

Necesidad del departamento de documentación en las empresas editoriales: gestionar la información para rentabilizar contenidos

Por Juan-Miguel Sánchez-Vigil, Juan-Carlos Marcos-Recio y María Olivera-Zaldua

Resumen: Estudio de la situación actual de la documentación editorial y de la función de los documentalistas en las empresas editoriales como gestores de la información, así como las perspectivas futuras. Se define y explica el concepto de documentación editorial, se establece una tipología de los documentos, se plantea la problemática y se ofrecen pautas y líneas de actuación para la gestión y rentabilidad de los contenidos.

Palabras clave: Archivo fotográfico, Biblioteca editorial, Documentación, Documentación editorial, Gestión de la información, Rentabilidad.

Title: The need for a documentation department in publishing companies: the most advantageous use of contents

Abstract: A study of the current situation of editorial documentation and the job of researchers in publishing companies, as the managers of the information and documentation. Perspectives for the future. The concept of editorial documentation is defined and explained, a typology of the documents is established, the existing problems are presented and guidelines and appropriate lines of action are offered for the management and most advantageous use of the contents.

Keywords: Photographic archive, Editorial library, Documentation, Editorial documentation, Management of the information, Advantageous use of the information, Cost-benefits.

Sánchez-Vigil, Juan-Miguel; Marcos-Recio, Juan-Carlos; Olivera-Zaldua, María. "Necesidad del departamento de documentación en las empresas editoriales: gestionar la información para rentabilizar contenidos". *El profesional de la información*, 2010, enero-febrero, v. 19, n. 1, pp. 45-51.

DOI: 10.3145/epi.2010.ene.06



Juan-Miguel Sánchez-Vigil es doctor en ciencias de la información por la Universidad Complutense. Es profesor contratado doctor en la Facultad de Documentación de la misma universidad, editor, fotógrafo, y colaborador de la editorial Espasa-Calpe y de varias revistas especializadas, entre ellas *Ínsula*. En relación con la edición ha publicado *La edición en España* (2009) y *Calpe, paradigma editorial* (2005), y ha coordinado el monográfico de *Ínsula* dedicado a la Colección Austral (2009). Ha publicado varias obras relacionadas con la documentación fotográfica e iconográfica, y es coordinador junto a Juan-Carlos Marcos-Recio del blog Documentación.

<http://weblogs.madrimasd.org/documentacion>

María Olivera-Zaldua es licenciada en documentación por la Facultad de Ciencias de la Documentación de la Universidad Complutense de Madrid. Estudiante de doctorado en la misma facultad con DEA sobre el Archivo iconográfico de Joaquín Turina. Es documentalista de la editorial Espasa-Calpe en varias obras y forma parte del equipo de investigadores del Archivo del Ateneo de Madrid. Ha colaborado en los libros *Revistas ilustradas en España* y *Del daguerrotipo a la Instamatic*, y es autora de varios artículos y comunicaciones. Colabora en el blog Documentación en Weblogs Madrimasd.

<http://weblogs.madrimasd.org/documentacion>

Juan-Carlos Marcos-Recio es profesor contratado doctor del Departamento de Bibliotecología y Documentación de la Univ. Complutense. Especialista en documentación en medios y educación a distancia. Su línea de investigación actual es la documentación y la investigación en publicidad, tema sobre el que ha publicado los libros: *La documentación electrónica en los medios de comunicación* (1999) y *Gestión de la documentación en la publicidad y en las relaciones públicas* (2004), y varios artículos. Es creador y director del portal *Publidocnet* (Centro Documental para la Conservación del Patrimonio Publicitario Español).

<http://www.publidocnet.com>

1. Introducción

LA DOCUMENTACIÓN EDITORIAL forma parte del patrimonio cultural de la empresa y, por sus características, es también patrimonio de la sociedad (Llull-Peñalba, 2005).

Las empresas editoriales generan numerosos documentos por cada obra publicada, sin embargo la mayoría de ellas no cuentan con un departamento específico o un profesional encargado de su gestión. Se trata de documentos cuya reutilización desde la negociación de contenidos reporta beneficios a la empresa, es decir, que ésta obtiene una rentabilidad a partir de la gestión de contratos, ilustraciones o textos.

