
ESTUDIOS / RESEARCH STUDIES

Redes de comunicación y colaboración científica: caso de estudio de la Editorial Universidad del Rosario

Claudia Patricia Méndez-Rátiva

Universidad del Rosario, Bogotá (Colombia)

Correo-e: claudiapa.mendez@urosario.edu.co | ORCID iD <https://orcid.org/0000-0003-1727-7818>

Juan Felipe Córdoba-Restrepo

Universidad del Rosario, Bogotá (Colombia)

Correo-e: juan.cordoba@urosario.edu.co | ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-9024-9309>

Tatiana Morales-Perdomo

Universidad del Rosario, Bogotá (Colombia)

Correo-e: tatiana.moralesp@urosario.edu.co | ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0001-8471-2667>

Ingrith Torres-Torres

Universidad del Rosario, Bogotá (Colombia)

Correo-e: ingrith.torres@urosario.edu.co | ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0001-3308-5851>

Diego A Garzon-Forero

Universidad del Rosario, Bogotá (Colombia)

Correo-e: diego.garzon@urosario.edu.co | ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0002-0806-1356>

Recibido: 07-05-24; 2ª versión: 17-05-24; Aceptado: 14-06-2024; Fecha de publicación: 02-09-2025

Cómo citar este artículo/Citation: Méndez-Rátiva, C. P., Córdoba-Restrepo, J. F., Morales-Perdomo, T., Torres-Torres, I., Garzón-Forero, D. A. (2025). Redes de comunicación y colaboración científica: caso de estudio de la Editorial Universidad del Rosario. *Revista Española de Documentación Científica*, 48(2), 1600. <https://DOI.org/10.3989/redc.2025.2.1600>.

Resumen: La colaboración científica es un elemento central en la producción y la comunicación de la ciencia. En consecuencia, la edición académica no es ajena a los desafíos y dinámicas científicas, lo que lleva a evaluar e innovar sus procesos basados en datos e indicadores multidimensionales para ser eficiente y competitiva. Se presenta un estudio del alcance en la colaboración científica y la circulación de 319 obras publicadas entre 2019-2022 en la Editorial Universidad del Rosario, con el objetivo de identificar las tendencias de publicación y las oportunidades de mejora en la generación, acceso y circulación del libro. Entre los principales hallazgos está la oportunidad de construir unidades de análisis para identificar la apertura y posicionamiento editorial, así como la capacidad de caracterizar el contexto institucional que dinamiza la comunicación y transferencia del conocimiento a través de los diversos canales análogos y digitales que adopta la editorial.

Palabras clave: edición académica; redes de conocimiento; comunicación de la ciencia; indicadores; bibliometría; evaluación de la ciencia.

Communication Networks and Scientific Collaboration: case study of the Universidad del Rosario Publishing

Abstract: Scientific collaboration is a central element in the production and communication of science. Consequently, academic publishing is no stranger to scientific challenges and dynamics, which leads to evaluating and innovating its processes based on multidimensional data and indicators that allow it to be efficient and competitive. This article presents a study of the scope of scientific collaboration and circulation in 319 books published between 2019 and 2022 at the Editorial Universidad del Rosario, aiming to identify publication trends and opportunities for improvement in the generation, access, and circulation of books. Among the main findings is the opportunity to build units of analysis to identify editorial openness and positioning and the ability to characterize the institutional context that energizes the communication and transfer of knowledge through various analog and digital channels adopted by the publishing house.

Keywords: academic publishing; knowledge networks; science communication; indicators; bibliometrics; science evaluation.

Copyright: © 2025 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

1. INTRODUCCIÓN

El objeto libro es un vehículo que permite insertar temas de interés en las realidades de un grupo social determinado, lo que puede derivar en el cambio de costumbres, además de propiciar cambios tecnológicos y científicos, que varían las formas de entender un entorno (Elías, 1979). En este sentido, el libro como un instrumento para la difusión y divulgación del conocimiento está más vigente, en particular para las disciplinas de lo humano y lo social.

Comprender los cambios en las dinámicas del libro y la edición universitaria implica el análisis de frentes de tipo académico, institucional y nacional, que influyen en el ecosistema editorial. Factores como las políticas públicas, los movimientos culturales, políticos y económicos vinculados a los procesos de evaluación, exigen que los proyectos editoriales respondan a las lógicas de producción científica disciplinar e integren las necesidades informacionales de los potenciales usuarios y lectores según el contexto de interés.

La diversidad se entiende a través del contenido publicado por una editorial académica y universitaria, y a través de indicadores de desempeño (key performance indicators [KPI]) que generan las plataformas digitales dedicadas a la publicación, socialización, interacción y circulación de conocimiento como son las bases de datos y redes sociales.

Para la editorial académica, reconocer con quién y para quién se publica, es el pilar que guía la selección de grupos de interés con quienes fortalecer el trabajo en red, cooperación que lleva a las instituciones universitarias y las sociedades a trascender de entornos cerrados a ecosistemas abiertos y colaborativos (Stukalsky y Gazzera, 2013).

El cambio que genera una transformación significativa en los sistemas y prácticas de la comunicación científica, vincula nuevos actores en la cadena editorial (Szpilbarg, 2019) que contribuyen a las dinámicas de colaboración, edición, circulación, comercialización y lectura mediante plataformas híbridas que vinculan canales tradicionales, nuevas formas y formatos.

Con el interés de identificar los patrones de publicación y circulación del conocimiento, este caso de estudio replicable en dominios de mayor alcance, presenta un marco teórico que contextualiza y aborda los resultados desde conceptos como la colaboración científica, la comunicación y difusión académica, el acceso abierto entre otros aspectos teóricos de interés.

2. MARCO TEÓRICO

El conocimiento como derecho fundamental del ciudadano, se representa entre otras formas, a través de la producción científica que circula desde las editoriales, fondo que constituye un panorama general de la creación de ideas diversas e innovadoras que, desde la universidad forjan los estudios interdisciplinarios, y promueven el pensamiento crítico de una comunidad académica en función de un contexto específico.

Como afirma Sayri Karp (2023) "son las editoriales universitarias las reproductoras de contenido, propagadoras de colaboración, facilitadoras de comunicación y responsables de la relación entre académicos, contenidos y lectores" exigiendo una planificación estratégica del trabajo en red, la adopción de esquemas de información y comercialización que visibilicen y contribuyan al desarrollo cultural del país. Estas unidades enfrentan retos en la producción y comunicación científica, para ampliar globalmente la visibilidad de la oferta editorial regional, de forma accesible e inclusiva.

