleador en vez de la de un autor y además las garantías para aquéllos, tales como ciertos empleados del gobierno que no poseen derechos de autor que transferir. Algunas editoriales tienen en cuenta todas estas eventualidades en una forma que utiliza casillas para diversas opciones. Vale la pena considerar detalladamente los acuerdos procesales que forman parte de este documento. Para todas las editoriales es importante que se les haya otorgado los derechos para publicar y que hagan lo mejor que puedan para asegurarse que los documentos que conceden aquellos derechos sean firmados y devueltos oportunamente. Advierta además que los derechos “restituidos” se encuentren en un estado de cambio. Actualmente, la mayoría de las Editoriales no conceden explícitamente el derecho a subir un artículo aceptado a un sitio web abierto (a diferencia de uno seguro), pero esta situación parece estar cambiando. Es posible preparar un documento para cubrir una publicación de artículos de revista bajo los términos, para que el autor retenga los derechos y conceda solamente derechos específicos a la editorial.

El formulario comienza aquí:

Por favor devuelva una copia firmada de este formulario tan pronto como sea posible a <<nombre de la persona>> en <<nombre y dirección de la Editorial>>. El artículo no puede ser publicado hasta que sea recibido este documento firmado. Un fax <<número>> es aceptable, pero debe enviarse el original.

<< NOMBRE Y PIE DE IMPRENTA DE LA EDITORIAL >> FORMULARIO DE TRANSFERENCIA DEL DERECHO DE AUTOR

Con la finalidad <<Nombre y sello de la Editorial>> pueda poner a disposición su trabajo en toda su extensión tanto directamente como a través de intermediarios y ya sea de forma

impresa o electrónica, la transferencia del derecho de autor en este artículo se debe estipular explícitamente.

Título del artículo:

Nombre(s) del autor(es):

Título de la Revista:

Reconozco que cualquier derecho de autor y todos los otros derechos de cualquier naturaleza subsistente adjunta al material descrito anteriormente (“el Artículo”) preparado por mí/nosotros pertenecerá a << *Nombre y pie de imprenta de la editorial* >> (“la Editorial”). Yo, por la presente, asigno a la Editorial todos los derechos de autor y todos los otros derechos de cualquier naturaleza y para el Artículo en todos los idiomas y en todos los medios en los cuales me encuentro ahora y posiblemente estar en el futuro titular por todo el período de derecho de autor y todas las renovaciones y extensiones.

Garantizo que el Artículo no ha sido publicado antes y que he obtenido permiso del titular del derecho de autor para reproducir en el Artículo y en todos los medios el material que no es propio, que el artículo no contiene ningún planteamiento ilícito y que no infringe algún derecho de otros.

No obstante lo anterior, la Editorial confirma que el Autor conserva todos los derechos de propiedad, a excepción de los derechos de autor, tales como los derechos de patentes e identificará al Autor(es) como autor(es) del Artículo y no alterará el texto del artículo publicado sin el consentimiento del Autor(es).

La Editorial retornará al Autor los siguientes derechos:

Realizar copias de todo o parte del Trabajo para uso personal incluyendo el uso en presentaciones, la utilización del Autor en la enseñanza en aulas y para uso personal

TRANSFERENCIA DE DERECHOS DE AUTOR DE ARTÍCULOS DE REVISTA

de sus colegas procurando que las copias no sean puestas a la venta o distribuidas de un modo sistemático fuera de la institución empleadora.

Realizar copias del Trabajo para su distribución interna dentro de la institución que emplea al autor.

Utilizar después de la publicación todo o parte del Trabajo en un libro por el Autor o en una colección de trabajos del autor.

Utilizar figuras y tablas del Trabajo y hasta 250 palabras del texto, para cualquier propósito.

Firmado:

Fecha:

IMPORTANTE: Todos los autores deben firmar o se debe presentar un poder válido de un abogado que autorice un signatario para firmar en representación de un autor.

