

Catálogos editoriales: características, funciones, tipología y análisis de contenido

Juan Miguel Sánchez Vigil

Juan Carlos Marcos Recio

Belén Fernández Fuentes

Universidad Complutense de Madrid (España)

Resumen

Estado de la cuestión sobre la publicación de catálogos editoriales impresos y digitales en centros privados y públicos relacionados con la edición. Los catálogos editoriales se presentan como obras de referencia. Se establece una tipología general y específica, atendiendo a su contenido, continente o presentación, editor o responsable de la edición y periodicidad. Se analiza su estructura interna y se valoran sus contenidos: autores, títulos, materias, colecciones y volúmenes de cada obra. Se estudia la función y tipología de los índices, definidos como resultado del proceso de descripción y caracterización de un documento.

Palabras clave: Catálogo. Catálogo editorial. Tipología. Estructura. Análisis de contenidos.

Abstract

The situation regarding the publication of printed and digital publisher's catalogues in public and private publishing houses and related centres world is explored. The publishing catalogues are conceptualized as reference works. A general and specific typology is established as a guideline, considering their contents, format and presentation, the editor or publisher of the edition and the periodicity. An analysis and evaluation of the internal structure and contents is done: authors, titles, subject matters, collections and volumes. Finally, the function and typology of editorial indexes are studied and defined as a result of the process of describing and characterizing documents.

Keywords: Catalogue. Publishing. Typology. Structure. Content análisis.

1. Introducción

La bibliografía sobre la edición apenas se ha ocupado de la documentación editorial, con excepción de los trabajos de los profesores Jean-François Botrel y Raquel Sánchez García. El estudio de los catálogos como fuente de información

o instrumento de recuperación de la misma ha sido realizado por Isabel Villaseñor, Luisa Orera y Manuel Carrión, pero solo desde el punto de vista biblioteconómico. Villaseñor (1999, p. 179) los define como “inventario de los fondos contenidos en este tipo de institución [biblioteca], relación ordenada de las descripciones de todos aquellos documentos que constituyen la totalidad de su haber, convirtiéndose así en el instrumento intermedio entre el contenido de esta y el usuario que desea acceder a él”. El *Diccionario* de la Real Academia Española (2001) presenta el término como “relación ordenada en la que se incluyen o describen de forma individual libros, documentos, personas, objetos, etc., que están relacionados entre sí”; esta acepción, aplicada al catálogo editorial, nos llevaría a la siguiente definición: “memoria de publicaciones ordenada según determinados criterios: autores, títulos, materias y otras que considere el responsable del mismo”.

La editora Gill Davies (2005, p. 10) afirma que definir un catálogo editorial resulta bastante difícil porque su concepción puede ser tanto reducida como amplia. Esta observación la realiza desde el aspecto cuantitativo de los fondos y partiendo de la base de que los catálogos se organizan en torno a un mercado en el que se consideran el tema o materia (contenidos: poesía, enseñanza, cocina, etcétera) y el lector (profesional, intelectual, estudiante, etcétera). Si establecemos una similitud entre los fondos de la biblioteca, procedentes de varias editoriales, con los de la editorial, de origen particular o único, la definición es válida para el catálogo editorial, si bien matizada: “memoria o inventario de los fondos de una editorial con descripción de sus contenidos, cuya finalidad es su presentación y difusión”. Por *descripción* entendemos el conjunto de informaciones añadidas a las simples relaciones: índices de autores y obras, presentación de contenidos, colecciones, precios, proyectos e ilustraciones. Raquel Sánchez García (2001, p. 245) señala además, siguiendo a R. Barría, otros elementos útiles de algunos catálogos: informaciones, conmemoraciones, frases célebres, calendarios, etcétera.