Es a partir de las dinámicas que la internacionalización y la ciencia abierta imponen en la divulgación del conocimiento, donde converge la transformación digital en la industria cultural, para transferir y democratizar el conocimiento de calidad, más allá de la comercialización de las obras. A continuación, se desarrollan los aspectos teóricos que afectan la circulación y alcance en los proyectos editoriales.

2.1. LAS REDES DE CONOCIMIENTO EN LA COLABORACIÓN CIENTÍFICA

La red de conocimiento que surge de la producción editorial es examinada desde diversas dimensiones y metodologías, siendo una de ellas el análisis de redes sociales (ARS) (Hanneman y Riddle, 2005; Perianes Rodríguez, 2007). En este método se identifican nodos de la red (actores) y vínculos (conexiones) condicionados por el tipo de relación que se establece entre las partes. Estas relaciones dan cuenta de liderazgos, impacto, especialidad, frecuencia o nivel de influencia de un actor en los mapas de la ciencia de un dominio.

La técnica ARS evalúa medidas de centralidad, conexión e intermediación, determinando el estatus de un actor en la red y su capacidad de conexión. Permite identificar la cohesión, distancia e interacción entre nodos; representando la interacción social en la generación y transferencia del conocimiento. Información útil para: a) comprender la dinámicas y flujos de información en disciplinas o dominios, b) recuperar información y caracterizar la circulación del conocimiento y c) respaldar la toma de decisiones en políticas y gestión de la investigación (Casas, 2001).

En la construcción de mapas de la ciencia para un dominio objeto de análisis, se trabajan las redes de coocurrencia de términos y las redes de coautoría. Estos análisis relacionales visibilizan el avance y desarrollo de una disciplina según los términos clave asignados a una publicación y las relaciones de colaboración que caracteriza a la comunidad científica.

Según Abadía (2023), las redes de coautoría reflejan las prácticas de colaboración que condicionan el desarrollo de las fronteras de conocimiento. Estas redes surgen de comunidades que comparten intereses y agendas de investigación en temas comunes que confluyen en proyectos interdisciplinarios. Por ende, las editoriales desempeñan un papel significativo en el avance y desarrollo científico al visibilizar estas dinámicas.

El análisis de las estructuras de publicación, evidencian la naturaleza de la colaboración científica como un sistema de autoorganización de los investigadores (Leydesdorff y Wagner, 2008; Perrotta y Alonso, 2021). Identifica los colegios invisibles que, según la especificidad cognitiva del campo, basan sus agendas de investigación en temas de interés del contexto. Además, fortalece la cooperación disciplinar que modifica las dinámicas de producción, circulación y uso del conocimiento.

Revelar la estructura de los dominios que interactúan en la edición académica a partir de los estudios métricos de información, manifiesta la capacidad de atraer y obtener visibilidad internacional a nivel autor, permitiendo concretar estratégicamente los segmentos de interés que puedan potencializar el alcance en la comunicación científica y los lectores.

2.2. COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y VISIBILIDAD DE LAS PUBLICACIONES

La comunicación y visibilidad científica enfrenta desafíos como: a) posicionarse en la economía del conocimiento, donde la comunicación científica constituye un mercado de intercambio de información por atención (Giordanino, 2023); b) asegurar la calidad en los metadatos e interoperabilidad para automatizar procesos y potenciar la circulación de información en la web; y c) desarrollar métricas alternativas que reflejen el comportamiento y la proyección del proceso de comunicación científica, además de los modelos de evaluación (Olmeda-Gómez y Perianes-Rodríguez, 2019).

Considerando estos desafíos, investigadores como Vigna y Coppari (2020), sostienen que la transformación continua en la circulación literaria y editorial, impulsada por los cambios tecnológicos y digitales, modifica la producción, circulación y lectura de las obras académicas. Esto lleva a las editoriales a seleccionar cuidadosamente los canales, plataformas, servicios, soportes y estrategias de interconexión eficiente entre autor y lector.

Esta planificación exige cumplir criterios técnicos y de calidad establecidos por el medio editorial e informacional en fuentes abiertas o comerciales, garantizando el descubrimiento de los libros mediante metadatos e identificadores digitales (Giménez-Toledo y Del Arco Blanco, 2022). Estos recursos aseguran la visibilidad y control en el entorno digital.

Fortalecer la identidad digital del proyecto editorial a partir del uso de estándares y canales digitales es una oportunidad para ampliar el acceso democrático al conocimiento y contribuir a las dinámicas de consumo, hábitos de lectura y formas de expresión digital.

2.3. EL ACCESO ABIERTO (OA) Y LA CIRCULACIÓN DEL LIBRO

El acceso abierto (OA) como un impulso para el intercambio universal de información entre actores científicos, requiere un modelo económico sostenible (Anglada, *et al.*, 2020), lo que lleva a un movimiento institucional a trabajar en acuerdos transformativos, políticas de subvención y modelos de negocio que favorecen la difusión del conocimiento.

El OA además de ampliar la difusión de la investigación, mejora la transparencia del proceso científico y el impacto de sus resultados en la toma de decisiones y diseño de políticas públicas de un país, logrando así un impacto social y económico de la comunidad.

Desde otra perspectiva, la reforma de la política de OA en organismos como la Comisión Europea, impulsada por la ciencia abierta, desplaza el foco del acceso gratuito a las publicaciones hacia la apertura de los datos de investigación (Rico-Castro, 2019), reto clave para el sector editorial.

Estas directrices e iniciativas generan modificaciones disruptivas en el sistema de publicación científica (Giménez-Toledo y Del Arco Blanco, 2022); (López-Borrull y Canals, 2013) impulsando la innovación en la circulación del libro y la optimización de los procesos de comunicación y transferencia del conocimiento.

En términos comerciales, la diversidad en modelos de negocio permite planificar políticas y proyectos editoriales flexibles, asegurando la recuperación de la inversión y reduciendo las barreras de acceso y democratización del conocimiento.

Alonso-Arévalo (2021), afirma que “los nuevos formatos de publicación como la publicación electrónica en OA favorecen la visibilidad y proyección de los autores, no perjudica la posibilidad de publicación en otros formatos y agiliza la transmisión del conocimiento científico”. Sin embargo, la circulación comercial del libro depende de su especialidad, calidad y pertinencia, factores que condicionan su exhibición y consumo.

Por lo tanto, en un proyecto editorial es necesario analizar factores como la diversidad de públicos, calidad y especialidad contenidos, así como los contextos e intereses culturales y académicos del entorno, los canales y formatos que contribuyen a la transformación social (Grismaldo-Sandoval, 2021); (Giménez-Toledo, *et al.*, 2021); (Córdoba-Restrepo, 2023) información clave para diseñar estrategias efectivas de circulación y accesibilidad del libro en un entorno inclusivo de conocimiento.