La evolución o revolución tecnológica ha modificado los sistemas de trabajo con el fin de agilizar algunas de las tareas, reduciendo los documentos en número y, al mismo tiempo, obligando a una mayor atención a sus contenidos, ya que en ellos se justifican las tomas de decisiones, la aplicación de las mismas y los resultados finales.

“La documentación editorial forma parte del patrimonio cultural de la empresa y es también patrimonio de la sociedad”

Ernest Hemingway explicó el éxito de su novela *El viejo y el mar* haciendo apología de la documentación. Indicaba el premio Nobel que su gran obra era como un iceberg, con el noventa por ciento sumergido en el agua (documentación) y el diez por ciento en la superficie. Nos sirven estas palabras para presentar la documentación editorial, porque los libros tienen mucho de iceberg. La tarea documental necesaria para elaborarlo es, en la mayoría de las ocasiones, muy superior a la que

dedica el autor al texto. No nos referimos sólo a los datos recopilados para la redacción o creación, sino a las actividades y documentos imprescindibles para configurar ese maravilloso artefacto.

2. El departamento de documentación editorial

Desde que el autor entrega el original, es decir, el documento primero o núcleo del proyecto, hasta que se presenta el documento final o libro, se generan decenas de documentos en todas las áreas o departamentos de trabajo.

La documentación editorial está presente en todo el proceso. Todas y cada una de las decisiones que se toman se soportan en documentos elaborados previamente (fichas de trabajo, contratos de edición, dossieres de prensa, etc.), al tiempo que los resultados de las decisiones generan otros nuevos que completan la obra del autor (prólogos, índices, cronologías, solapas, fichas biográficas, etc.).

El sector editorial es uno de los más ricos en la producción de documentos, y a su vez es uno de los más interesantes porque los modelos generados tienen en ocasiones tanto o más valor que el referente original. Es el caso de los prólogos, introducciones, epílogos, presentaciones, estudios o críticas de obras clásicas, cronologías, índices, solapas, etc. Éstos son base de nuevos trabajos, como lo fueron, por ejemplo, los textos para solapas a los que Ramón Gómez de la Serna denominó “literatura solapada” después de encargarse de su redacción para la *Colección Austral* de Espasa y *Los Contemporáneos* de Losada.

Las tareas tradicionales del documentalista (archivo y custodia) han dado un giro hacia la gestión de la información, de forma que realiza unas actividades creativas y de comunicación, y otras menos valoradas pero igual de efectivas, como el constante enriquecimiento de los

contenidos de cada obra. Desde los departamentos de documentación las respuestas a las demandas internas y externas son constantes, con soluciones que no son evaluadas y que deberían serlo por los comités directivos.

“El sector editorial es uno de los más ricos en la producción de documentos”

El departamento de comunicación, teóricamente responsable de algunas de estas cuestiones, se encuentra habitualmente desbordado y por ello no siempre presta la atención debida. La responsabilidad del documentalista en este caso consistirá en preparar los documentos necesarios para responder con inmediatez. Será la persona encargada de estudiar y analizar los fondos, de tal modo que resuelva las consultas de los editores, de los investigadores o de los clientes de la empresa.

El primer objetivo del departamento de documentación editorial debe ser la conservación (sin contenidos no hay mensajes), y enseguida, el análisis y la difusión. Los documentos generados en el proceso constituyen el patrimonio, teniendo en cuenta que desde que se inicia la relación con el autor (correspondencia) hasta el producto final, todas las gestiones producen documentos en un bucle continuo. El departamento “ideal” debería controlar los diferentes contenidos mediante tres vías: archivo, biblioteca, y fototeca y videotecas (figura 1).