José Martínez de Sousa (1993, p. 241) presenta el catálogo como “lista de las obras que una editorial tiene a la venta, generalmente dispuesta por autores y por materias, aunque también se puede añadir una disposición por títulos”. Este autor hace referencia al modelo general de catálogo comercial; sin embargo, actualmente la función de los catálogos supera esta pretensión, puesto que se emplea como inventario interno, instrumento de presentación de los contenidos en eventos nacionales e internacionales, documento para el estudio de la edición e instrumento de trabajo en la recuperación de fondos editoriales.

Los catálogos editoriales son elaborados, en su mayoría, por una sola entidad, y excepcionalmente por un grupo de empresas públicas o privadas. Una de las prácticas habituales en España desde finales del siglo XIX hasta el comienzo de la Guerra Civil en 1936 fue la distribución de los fondos de pequeñas y medianas empresas por aquellas editoriales que contaban con mayores recursos económicos; el

resultado fueron catálogos de gran interés por su contenido especializado, como el de literatura editado por Espasa en el año 1928, que recogió, además de las publicaciones propias, los libros de las editoriales Aguilar, Babel, Cosmópolis, Biblioteca Blanca, Jiménez Fraud, La Lectura, Revista de Occidente, Hijos de Santiago Rodríguez, Rubiños, Mercurio, Biblos y Nueva Biblioteca Filosófica.

Jean-François Botrel (2001, p. 158) indica que en la primera mitad del XIX eran muy pocos los libreros que elaboraban catálogos con periodicidad, y cita algunos ejemplos: las *Hojas de anuncios* de Cabrerizo o Mompí en Valencia, el *Catálogo mensual* de la Librería Nacional y Extranjera de Fernando Fé en Madrid, *L'arxiu* de la librería Juan Bautista Battle en Barcelona, los catálogos de la Librería Razola en 1838, de Manuel Saurí en 1840, o de la Tipografía Bergnes de las Casas en 1842 y el *Boletín* de la Librería de Mariano Murillo desde 1873. La profesora Sánchez García (2001, p. 245) cita entre los catálogos editoriales publicados en el primer tercio del siglo XX los modelos de Saturnino Calleja y la Compañía Iberoamericana de Publicaciones (CIAP). El primero, fechado en el año 1911, presenta como características los índices de autores y títulos, además de ilustraciones de portadas e interiores utilizadas como reclamo e instrumento para la venta. El catálogo de la CIAP se publicó en 1930, cinco años después de la fusión de CALPE con Espasa, e incluía información de las empresas que componían dicho grupo editorial. Entre ambos modelos cabría añadir el de Renacimiento de 1915 y los de CALPE de 1921 (general y colección "Universal"). Estas dos empresas pretendieron mucho más que la comercialización de sus productos, ya que su estructura por colecciones conectaba directamente con distintos sectores sociales, y en especial con profesionales e investigadores. Otros detalles, como la referencia constante a los libros en prensa o en proyecto, no solo mantenían la expectación, sino que transmitían la idea de continuidad y señalaban las propuestas o metas de futuro.

Después de la Guerra Civil (1936-1939) y hasta comienzos de los años cincuenta, los catálogos fueron listas de libros con diseños simples. La presentación de las cubiertas se realizó mediante tipografías tradicionales y generalmente en blanco y negro, evidentemente por el costo de la impresión en cuatro colores. Se trata de obras de referencia sin índices, con una distribución por materias en orden alfabético a modo de tesoro. Como ejemplo, el catálogo de la Librería y Editorial Beltrán (Madrid, 1948), con la siguiente clasificación: actualidades pedagógicas, biblioteca moderna de filosofía y ciencias sociales, historia, literatura, raros y curiosos, tauromaquia y varios.