2.4. OPTIMIZACIÓN DE LA GESTIÓN EDITORIAL A TRAVÉS DE LOS INDICADORES

Las editoriales universitarias como pilares de apoyo a la producción de conocimiento y fortalecimiento académico mediante la publicación científica y la difusión (Giménez-Toledo, *et al.*, 2018), requieren modelos internos de monitoreo que mejoren la calidad en sus prácticas editoriales y evidencien su aporte al ecosistema científico nacional e internacional.

Comprender las dinámicas científicas de los fondos editoriales es clave para el diseño de indicadores de la ciencia, permite evaluar el desempeño a nivel disciplinar, donde la producción científica abarca más que el artículo de revistas y puede compararse con otras regiones.

Los datos y metadatos de los libros aportan conocimiento relevante para los sistemas de información científica, permiten definir indicadores multidimensionales para medir diversos aspectos del libro (Giménez-Toledo y Del Arco Blanco, 2022). En la producción científica y la calidad editorial, permiten visualizar la cobertura de las editoriales y contribuye a metodologías de evaluación reconocidas por los sistemas de ciencia y tecnología (Ávila-Toscano, *et al.*, 2018; Bonilla-Calero, *et al.*, 2019; Uribe-Tirado, 2019).

Este proceso, respaldado por recursos comerciales, abiertos y herramientas tecnológicas, facilita la recopilación y análisis de datos en tiempo real. Basado en los estudios métricos de información, identifica tendencias y oportunidades de un dominio, para mejorar la planificación y monitoreo institucionales mediante el análisis de datos que se generan en el ciclo de la investigación y la publicación académica (Donthu, 2021).

Diversas investigaciones validan el uso de los estudios métricos de información según nivel de agregación considerando que responden a cinco propósitos (Mukherjee, *et al.*, 2022), que son de interés en la edición académica: 1) evaluar objetivamente la productividad e impacto de la investigación; 2) determinar el alcance estratégico desde las instituciones y táctico desde el autor para guiar los planes de mejora; 3) identificar sesgos y dominio social ocultos en los hallazgos; 4) detectar anomalías y violaciones éticas en la publicación (Gureyev y Mazov, 2022), y 5) evaluar desempeño, diversidad contextual y apoyar decisiones con modelos multidimensionales de evaluación (Cabezas-Clavijo y Torres-Salinas, 2021).

En el contexto editorial académico los análisis se centran en la productividad y el impacto, principalmente en revistas científicas, para planificar políticas, modelos de evaluación y planes de publicación institucional. En libros, el monitoreo se centra en la productividad (Giraldo-González y *et al.*, 2022) y comercialización (Bookwire, 2023); (Librandia, 2024), pero requiere una lectura multidimensional que refleje su circulación en contextos digitales y sociales (Greco y Aiss, 2015). Persisten desafío como las fuentes de datos, la normalización y calidad de los metadatos, así como el diseño de indicadores que respondan a las necesidades del sector.

A partir de la carencia de estudios publicados sobre la circulación de las obras editadas en editoriales universitarias, la presente investigación se centra en el análisis de indicadores multidimensionales relacionados con la circulación de la producción editorial, como insumo para la planificación, toma de decisiones y estudios de mercado.

El estudio tiene como objetivo identificar la circulación de las obras publicadas por la Editorial Universidad del Rosario (Colombia) y establecer oportunidades de mejora en la generación y comunicación del nuevo conocimiento. Se pretende reconocer ¿cuáles son las dinámicas de circulación del conocimiento del fondo editorial? Y, a partir de indicadores, ¿cómo se puede fortalecer la gestión del proyecto editorial y las redes de conocimiento?

2.5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO

- Identificar tendencias de publicación para precisar desde la gestión editorial y las redes de conocimiento, los retos y oportunidades de mejora.
- Analizar la circulación de las obras para caracterizar el nicho de mercado, la interacción del usuario y los retos de las dinámicas científicas del dominio.
- Generar una línea base para la evaluación y proyección editorial, permitiendo análisis comparativos futuros con editoriales pares de la región.

3. METODOLOGÍA

3.1. POBLACIÓN Y MUESTRA

La muestra del estudio comprende 319 libros publicados durante 2019-2022, definidos por título no por formato de publicación, (una misma obra se publica en formato impreso o electrónico). La muestra se basa en obras con mayor disponibilidad y calidad en los metadatos, Aunque la Editorial cuenta con un fondo superior a mil obras, se selecciona una muestra con mayor disponibilidad de información desde diversas plataformas para analizar los indicadores de: productividad, visibilidad, relacionales y de comercialización.

3.2. TIPO DE ESTUDIO

La investigación es cuantitativa, exploratoria y descriptiva a partir de los indicadores bibliométricos que analizan las dinámicas de publicación y circulación de las obras, así como el análisis relacional de redes de coautoría y coocurrencia, permitiendo identificar las tendencias temáticas y de colaboración científica. A continuación, se describen los factores decisivos en el tratamiento y análisis de los datos:

- Unidades de análisis: libros como eje central del estudio para las dimensiones de la tabla I. Autores para identificar la contribución de publicaciones y red de colaboración; instituciones para determinar el número de autores que publican en la editorial y la red de colaboración institucional, y los descriptores para analizar tendencias temáticas.
- La asignación temática se realiza con el sistema multilingüe THEMA, un estándar de clasificación internacional desarrollado por BISG (Book Industry Study Group) en 2012 para la recuperación y comercialización de las obras en cualquier idioma o región. El editor asigna la clasificación durante la solicitud del ISBN ante la Biblioteca Nacional, registrándola en el catálogo editorial y demás sistemas. Para el análisis disciplinar se utiliza la clasificación THEMA para detallar las áreas temáticas y calificadores con precisión.
- La asignación de palabras clave para el análisis de red de coocurrencia, proviene de los metadatos disponibles en las obras publicadas, términos propuestos por el autor y complementados por el equipo editorial. Se recolecta este campo en cada libro mediante EndNote, donde se normaliza la información y se genera el archivo base para la construcción de la red.

- El análisis de coautoría, se origina del campo autor registrado en el libro. La producción se contabiliza por número de libros (monografía) o capítulos (en el caso de las obras colectivas), donde un mismo libro puede incluir más de 10 autores. Esto no quiere decir que la unidad de análisis para otras variables descienda a nivel capítulo de libro.