El contenido de los archivos es muy diverso y con excepcional interés. Se trata de conjuntos documentales que, como dijimos, constituyen el patrimonio histórico y cultural de la empresa, que al mismo tiempo conforman la historia de la cultura. Los documentos fundamentales del

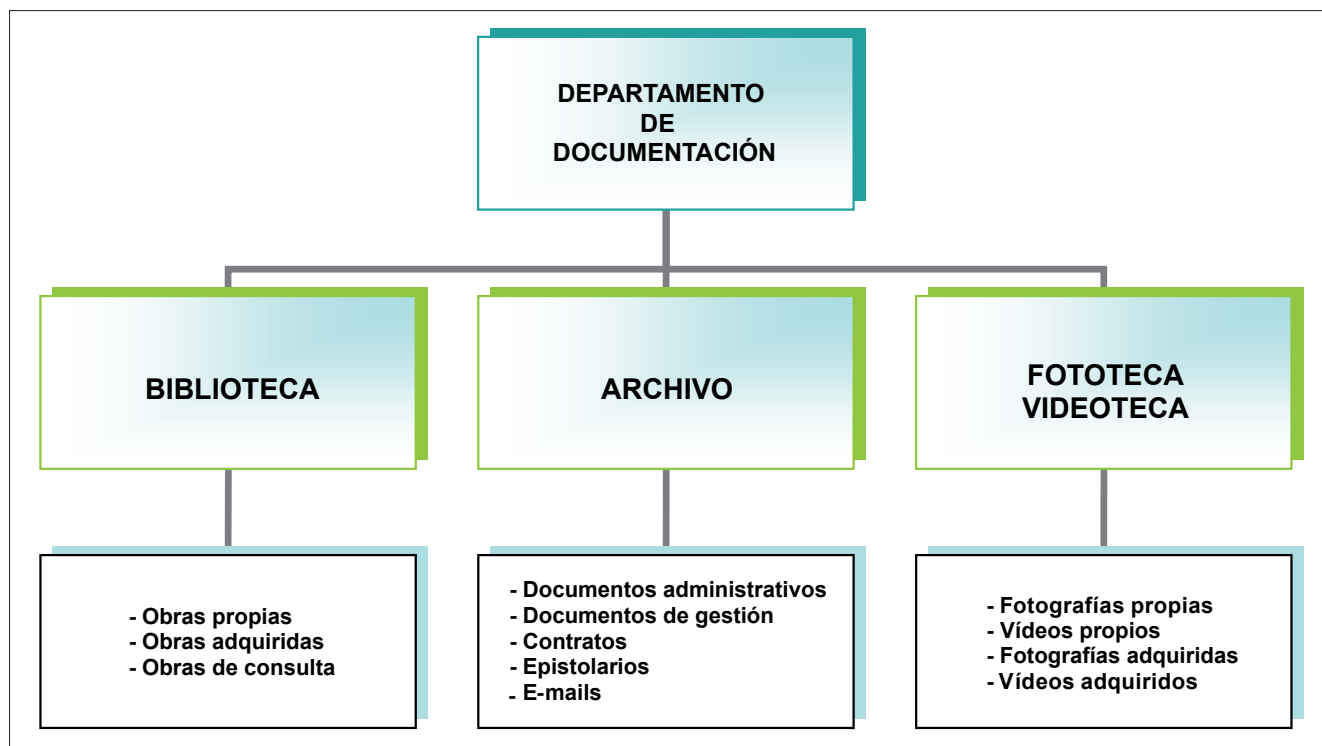


Figura 1. El departamento de documentación editorial

archivo son la correspondencia con autores, los contratos de edición y las actas de los comités de trabajo.

Las fototecas-videotecas disponen del material gráfico, con carácter general o dependiendo de la especialización. El uso de fotografías en portadas, publicidad e interior genera un volumen de negocio considerable. La organización de la fototeca posibilita la recuperación de material procedente de portadas, reportajes de autores y actos, bodegones de libros o imágenes publicitarias y su aplicación posterior. Pensemos en los libros de texto o en las obras de referencia, donde el material gráfico es abundante y su reutilización supone fuertes inversiones (Sánchez-Vigil, 2006: p. 285).

“El primer objetivo del departamento de documentación editorial debe ser la conservación, seguida del análisis y la difusión”

En lo que respecta a la biblioteca, de su gestión pueden obtenerse respuestas a las consultas generales (gramática, ortografía, biografías, cronología, etc.), y elaboración de informes, proyectos, estudios, etc. Pero hay que destacar sobre todo la propuesta de recuperación del fondo editorial para reediciones o reimpressiones, y la respuesta concreta al usuario (interno o externo). Las bibliotecas editoriales son especiales en cuanto que forman parte de una empresa que produce, distribuye y comercializa libros; es decir, documentos especiales. Tienen una doble función interna y externa, ya que son utilizadas por el personal de la editorial y por los investigadores interesados en aspectos concretos relacionados con la edición (tipos, fechas de publicación, ilustradores, prologuistas, etc.).