En los años cincuenta se produjo una recuperación en la industria editorial y en consecuencia un rediseño de catálogos, con mayor número de páginas de información sobre los productos culturales. Se incorporó el color a las cubiertas y los contenidos se consideraron información. En determinados casos sorprende la inclusión de textos obvios, como ocurre en el catálogo de Ediciones Iberoamericanas de 1950,

donde se indica en portada: “Clasificado por orden alfabético”. En los sesenta, los sobrios catálogos de posguerra recuperaron el valor de obra de referencia y, además de trabajar especialmente los contenidos, volvieron a ilustrarse; con ello se pretendía incluirlos en el fondo como un libro más y, por otra parte, poner en manos del librero la máxima información, ya que este era la principal vía de comunicación con el lector.

Es imprescindible citar como modelo de los sesenta el catálogo general que la editorial mexicana Fondo de Cultura Económica elaboró con motivo del treinta aniversario de su fundación (1934-1964), y del que se tiraron 15 000 ejemplares. En la nota preliminar ofreció un resumen histórico de la empresa, con referencia de sus objetivos y resultados. El número de páginas fue de 628 y la estructura general se resolvió por materias (18 temas diversos), completadas con un índice general de autores. Cada materia se constituyó a modo de sección, por orden alfabético de autores y con un comentario general extenso de sus obras, indicando traductor, edición, año de edición y páginas. Por lo que respecta al diseño, el formato es medio folio, con portada ilustrada e ilustraciones también en el interior, distribuidas en pliegos o cuadernillos (retratos de autores y bodegones de libros). De gran interés, por su excepcionalidad, es la inclusión en el colofón del equipo de redactores, coordinado por el gerente del departamento de Promoción y Publicidad, Manuel Andújar (portada: J. M. Jiménez Botey; índices y corrección: Tomás Mojarro, Jasmin Reuter, Martí Soler y J. C. Vázquez; fotógrafos: Ricardo Salazar y Lauro José Zavala).

En los años setenta, la transición democrática y el cambio sociocultural tuvieron reflejo en la edición con la ampliación de fondos y el rediseño de catálogos. A partir de entonces se hacen más “ligeros” (menos páginas y estructura más simple), debido por una parte a que los medios de comunicación incluyen información sobre libros en sus secciones de cultura, por lo que ya no es tan necesaria la formación del librero, y por otra, muy ligada a la anterior, porque se crean en las editoriales los departamentos de comunicación, que facilitan dossiers a la prensa con información sobre el fondo, la forma y las pretensiones de la editorial. En los ochenta se rompió la norma del formato tradicional (cuarto y octavo) para crear modelos novedosos. Las ilustraciones (bodegones y retratos) se hacen imprescindibles como reclamo, mientras que las estructuras se resumen en dos grandes bloques: materias y autores.

Estos modelos se mantuvieron en las dos últimas décadas del siglo XX, y en el año 2000 la mayoría de las editoriales, con excepción de las dedicadas a narrativa, modificaron los formatos hacia tamaño folio, tanto para los catálogos generales como para los especializados (materias, colecciones, etcétera). Por lo que respecta a los libros de bolsillo, las editoriales europeas marcaron la norma, con formatos copiados de clásicos (13 x 18 cm), como el catálogo de la colección “Folio”, editada por Gallimard, estructurado por temas con índices de autores y títulos.

Internet ha cambiado la concepción de los catálogos, no solo de los digitales sino de los impresos, ya que cumplen funciones distintas en cada caso. Si el catálogo en línea permite la búsqueda directa e inmediata de las obras de un autor o de un libro concreto, el impreso cubre un vacío importante: la visión global de la producción de una determinada editorial o de sus colecciones mediante el índice de materias que abre, generalmente, sus páginas. Por otra parte, se establece una competencia entre ambos modelos, lo que deriva en influencia positiva sobre los catálogos impresos, que se presentan en papel de calidad, preciosamente ilustrados y con información añadida. Todo ello justifica su coexistencia y convierte algunas de estas publicaciones en pieza codiciada por editores, libreros, bibliotecarios, bibliómanos y bibliófilos.