- El análisis de redes sociales no incluye una batería amplia de métricas alternativas, dado que no es objeto de este análisis, se aborda el número de libros pautados y el alcance en interacción, para identificar la efectividad de la comunicación y promoción de las obras en redes sociales como un canal digital.

- Clasificación de la obra: a) obras colectivas: compilaciones o colaboraciones donde varios autores abordan un tema específico en capítulos. b) obras monográficas: desarrolla un solo tema escrito por uno o varios autores en colaboración. Esta clasificación nos permite identificar el alcance en redes sociales, esperando mayor alcance en obras con más autores, debido al potencial de difusión y visibilidad.

Tabla I. Clasificación de indicadores y variables analizadas en el estudio.

Tipología	Unidad de análisis	Indicador	Variable
Indicadores de producción	Libro	Número de publicaciones	Número de obras monográficas y obras colectivas publicadas por año
		Productividad por autores, institución y país	Número de obras publicadas por autor, institución y país
		Modelo de publicación	Número de obras en acceso abierto y número de obras comerciales
Indicadores Relacionales	Descriptor	Red de coocurrencia de descriptores	Descriptores asignados a las obras publicadas
	Institución	Red de colaboración institucional	Instituciones que publican en la editorial
	Autor	Red de coautoría	Autores que participan en la obra
Indicadores de visibilidad	Libro	Indexación	Número de obras indexadas por plataforma
		Tráfico web	Número de sesiones y usuarios
		Países de consulta	Número de sesiones por país
		Disposición en bibliotecas	Número de obras visibles en OPAC
Indicadores de comercialización		Ventas	Unidades vendidas al año
		Ventas por temática y país	Unidades vendidas por área de conocimiento y por país
		Formato	Ventas por tipo de formato (Impreso, electrónico, POD)
Indicadores de redes		Pautas en redes	Número de libros pautados por plataforma
		Interacción	Porcentaje de interacción alcanzada por plataforma

Los datos se procesan con herramientas como: el gestor bibliográfico EndNote para la recopilación y normalización de registros, bibexcel y vosviewer para la generación de matrices y redes de conocimiento, y Power BI para la construcción de tableros de datos.

A partir de los resultados se identifica la visibilidad del contenido y las oportunidades de mejora con respecto a los ejes estratégicos de interés. Se complementa el estudio con un análisis preliminar de los datos frente al alcance de la editorial con respecto al entorno.

3.3. ALCANCE Y LIMITACIONES

El estudio aplica análisis cuantitativos a la edición de libros desde la bibliometría para determinar las tendencias de publicación, describiendo el ámbito de estudio y las dimensiones clave en la evaluación de la calidad, alcance y circulación del conocimiento.

Esta investigación contribuye al corpus teórico de la edición de libros y mediante la bibliometría, ofrece una metodología replicable a procesos de investigación, publicación y difusión del conocimiento. Su novedad se centra en la interrelación entre variables de producción, visibilidad, divulgación y comercialización permitiendo comprender el porqué, cómo y cuándo de un resultado cuantitativo en la evaluación.

Los hallazgos son relevantes para entender la diversidad cultural y académica en la edición universitaria local. Aunque las conclusiones se basan en una muestra institucional y no pueden generalizarse globalmente, enriquecen el conocimiento sobre la producción científica en formatos diferentes a las publicaciones seriadas y brindan al sector editorial insumos para el diseño de métodos avanzados de evaluación científica.

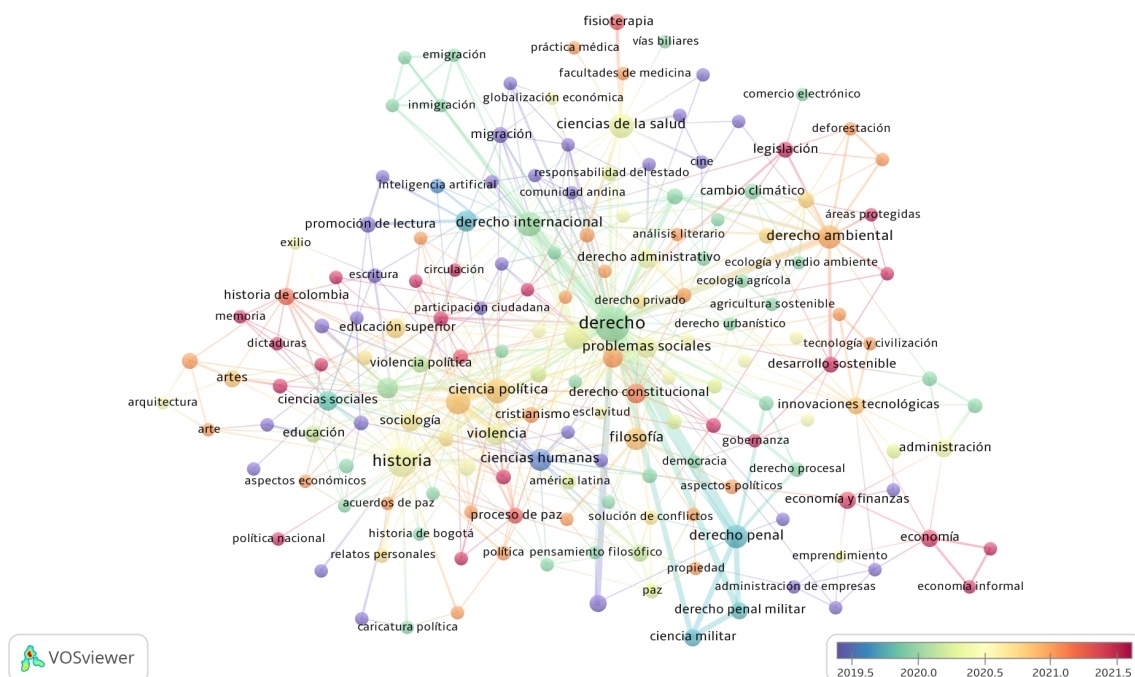
4. RESULTADOS

a) Gestión académica para consolidar redes: coocurrencia de términos, coautoría, colaboración científica en la especialidad y apertura editorial.

Derecho 26% (82); historia – historia y arqueología 11% (33); sociedad y ciencias sociales 10% (31) tienen mayor liderazgo. En 2022, política y gobierno lideró con un 8% (6), desplazando a derecho que predominó en años anteriores. El análisis de coocurrencia revela una red de 747 términos donde derecho (69), historia (40), derechos humanos (20) y ciencia política (20) son relevantes por su alta interrelación con otros actores de la red.

Se identifican tres clústeres relacionados con derecho, medicina, economía, ciencia política y educación (Figura 1), agrupaciones en las que predominan temas como: derecho internacional, migración, conflicto armado, violencia, globalización, economía, desigualdad, pobreza y gestión del conocimiento.