3. Valor de la documentación editorial: gestionar y rentabilizar los contenidos

La documentación editorial es el conjunto de documentos referentes a la empresa editorial y sus ac-

tividades, a los editores y ediciones (Sánchez-Vigil, 2009: p. 295). En edición, el resultado final es un documento compuesto por varios documentos, denominados recursos, paratextos o programas: “El programa es la aportación esencial del editor académico y aplicada al texto lo ordena, modela, lo convierte en manejable para el lector” (Ibáñez-Soler, 2009: p. 70). También el contenido, sea del tipo que sea, se crea con apoyo documental.

Aceptando estas premisas, y conociendo el escaso interés que las empresas muestran por el tema, ya que el planteamiento actual es la solución inmediata sin aplicar políticas a medio o largo plazo, la justificación de puesta en marcha de secciones específicas o de contratación de profesionales, pasa por rentabilizar contenidos.

Las unidades documentales, centralizadas o no, conservan para uso interno las producciones propias y aquellas adquiridas para llevar a cabo los proyectos. Gestionar una unidad documental comprende un conjunto de actividades encaminadas al establecimiento de una mi-

sión, la fijación de unos objetivos y metas, la motivación del personal, la valoración del rendimiento tanto del personal como de las tecnologías empleadas, la evaluación de los resultados alcanzados y la adaptación de los ajustes necesarios para conseguir los propósitos perseguidos (Ramos-Simón, 1996: p. 513). Todos los departamentos de la empresa editorial generan numeroso material, en especial los dedicados al marketing y a la comunicación y, sin embargo, la mayoría de las editoriales no cuentan con especialistas en su conservación, análisis y/o reutilización.

La tarea del documentalista como gestor de la información en una editorial resulta clave porque la información es fundamental en la elaboración del libro. Todo cuanto se mueve en torno al proceso se basa en la información, desde que se realiza el informe de mercado hasta que la obra se pone a la venta. Y al mismo tiempo, durante ese proceso se generan documentos. Gestionar la información en la editorial es sinónimo de rentabilidad. La pretensión en los consejos de edición es: “costo cero”; es decir, que se desarrolle el proyecto o la tarea con la mínima inversión.

Gran parte de los documentos se rentabilizan, empezando por el texto del autor, que además de la comercialización directa, una vez transformado en libro, es susceptible de ser traducido, fragmentado, adaptado o fotocopiado. Por cada una de estas operaciones se pacta un precio, y en cada una de esas operaciones se genera un nuevo documento: contratos de edición, textos en nuevas lenguas, fotocopias y por supuesto nuevas publicaciones. El simple trueque de documentos entre editoriales es, por consiguiente, una forma de rentabilizar el fondo. La justificación de la existencia del departamento de documentación o de los profesionales encargados de la gestión

puede y debe realizarse desde la rentabilidad. Las preguntas son entonces: ¿qué rentabilizamos? y ¿cómo lo hacemos? La diferencia con respecto a otras empresas es que los contenidos que se manejan, la materia prima, están sujetos a la *Ley de propiedad intelectual*, y sus usos generan movimiento económico. Se entiende así la existencia de entidades de gestión como *Cedro*¹, mediante la cual las editoriales (también los autores) reciben la compensación económica por la fotocopia de sus contenidos; o *Vegap*², encargada de la gestión de las obras de artistas plásticos.

**“La justificación
de la existencia del
departamento de
documentación debe
realizarse desde la
rentabilidad”**

¿Qué rentabilizar? Si el departamento de documentación editorial tiene una estructura mínima, elemental, dispondrá de una biblioteca (los propios libros editados por la empresa), una fototeca y un archivo, y los tipos documentales serán diversos: libros, fotografías (retratos, reproducciones de portadas, actos culturales, etc.), textos de autores, contratos, y todo el aporte documental externo para poner en marcha cada una de las tareas de las secciones clave en el proceso: documentación administrativa, folletos, catálogos, etc.