Si la propiedad del derecho de autor en este Artículo se encuentra en manos de su empleador, o el Artículo está escrito por un empleado del gobierno de los Estados Unidos, por favor contáctese con nosotros de inmediato y le enviaremos un formulario apropiado que necesitaremos firmado y devuelto antes de que podamos publicar su artículo.

APENDICE 4

FORMULARIO PARA OBTENER PERMISO PARA UTILIZAR MATERIAL PROTEGIDO POR LOS DERECHOS DE AUTOR

Este formulario está diseñado para su uso bajo la ley de Inglaterra y no puede ser adaptado para otras jurisdicciones.

El formulario comienza aquí:

< NOMBRE DE LA EDITORIAL> Formulario de solicitud del permiso

Importante: Los autores que solicitan el permiso, deben asegurarse de completar totalmente ambas secciones que se encuentran a continuación y, si es posible, adjuntar una fotocopia del material que desean utilizar. Una vez que los titulares hayan obtenido el derecho de autor, por favor devuelva todos los formularios de permiso y cualquier documento relacionado junto con su manuscrito al Editor de la publicación a <Nombre de la Editorial>

A los titulares de derecho de autor, tener la amabilidad de devolver la autorización al autor a la siguiente dirección:

A (titular del derecho de autor):

.....
.....
.....
.....

De (autor del nuevo trabajo):

.....
.....
.....
.....

Trabajo nuevo

Título:

Autor/Editor:

Nombre del colaborador:

Título del capítulo y número/título del artículo:

Número(s) de Figura:

Leyenda(s) de Figura:

Trabajo original

Título del libro/Revista:

Si es Revista, indique número del volumen y título del artículo:

Fecha de publicación:

Autor(es):

Número de composición de foto(s) o detalles del material pertinente y número(s) de página(s):

PERMISO PARA EL USO DE MATERIAL PROTEGIDO POR EL DERECHO DE AUTOR

Nosotros estamos preparando un trabajo nuevo para su publicación en el cual deseamos reproducir material (ilustración(es)/texto, detalles de los cuales se entregaron anteriormente. Estaríamos agradecidos si ud. nos concede el derecho no exclusivo de reproducir el material y, si fuera necesario, rediseñar o modificar el material para usar en esta edición y en todas las ediciones, revisiones y traducciones subsiguientes del trabajo y en versiones basadas en el trabajo, en todos los formatos impresos y no impresos y otros medios para su distribución mundial, incluyendo la distribución a través de servicios de entrega de documentos e inclusión en programas de concesión de licencia de fotocopia (ejemplo, la Publishers Licensing Society en el Reino Unido y el Copyright Clearance Center en los Estados Unidos).

Si no posee el derecho de autor de este material, por favor indicar a continuación a quién debe ser dirigida nuestra petición. Si se necesita también el permiso del autor, tenga la amabilidad de proporcionar los detalles de la dirección actual.

Cuando se requieran imágenes de pacientes para su utilización en un trabajo médico, por favor proporcione evidencia del consentimiento del paciente, o detalles a quién contactar para obtener este consentimiento.

Sinceramente

.....
(Autor)

AUTORIZACIÓN

(ya sea)

Yo/Nosotros por la presente otorgamos permiso para que el material anterior sea reproducido por usted y sus titulares de licencias en todos los medios y en cualquier idioma (como se solicitó anteriormente) en su próxima publicación, ya sea:

- a) con el reconocimiento habitual, o
- b) siempre y cuando el reconocimiento incluya referencia a:

Yo/Nosotros confirmo que poseo los derechos necesarios y que no se requiere el consentimiento de terceros para otorgar tal permiso.

Firma:

Para: Fecha:

(o)

No poseemos los derechos de este material. Las solicitudes de permiso para reproducir este material deben ir dirigidas a:

Nombre:

Dirección:
.....
.....
.....