Figura 1. Red de co-ocurrencia de términos, obras publicadas entre 2019-2022 por la Editorial Universidad del Rosario



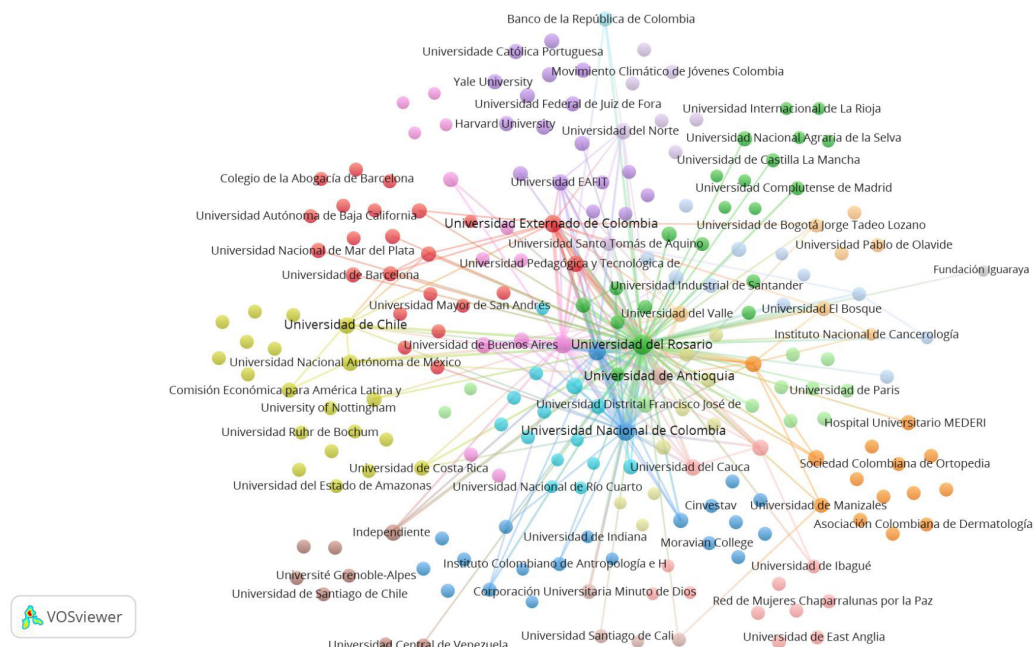
Consulte la versión extendida en: <https://tinyurl.com/yrtjpsj>

Uno de los retos editoriales es la correcta asignación de descriptores que representen fielmente el contenido del texto, ampliando la circulación del libro en el entorno digital mediante el uso de Tesoros.

Las 319 obras analizadas incluyen 1.748 autores donde 89% (1.262) de los autores publicaron un libro o capítulo de libro, el 10% (144) publican entre 2 y 5 libros o capítulos de libro y el 1% (9) entre 6 y 20

Colombia, la centralidad de la red incluye a la Universidad Nacional de Colombia (99), Universidad de Los Andes (72), Pontificia Universidad Javeriana (63) y la Universidad Externado de Colombia (32). Se infiere necesario fortalecer alianzas regionales que incrementen los autores latinoamericanos.

Figura 3. Red de colaboración institucional, obras publicadas entre 2019-2022 por la Editorial Universidad del Rosario



Consulte la versión extendida en: <https://tinyurl.com/ysr3t4pd>

b) Visibilidad y comunicación: alcance, interacción y difusión editorial.

El uso de indicadores alternativos en redes sociales proporciona visiones complementarias de la ciencia. Las almétricas miden la presencia y alcance de la publicación en las redes sociales y la web 2.0, aunque su implementación en procesos de evaluación tiene limitaciones teóricas (significado), metodológicas (validez de las fuentes) y técnicas (normalización) identificadas en estudios realizados por investigadores como Torres, D. *et al.*, (2013) y Abadal, E., (2018).

Este estudio no detalla los patrones de las redes sociales, únicamente aborda dos indicadores clave en la circulación del conocimiento: 1) número de libros pautados, para establecer su difusión en redes sociales y 2) interacción del usuario con el contenido pautado a partir de menciones, comentarios, compartidos, etc.

Actualmente el proyecto de divulgación editorial se apoya en 5 redes sociales desde las cuales se realiza el análisis para 294 libros con 1.200 pautas en: Twitter (582 pautas de 156 libros), Facebook (268 pautas de 128 libros), Instagram (168 pautas de 105 libros), LinkedIn (183 pautas de 69 libros) y YouTube (88 pautas de 77 libros). Contenido generado para libros comerciales especialmente los que hacen parte de la colección de textos.

Ciencias sociales, derecho e historia son las áreas más visitadas en las redes de la editorial, siendo Twitter (11.287) y YouTube (9.485) las plataformas que mayor tráfico de visitas reportan. Los temas de mayor interés a partir de las visitas por red YouTube: ciencias sociales, derecho y filosofía; X (Twitter): política y gobierno, sistemas jurídicos; Facebook: artes, sistemas jurídicos, política y gobierno; LinkedIn: empresa y gestión, ciencias sociales.

Las obras monográficas generan mayor interacción que las obras colectivas, especialmente en contenido con un período amplio de publicación en la red. La interacción para libros de la colección de textos registra el mayor alcance en Facebook (21%), Instagram (19%) y YouTube (13%).

En YouTube el 43% (9.143) de las visitas son de fuentes externas y un 16% (3.434) de canales del usuario, reflejando el impacto de la promoción cruzada y la vinculación de contenido en el perfil del libro. El 15% (3.667) de las vistas en YouTube, se originan en eventos académicos diferentes a los lanzamientos de libro, evidenciando el interés en contenidos formativos. El desafío editorial es mantener el interés de la audiencia y aumentar el alcance e interacción en Latinoamérica, optimizando las estrategias con formatos audiovisuales de corta duración para diversos grupos de interés.

c) Acceso abierto y comercialización: indexación, accesibilidad y comercialización para fortalecer el posicionamiento digital de la editorial.

La comunicación académica en abierto como un pilar estratégico del modelo de ciencia abierta de la Universidad del Rosario, impulsa estrategias de accesibilidad y usabilidad. La Editorial adopta el acceso abierto de las revistas científicas y algunos libros que son financiados institucionalmente evitando costo de acceso al lector o al autor; modelo que requiere acciones de sostenibilidad en la edición académica.