Es decir, que nos encontramos con abundante material que es susceptible de ser reutilizado y que debe valorarse cada vez que se aplique a un nuevo proyecto. Pongamos como ejemplo el uso del fondo editorial (libro publicado) para editar facsímiles o para ofertar a empresas para ediciones populares (periódicos, revistas, centros públicos, etc.), o bien la reutilización de fotografías en obras de referencia (enciclopedias impresas o digitales). Tan sólo los precios de las imágenes en las fototecas comerciales para uso editorial justifican la existencia del archivo fotográfico.

¿Cómo rentabilizamos los documentos? En primer lugar valorando la aplicación de los mismos. Tener una biblioteca en el centro (impresa o digital), completada con fondos de otras editoriales, supone un ahorro de tiempo en la búsqueda y también la posibilidad de disponer de contenidos propios, generados en el proceso de preimpresión. De igual modo organizar un archivo fotográfico supone un importante ahorro en la inversión en libros ilustrados o de texto.

Pero hay un segundo factor que no se ha tenido en cuenta y que es la tarea documental: la atención al usuario, al receptor, al cliente si se quiere. Las empresas editoriales son el paradigma de la industria cultural, y forman parte de una cadena a la que los investigadores acuden con frecuencia. Este servicio, esta tarea intelectual es clave en el crecimiento de la propia empresa y debe valorarse, porque es un factor que proporciona prestigio. No debemos olvidar que las agencias de evaluación de los profesores universitarios tienen como referente clave el que los artículos o libros hayan sido publicados por editoriales de prestigio. Los indicadores no han sido definidos, pero apuntamos aquí uno posible: la calidad de la respuesta a la demanda desde el centro de documentación (lo que evidentemente implica su existencia), aval que debería ser imprescindible y garantizado por un profesional con la formación necesaria.

Los editores se interesan por la documentación cuando se relaciona con la rentabilidad inmediata, pero dicha rentabilidad debe contem-

“El editor debe tomar conciencia de que la documentación es un patrimonio cultural rentable”

plarse también a medio o largo plazo. En este sentido tenemos como ejemplo la propuesta para la creación de una base de datos de libros en venta con una serie de campos informativos (autor, título, ISBN, precio, resumen de contenido, notas de prensa y elementos iconográficos), de forma que cada editorial, siendo propietaria de sus ficheros, pudiera hacer un uso común de los contenidos de la base con las siguientes utilidades (Ávila, 2004: p. 98-100):

- Referencia para el departamento editorial
- Preparación de notas de prensa
- Preparación de catálogos editoriales
- Información para la web
- Información para comerciales
- Información para la distribución (*Sinli*³)
- Referencias para ISBN
- Referencias para bibliotecas
- Referencia para la producción editorial general

Es obvio que si justificamos la rentabilidad de contenidos apostamos por su gestión. El planteamiento de Ávila tiene que ver con el producto final, pero en la cadena pueden realizarse otros procesos.

Por otra parte, en lo que respecta a la digitalización de documentos, las posibilidades son extraordinarias. Se abre aquí una vía en la que el documentalista cobra la máxima relevancia porque una

buena gestión de los contenidos digitales produce un movimiento económico. Los contenidos del documento libro se presentaban hasta ahora en papel, un soporte maravilloso basado en el diseño, pero en las obras de referencia, publicaciones científicas y textos de investigación el diseño y los sentidos (tacto, vista, etc.) pasan a un segundo plano. Interesa prioritariamente en estos casos el contenido y ello posibilita nuevas vías de comercialización. Por tanto, el tratamiento de textos (tratamiento de la información) toma el máximo interés por la necesidad de preparar los materiales para responder a la demanda del receptor o usuario.

3.1. Tipos de documentos editoriales

La diversidad de documentos generados por los distintos departamentos permite establecer una tipología específica:

a) Áreas de trabajo

1. *Documentación general*: cada comité de trabajo genera sus actas particulares, con el resumen de los acuerdos sobre proyectos o temas concretos.

2. *Editor-autor*: de la relación entre ambos surgen precontratos, contratos, acuerdos, correspondencia, en la que se explica el proceso de trabajo.

3. *Edición*: bajo el control del editor se encuentra el original del autor, ficheros digitales, galeradas, pruebas corregidas por el autor, pruebas del corrector, textos de solapas, textos de cubiertas, maquetas ilustradas, ferros⁴, etc.