El acceso abierto y la comercialización depende de: a) formatos de publicación del libro para definir oportunidades comerciales y de distribución en canales físicos y digitales. b) modelos de comercialización y distribución como suscripción, impresión bajo demanda y otras alineados a las tendencias del mercado. c) indexación en sistemas de información bibliográfica (repositorios, catálogos, directorios, agregadores y otros) ampliando la circulación en bibliotecas y plataformas globales como:

- Bases de datos de acceso abierto: Dialnet, SciELO Books, JStor y DOAB con acceso a texto completo sin restricciones.
- Bases de datos comerciales: Digitalia, Ebsco y Vlex con acceso a contenido a través del modelo de suscripción institucional o pago de usuario final.
- Bases de datos de citación (Scopus o Book Citation Index), plataformas con comité de evaluación que indexa según la calidad de la obra y el aporte temático a la cobertura de la base de datos. Las obras indexadas en Book Citation Index fueron publicadas antes de 2019.
- Bases de datos de conocimiento automático por metadatos: Dimensions y Lens, con recolección automática vía DOI.

De 202 obras monográficas el 63% (176) están indexadas, mientras que de 117 obras colectivas el 37% (102) lo están. Dialnet, Digitalia, e-libro y JStor concentran entre el 73% al 91% de libros indexados, al menos el 72% (201) del total de obras publicadas son visibles en más de 4 plataformas. El 87% (278) de las obras se indexan en al menos un sistema de indexación. De estas, el 84% (233) comerciales, están en dos o tres plataformas, mientras que el 16% (45) en acceso abierto figuran en una plataforma; demostrando la necesidad de incrementar la indexación en acceso abierto que produce la editorial (Tablero de datos).

La accesibilidad a los libros a través de los OPAC (Online Public Access Catalog) es verificada en dos catálogos: la Biblioteca Luis Angel Arango y WorldCat, donde el 83% (264) de los libros están disponibles: el 63% (202) son obras monográficas y el 37% (117) son obras colectivas. En Colombia, 36 bibliotecas contienen 220 libros, España es el segundo país con 182 libros indexados en bibliotecas (Tablero de datos).

El 81% (259) de los libros en bibliotecas son comerciales y el 19% (60) son de acceso abierto (OA), resaltando la oportunidad de visibilidad de las obras OA en la región y el mundo. Digitalia Hispánica con el 58% (186) y la Biblioteca Luis Ángel Arango con el 46% (148), albergan la mayor cantidad de ejemplares. El 17% (55) de las obras publicadas no aparece en los recursos consultados, aunque este indicador puede variar al ampliar la consulta en otros OPAC y a medida que circulan las obras.

El formato de publicación influye en la circulación: 75% de los libros está en formato Epub, 91% en PDF además de la versión impresa del libro. No todas las obras se publican en ambos formatos (impreso y digital) debido a restricciones contractuales y de financiamiento.

En términos comerciales la editorial opera con una red multicanal que facilita el acceso al libro con un 100% de ventas en impreso, un 25% (2.558) en Epub, un 12% (1.118) en PDF y hasta un 10% (44) en Impresión bajo demanda. Los libros de acceso abierto representan un 4% (484) de unidades vendidas de 15 libros durante el periodo analizado, mientras que los libros comerciales representan el 96% (12.801) de unidades vendidas de 237 libros publicados. Las librerías son el principal canal de venta (Tablero de datos), fortalecidas con las alianzas estratégicas y presencia digital. Derecho, historia y ciencias sociales,

concentran el 50% de los libros de mayor comercialización (Tablero de datos). Las obras monográficas se comercializan 160 libros con un 60% (8.001) de unidades vendidas, obras colectivas se comercializan 92 libros con un 40% (5.284) de unidades sobre el total de ventas.

El 72% (9.545) de las ventas se da en Colombia y un 28% (3.740) en el exterior, destacando países como Estados Unidos (5%; 723), México (3%; 456), Ecuador (2%; 315) y España (1%; 111). El alcance en América Latina y América Central con el 9% (1.162), oportunidad de posicionamiento y comercialización de contenidos para la región.

La relación regional de comercialización y especialidades de mayor interés, refleja que, aunque derecho e historia ocupan el primer lugar, en países como México, España y Alemania ubican en segundo lugar de ventas la filosofía, en Reino Unido, Venezuela y Chile ciencia política, mientras que en Chile y Argentina la medicina es la segunda área de interés.

5. DISCUSIÓN

La edición universitaria se destaca en la producción de textos derivados de la investigación, del ejercicio de la docencia y de la divulgación. Para el caso colombiano, según la Cámara Colombiana del Libro, representa un 25% de la producción editorial nacional, demostrando la importancia del libro académico para el país. Sin embargo, mientras las revistas cuentan con métricas establecidas, es necesario avanzar en estudios detallados del impacto y circulación del conocimiento publicado en libros.

Este es el aspecto que anima este estudio de caso, para brindar elementos a la discusión en la comunidad académica, en el sector como distribuidores y libreros, en las agencias de evaluación y demás interesados en un tema tan sensible. Responde a la necesidad de metodologías que aporten a los modelos de evaluación, limitación identificada por autores como Ávila-Toscano, J.H., *et al.*, (2018) quien afirma que el libro a pesar de ser una tipología de gran interés, carece de una valoración y representación en los modelos de evaluación.

Las fuentes permiten constituir unidades de análisis que se sustentan en redes de coautoría, redes de colaboración científica y de coocurrencia que podrían señalar el nivel de desarrollo, especialidad y apertura de la editorial, mientras que la indexación, accesibilidad y comercialización de las obras sugerirían estrategias de interlocución de los textos con el mundo. Incluso es posible dejar señalados temas sobre los perfiles de los autores, como el género, la raza, la edad, el nivel de formación, entre otros.

Para entender la importancia de lo que señalamos resaltamos algunos hallazgos:

- Disciplinas predominantes: derecho, las humanidades y las ciencias sociales, con temáticas como política y gobierno, derechos humanos, migración, conflicto armado, desigualdad y pobreza. La presencia de estas áreas en el sello editorial obedece tanto a factores institucionales como sociales.
- Red de coautoría: con 1.748 autores para 319 obras, lleva a que la editorial encuentre oportunidades y retos a partir del acceso abierto, la ciencia abierta, los avances tecnológicos y metodológicos de la ciencia (López-Borrull, A. y Canals, A. 2013). Adoptar y evaluar la colaboración para identificar el tránsito entre disciplinas, regiones y metodologías, permite consolidar relaciones con autores externos que lideran áreas centrales para la región y la institución.
- Formatos de publicación: la editorial diversifica los formatos para ampliar la circulación de la obra, reconoce el reto de explorar el audiolibro que para el año 2022 creció un 52% en comercialización, consolidándose en un nicho específico del mercado de España, México y Estados Unidos según estadísticas de Bookwire (2023).
- Comercialización: es acorde a los modelos de publicación presentes en Colombia y el mundo, donde desde 2018 el libro digital incrementó su participación en ventas nacionales en al menos un 12%, mientras que, según Bookwire (2023), en el último año crece un 6% a nivel internacional y un 12% en lengua española según Libranda (2023), sin que el libro impreso pierda su prevalencia.
- Modelos de acceso: comercialización de obras académicas en el país es un 23% de libros en acceso abierto y el 77% en modelo comercial según el informe para 2022 de Libranda.