4. *Producción*: en el proceso se siguen las fases de preimpresión, impresión y encuadernación, en los que se generan órdenes de trabajo, control de materiales, etc., más los que resultan de la realización del libro: galeradas, pruebas corregidas, maquetas, etc.

5. *Marketing y comunicación*:

se trata de los departamentos con mayor actividad, en los que se generan cubiertas, catálogos, dossiers, boletines, folletos, informes y todo tipo de complementos publicitarios.

6. *Administrativa*: área de coordinación responsable de aspectos administrativos: facturación, peticiones, órdenes de pago, etc.

“El sector editorial debe considerar la creación de departamentos de documentación con funciones específicas en la gestión de la información”

b) Documentos generados

1. *Documentos comunes*: afectan a distintos departamentos de la editorial. La información es general y/o particular, y marca las pautas de comportamiento al tiempo que define la línea editorial: actas de comités editoriales, fijación de precios o plan editorial.

2. *Documentos de autor*: aquellos creados por el autor o en los que interviene durante el proceso: texto original, pruebas de autor o pruebas de ilustración.

3. *Documentos de edición*: responsabilidad del editor: edición de texto, proyecto del editor, informe de lectura, informe del editor sobre el texto, ficha de contratación, extracto o resumen de contrato, entrega de original, información para *sales folders*, *planning* de obra, petición de hoja de estilo, edición gráfica.

4. *Documentos de derechos*: los derivados de la gestión de la propiedad intelectual: contratos, liquidación, certificados de residencia, anticipos.

5. *Documentos de producción*:

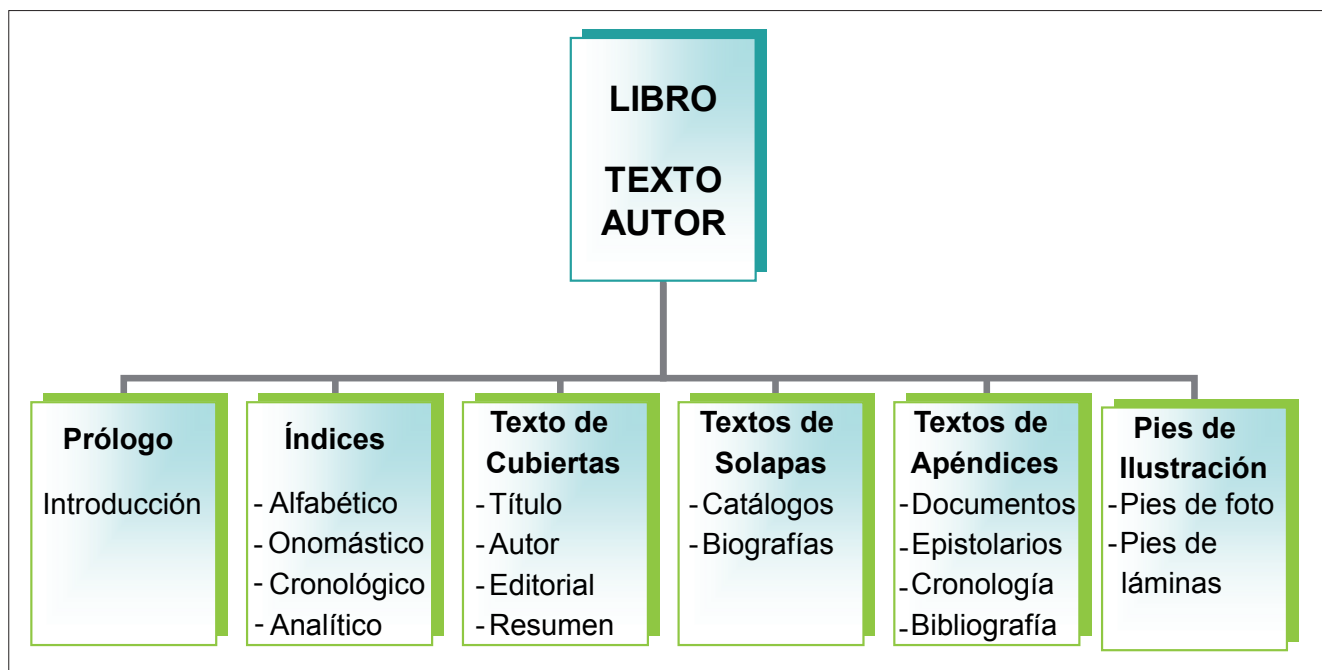


Figura 2. Documentos generados en la elaboración del libro

generados en el proceso de creación del libro:

– Preimpresión: planning, hoja de estilo, ficha técnica, galeradas, pruebas corregidas, maqueta de texto y/o ilustración, cubierta, sobrecubierta, ferros, pruebas CTF (*computer to film*), arte final, órdenes de trabajo para colaboradores y proveedores, etc.

– Impresión: capillas⁵, pliegos de ilustración, pruebas de cubierta.

6. *Documentos de marketing*: escandallo, catálogo editorial, folders, folletos publicitarios, programación editorial, novedades.

7. *Documentos de comunicación*: dossier de obra, *clipping*, comunicaciones y ruedas de prensa, presentaciones, premios y eventos especiales.

8. *Documentos de comercial*: petición de costes de proyectos, escandallo de venta, reimpressiones, informe de venta diaria.

9. *Documentos de distribución*: normalizados por Fande (*Federación Nacional de Distribuidores de Ediciones*) mediante el proyecto de normalización *Sinli*

(*Sistema de información normalizada para el libro*) que establece modelos comunes para todo el sector. Se han elaborado 17 documentos, desde el albarán de pedido del cliente hasta la factura de liquidación de venta³.

10. *Documentos de administración*: correspondencia general, notas oficiales, y los derivados de la gestión global.

“El libro electrónico hace posible la recuperación y difusión de textos descatalogados”

5. Conclusiones

El mundo editorial es clave para la defensa del idioma, los aportes al mundo de la lectura y la educación, y también se puede justificar su valor desde una perspectiva económica, social y artística. La documentación aporta el valor de gestión administrativa y de edición en cada trabajo editorial.

La edición abre nuevas perspec-

tivas a los documentalistas, ya que se trata de un sector que se encuentra en una etapa de transmisión que demanda contenidos y diseño, y ahí el centro de documentación puede ejercer sus dotes para actuar dentro de cada plan de trabajo de una edición.

El editor debe tomar conciencia de que la documentación es un patrimonio cultural rentable. Los editores se interesan por la documentación cuando advierten su rentabilidad.

La digitalización de contenidos hace necesaria la intervención de profesionales que los gestionen para su uso o difusión en la Red. El sector editorial debe considerar la creación de departamentos de documentación con funciones específicas en el tratamiento de la información. La mayoría de las editoriales no cuentan con profesionales especializados en la conservación, análisis y gestión de sus documentos.

El libro electrónico hace posible la recuperación y difusión de textos descatalogados, tarea en una etapa de transición que demanda más dinamismo, y en la que puede

y debe intervenir el documentalista como gestor.

La documentación editorial desaparece con el cierre de las empresas, por lo que sería imprescindible la inmediata creación de un centro oficial encargado de su recuperación. La rotación constante de editores (altas y bajas) provoca la falta de identificación con la empresa y la pérdida de documentos.

Notas

1. Centro Español de Derechos Reprográficos
<http://www.cedro.org/>
2. Visual-Entidad de Gestión de Artistas Plásticos
<http://www.vegap.es/>
3. Sistema de Información Normalizada para el Libro
<http://www.fande.es/Sinli/sinli.asp>
4. Ferro. Prueba de impresión que se hace de todo el pliego, una vez montado completo, a partir de los originales electrónicos definitivos, inmediatamente antes de pasar a la máquina de imprimir. El fin de un ferro es hacer una comprobación final del producto impreso, sobre todo para cotejar que todas las páginas están en el orden y posición adecuados, que las imágenes están bien encuadradas y cortadas, y que ninguna fuente se ha escapado en la filmación final.
<http://www.glosariografico.com/ferro>
5. Conjunto de los pliegos impresos y plegados que constituyen un libro, antes de ser cosidos y encuadrados, que el impresor envía a la editorial. La revisión de capillas es la última revisión que se hará del libro y, como ya están los pliegos impresos, plegados y alzados, sólo se corregirán errores muy graves.
<http://www.tsedi.com/>

6. Bibliografía

Afonso-Furtado, José. *El papel y el píxel. De lo impreso a lo digital: Continuidades y transformaciones.* Gijón: Trea, 2007.