La editorial muestra el fortalecimiento del modelo de publicación, apoyado en plataformas externas, multiformato, distribución multicanal y alianzas académicas de coedición y distribución que facilitan la disposición de la obra al menor costo.

- Tendencias del mercado digital: en el mundo según Bookwire para 2023 Estados Unidos y la Unión Europea fueron las regiones con mayor venta del libro, mientras que en América Latina la comercialización se da en el país de origen, México, Estados Unidos y España, mismo comportamiento identificado para la editorial, lo que confirma la consolidación del mercado en español para la edición.

- Visibilidad y divulgación: a través de diversas plataformas y canales digitales. Acorde con las tendencias de redes sociales (We are social, 2022) el 78% de los usuarios en Colombia usan internet para buscar información, el 67% para estudiar y un 65% para encontrar productos y marcas. La optimización de los contenidos, selección estratégica de pautas y segmentación estratégica son clave para el alcance digital de los libros.

- Interacción en redes: derecho, historia y ciencias sociales, generan mayor interacción en redes para obras monográficas. Se requiere fortalecer el alcance internacional de las redes y la diversificación de contenido a partir de entender la visibilidad, accesibilidad y comercialización de las obras.

- Distribución internacional: el 74% del mercado mundial del libro digital en la última década y el 65% en Colombia tiene acceso a través de plataformas internacionales (Amazon, Apple, Google). Se presenta crecimiento constante de al menos un punto en las bibliotecas que alcanzan un 8.7% a nivel mundial y un 4% en Colombia, frente a las plataformas de suscripción un 7,9% en el mundo y un 14% para Colombia en el año 2022 según el informe de Librandia (2023). Este panorama respalda el esfuerzo en visibilizar las obras mediante distribuidores, sistemas de indexación y modelos de suscripción orientados a bibliotecas y usuarios.

La relación comercial responde a las preferencias de las audiencias, su alcance corresponde a las tendencias comerciales reportadas por la Cámara Colombiana del Libro (2022) donde el 67% de las obras son comercializadas a nivel nacional y solamente el 9.4% (4.001) a nivel internacional. El 7% (2.983) de las obras comercializadas son libros técnicos y científicos. La editorial y el país tienen el reto de ampliar las fronteras de conocimiento y el posicionamiento de sus publicaciones en el mundo.

A partir de los datos se responde a la pregunta de investigación, demostrando la importancia de indicadores y herramientas que antes no eran determinantes en la edición y que, dadas las tendencias actuales de la comunicación científica, es un insumo que brinda datos cuantitativos del alcance de la obra, y permite planificar acciones estratégicas desde los KPI para orientar la consolidación de redes y la difusión de proyectos editoriales.

6. CONCLUSIONES FINALES

El estudio de caso evidencia la necesidad de priorizar estrategias de comunicación y difusión que garanticen el acceso al conocimiento, apoyados en KPI multidimensionales que son fundamentales para evaluar la circulación, visibilidad y apropiación del conocimiento.

Este avance preliminar de la Universidad del Rosario sienta las bases para futuras discusiones sobre redes de comunicación y colaboración científica. Se logró definir el alcance de los indicadores que aportan a la medición de la gestión del proyecto editorial y las redes de conocimiento, como insumo estratégico en la toma de decisiones. Este modelo inicial replicable a otras editoriales, propone ampliar el marco de revisión con comparaciones internacionales, de países y universidades con mayor producción para obtener resultados globales más concluyentes para el sector.

7. DISPONIBILIDAD DE DATOS

Tablero de datos: <https://editorial.urosario.edu.co/ejercicio-exploratorio>; Red de coautoría: <https://tinyurl.com/ymy7gmja>; Red de coocurrencia: <https://tinyurl.com/yrtejpsj>; Red de colaboración institucional: <https://tinyurl.com/ysr3t4pd>.

8. DECLARACIÓN DE CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Méndez-Rátiva C.P.: conceptualización, curación de datos, visualización, análisis y redacción.

Córdoba-Restrepo J.F.: conceptualización, metodología, análisis formal y redacción.

Morales-Perdomo T., Torres-Torres I. y Garzón-Forero D.A.: recopilación de información y redacción.

9. DECLARACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS

Los autores declaramos que no existen conflictos de interés con la presente investigación.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Abadal, E. (2018). Las alométricas aportaciones para la evaluación de publicaciones científicas en ciencias humanas y sociales. *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 26(95), 136-149. <https://doi.org/10.33349/2018.0.4230>
- Abadía, A. (2023). Co-authorship Networks and Scholarly Books: A Methodological Approach from a University Press Case Study. *Revista CS*, 40, 101-140. <https://doi.org/10.18046/recs.i40.5858>
- Alonso-Arévalo, J. (2021). Editores y modelos de negocio de libros de Acceso Abierto (OA). *Desiderata*, 16, 108-117. Disponible en: <https://gredos.usal.es/handle/10366/144437>.
- Anglada, L., Borrego, Á., y Abadal, E. (2020). ¿Qué transforman los acuerdos transformativos? *Anuario ThinkEPI*, 14, e14e04. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2020.e14e04>
- Ávila-Toscano, J. H.; Romero Pérez, I., Saavedra Guajardo, E., y Marengo-Escuderos, A. (2018). Influencia de la producción de nuevo conocimiento y tesis de postgrado en la categorización de los grupos de investigación en Ciencias Sociales: árbol de decisiones aplicado al modelo científico colombiano. *Revista Española de Documentación Científica*, 41(4): e218. <https://doi.org/10.3989/redc.2018.4.1547>
- Bonilla-Calero, A., Carabantes-Alarcón, D., y Sastre-Castillo, M. (2019). Indicadores de calidad en edición académica. *Métodos de Información*, 10(18), 1-28. <https://doi.org/10.5557/IIMEI10-N18-001028>
- Bookwire, (2023). Evolución del mercado digital (e-books y audiolibros) en España y América Latina. España: Bookwire. Disponible en; <https://acortar.link/c4NUbM>.
- Cabezas-Clavijo, A., y Torres-Salinas, D. (2021). Bibliometric Reports for Institutions: Best Practices in a Responsible Metrics Scenario. *Frontiers in Research Metrics and Analytics*, 6. <https://doi.org/10.3389/frma.2021.696470>
- Casas, R. (2001). *La formación de redes de conocimiento. Una perspectiva regional desde México*. México: Instituto de investigaciones sociales UNAM.
- Córdoba-Restrepo, J. F. (2014). Universidad y edición. Caminos abiertos para el debate y la crítica: textos académicos en américa latina. *Boletín Cultural y Bibliográfico*, 48(86), 41-51. Disponible en; https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/boletin_cultural/article/view/4998
- Donthu, N. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Elías, N. (1979). *El proceso de la civilización. Investigaciones socio genéticas y psicogenéticas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Giménez-Toledo, E., y Del Arco-Blanco, A. (2022). *Digitalización de editoriales académicas. Políticas científicas e investigación*. Granada: Editorial Comares. <https://doi.org/10.55323/edc.2022.1>
- Giménez-Toledo, E., Córdoba-Restrepo, J., y Giraldo-González, E. (2021). Calidad y prestigio de la edición académica. El caso colombiano. *Signo y Pensamiento*. 40(78), 2027-2731. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp.40-78.cpea>
- Giménez-Toledo, E., Tejada-Artigas, C., y Mañana-Rodríguez, J. (2018). Las editoriales universitarias iberoamericanas: una aproximación a su perfil y a sus procesos de selección de originales. *Revista Española de Documentación Científica*, 41(2), e205. <https://doi.org/10.3989/redc.2018.2.1459>
- Giordanino, E. (2023). La comunicación académica en un mundo de plataformas. *Biblioteca Universitaria*, 26(31), 61-71. <https://doi.org/10.22201/dgbsdi.0187750xp.2023.1.1487>
- Giraldo-González, E., Giménez-Toledo, E., y Córdoba-Restrepo, J. (2022). Producción de libros académicos en Colombia entre 2013 y 2019: un avance para estudios comparados. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información*, 36(93), 153-176. <https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2022.93.58633>

- Greco, A., y Aiss, C. (2015). University Presses in the Twenty-first Century: The Potential Impact of Big Data and Predictive Analytics on Scholarly Book Marketing. *Journal of Scholarly Publishing*, 46(2), 105-140. <https://doi.org/10.3138/jsp.46.2.01>
- Grismaldo-Sandoval, F. (2021). Librerías, conocimiento y cambio social. *Tendencia Editorial* (29), 16-21. https://doi.org/10.12804/issne.2382-3135_10336.31989_teur
- Gureyev, V., y Mazov, N. (2022). Bibliometrics as a promising tool for solving publication ethics issues. *Heliyon*, 8(3), e9123. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09123>
- Hanneman, R., y Riddle, M. (2005). *Introduction to social network methods*. Riverside: University of California. Disponible en: <http://faculty.ucr.edu/~hanneman/>
- Karp, S. (2023). Editar desde la Universidad. En: Arrias, L.F. 25 Apuntes de la edición universitaria. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://doi.org/10.19083/978-612-318-498-8>
- Leydesdorff, L., y Wagner, C. (2008). International collaboration in science and the formation of a core group. *Journal of Informetrics*, 2(4), 317-325. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2008.07.003>
- Librandia, (2024). *Informe anual del libro digital 2023*. Disponible en; <https://librandia.com/wp-content/uploads/2024/04/Libro-digital-2023.pdf>
- López-Borrull, A. y Canals, A. (2013) La comunicación científica en el marco de las nuevas propuestas científicas: Open Science, e-Science y Big Data. En: González Alcaide, G., Gómez Ferri, J. y Agulló Calatayud, V. (Coords). *La colaboración científica: una aproximación multidisciplinar*. España: Nau Llibres – Edicions Culturals Valencianes, S.A.
- Mukherjee, D., Marc-Lim, W., Kumar, S., y Donthu, N. (2022). Guidelines for advancing theory and practice through bibliometric research. *Journal of Business Research*, 148, 101-115. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.042>
- Olmeda-Gómez, C., y Perianes-Rodríguez, A. (2019). Altmetrics as a research specialty (Dimensions, 2005-2018). *El Profesional de la Información*, e280608. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.08>
- Perianes-Rodríguez, A. (2007). Análisis y visualización de redes de colaboración científica. Gefate: Universidad Carlos III de Madrid.
- Perrotta, D., y Alonso, M. (2021). Dinámicas de colaboración internacional en Relaciones Internacionales en el Mercosur: agendas de investigación y estrategias de movilización de conocimiento. *OASIS*, 33, 125-152. <https://doi.org/10.18601/16577558.n33.08>
- Rico-Castro, P. (2019). ¿Amigos o enemigos? Cómo la Open Science pone a las políticas de open access frente al espejo. *RUIDERAE: Revista de Unidades de Información*, 15, 1-23. Disponible en: <https://revista.uclm.es/index.php/ruiderae/article/view/2166>
- Stukalsky, D., y Gazzera, C. (2013). El libro universitario y su internacionalización. En E. Rinesi, *Ahora es cuando. Internacionalización e integración regional universitaria en América Latina*, 143-160. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento. Disponible en: <http://bibliotecadigital.cin.edu.ar/handle/123456789/2172>
- Szpilbarg, D. (2019). Configuraciones emergentes de circulación y lectura en el entorno digital: el caso de Bajalibros. com. *Cuaderno del centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]*, 72, 151-165. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi72.1118>
- Torres, D., Cabezas, Á., y Jiménez, E. (2013). Altmetrics: nuevos indicadores para la comunicación científica en la Web 2.0. *Comunicar*, 21(41), 53-60. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-05>
- Uribe-Tirado, A. (2019). Posibilidades de categorización de editoriales según su visibilidad e impacto. Una necesidad para la comunicación científica en Colombia e Iberoamérica. Propuesta metodológica. En M. Acero-Gómez, *Sistemas de evaluación y edición universitaria*, 163-190. Bogotá: Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (ASEUC). Disponible en: <https://hdl.handle.net/10495/12358>
- We are social (2022). *Digital 2022 Global Overview Report*. Disponible en: <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>
- Vigna, D., y Coppari, L. (2020). Nuevos actores en el ecosistema del libro: bookstagrammers argentinas y la recomendación digital de literatura contemporánea. *Austral Comunicación*, 9(2), 349-373. <https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0902.vig>