Ávila, Antonio-María. "Proyecto de base de datos de libros en venta". En: V Congreso de editores. *Palabras en el camino.* Memoria. Santiago de Compostela: Federación de Gremios de Editores de España, 2004, pp. 98-100.

Chain-Navarro, Celia. *Gestión de la información en las organizaciones.* Murcia: DM, 1996.

González, Alicia. "Comunicación editorial y publicitaria. Posicionamiento dentro del ejemplar". *El publicista*, 2001, julio, pp. 48-71.

Hoyuela-Sánchez, Paloma. *La comunicación en la empresa editorial.* Tesis dirigida por Rafael López-Lita. Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I, 1997.

Ibáñez-Soler, Federico. "La edición académica: de texto a libro". *Trama & texturas*, 2009, octubre, n. 9, pp. 69-74.

Llull-Peñalba, Josué. "Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural". *Arte, individuo y sociedad*, 2005, v. 17, pp. 175-204.
<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/bba/11315598/articulos/ARIS0505110177A.PDF>

López-Yepes, José (ed.). *Diccionario enciclopédico de ciencias de la documentación.* 2 tomos. Madrid: Síntesis, 2004.

Marcos-Recio, Juan-Carlos; García-Jiménez, Antonio; Nuño-Moral, María-Victoria. *Gestión de la documentación en la publicidad y en las relaciones públicas.* Madrid: Síntesis, 2004.

Marcos-Recio, Juan-Carlos. *La documentación electrónica en los medios de comunicación.* Madrid: Fragua, 1999.

Pérez-De-la-Dehesa, Rafael. "Editoriales e ingresos literarios a principios de siglo". *Revista*

de Occidente, 1969, n. 71. Madrid: Fundación Ortega y Gasset, pp. 217-228.

Ramos-Simón, Luis-Fernando. "Administración, gestión y marketing de las unidades documentales". En: López-Yepes, José (coord.). *Manual de información y documentación.* Madrid: Pirámide, 1996, pp. 513-531.

Rico-Jerez, Marta; Lorente, Ana-María. "La documentación en la comunicación interna". En: Losada-Díaz, José-Carlos (coord.). *Gestión de la comunicación en las organizaciones: comunicación interna, corporativa y de marketing*, 2004, pp. 303-315.

Rodríguez-Bravo, Blanca. *El documento: entre la tradición y la renovación.* Gijón: Trea, 2002.

Sánchez-Vigil, Juan-Miguel. *La edición en España. Industria cultural por excelencia: historia, proceso, gestión, documentación.* Gijón: Trea, 2009.

Sánchez-Vigil, Juan-Miguel. *El documento fotográfico: historia, usos, aplicaciones.* Gijón: Trea, 2006, pp. 285-289.

Sánchez-Vigil, Juan-Miguel; Marcos-Recio, Juan-Carlos; Fernández-Fuentes, Belén. "Catálogos editoriales: características, funciones y tipología. Análisis de contenidos". *Scire: representación y organización del conocimiento*, 2008, enero-junio, v. 14, n. 1, pp.111-124. (Número monográfico: *Gestión de la información y el conocimiento: perspectivas y estudios de caso.* Francisco-Javier García-Marco (ed. lit.). ISSN 1135-3716).

Juan-Miguel Sánchez-Vigil, Juan-Carlos Marcos-Recio, María Olivera-Zaldua. *Universidad Complutense de Madrid.*

jmvigil@ccinf.ucm.es
jmarcos@ccinf.ucm.es
molizal@hotmail.com

Si te interesan los

INDICADORES EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA,

y todos los temas relacionados con la medición de la ciencia, tales como:

Análisis de citas, Normalización de nombres e instituciones, Impacto de la ciencia en la sociedad, Indicadores, Sociología de la ciencia, Política científica, Comunicación de la ciencia, Revistas, Bases de datos, Índices de impacto, Políticas de open access, Análisis de la nueva economía, Mujer y ciencia, etc.

Entonces **INCYT** es tu lista. Suscríbete en:

<http://www.rediris.es/list/info/incyt.html>