2. El catálogo editorial como obra de referencia

Los catálogos son referentes identificadores de las editoriales y signo de su identidad profesional. Las obras de referencia se definen como fuentes de información de carácter documental. El catálogo, en su función de obra de referencia, reúne una serie de características generales susceptibles de ser analizadas para su estudio. Así, el uso de los catálogos editoriales por los profesionales de la edición y por los investigadores permite establecer las siguientes consideraciones: *a)* los catálogos son bases de datos de los fondos editoriales que contienen el inventario interno de la producción editorial en un periodo de tiempo determinado; *b)* asimismo son documentos de referencia del patrimonio en lo que se refiere a ediciones de fondo histórico y/o especial; *c)* son documentos imprescindibles en el estudio y análisis de la edición desde todos los puntos de vista: histórico, cultural, socio-económico, etcétera; *d)* permiten la difusión de la producción editorial en eventos relacionados con la cultura editorial: ferias, congresos, encuentros, intercambios, etcétera, tanto de carácter nacional como internacional; *e)* constituyen una fuente auxiliar en la búsqueda, análisis, oferta y difusión de la información; *f)* son instrumentos de trabajo en la recuperación del fondo editorial; *g)* son documentos secundarios en relación con la fuente primaria a la que remiten: libro, *e-book*, vídeo, CD-ROM, producto multimedia, etcétera; *h)* su consulta es abierta, inmediata y directa; *i)* la información es ampliable puesto que remite a nueva información contenida en otros documentos; *j)* generalmente pretenden la comercialización y/o difusión de sus contenidos en el área de negocio relacionado con la venta del “producto”.

2.1. Proceso documental

En la elaboración del catálogo como fuente de información y obra de referencia se realiza el proceso documental: recopilación, ordenación, tratamiento y difusión de la información. Cada una de estas fases presenta diversas peculiaridades.

- a) *Recopilación de la información.* Obtención de datos sobre los contenidos editoriales de las distintas áreas de edición (juvenil, narrativa, obras de referencia, ensayo, libros ilustrados, etcétera). Para ello se consultan los documentos relacionados con los proyectos.
- b) *Ordenación de la información.* Valoración de los criterios de presentación de la misma en función del usuario. Se establece la tipología de los índices, la estructura del sumario y el desarrollo de los contenidos: autor, título, comentario del contenido, precio, códigos de control, etcétera.
- c) *Tratamiento de contenidos.* Presentación de los contenidos de las colecciones y/o títulos. En su caso, también datos generales o específicos sobre autores, ilustradores, traductores, etcétera. Cada modelo de catálogo responde a un criterio, según los objetivos: hay catálogos generales, especializados, especiales...
- d) *Difusión.* Distribución de los catálogos en los sectores vinculados a la edición y comercialización de los contenidos. Con la difusión finaliza el proceso, y la pretensión final es que el “producto” alcance su destino, bien mediante la venta si la edición es venal (librerías, grandes superficies, kioscos de prensa, empresas, etcétera), o bien mediante la donación o el intercambio (bibliotecas públicas, centros de documentación, instituciones culturales, etcétera).

3. Tipología de los catálogos editoriales

La tipología de los catálogos, en relación con las bibliotecas, ha sido establecida por Manuel Carrión (1993, p. 174) siguiendo los criterios de extensión (colectivos, generales y especiales), uso (internos y públicos), sistema de ordenación (alfabéticos, numéricos y mixtos), forma (fichas, lista, en línea, discos ópticos) y función (autores y materias). Entendiendo que los catálogos editoriales pretenden la máxima difusión de los contenidos, estarán destinados a uso público, su presentación será impresa o automatizada, y su extensión, libre.

José Martínez de Sousa (2002, p. 298) establece tres modelos de catálogos editoriales contemplando exclusivamente los contenidos: generales (de toda la producción editorial), especializados (de una o más materias o colecciones) y comentados (con anotaciones críticas de la obra). Partiendo de esta referencia, la tipología de los catálogos editoriales deberá responder a cuatro criterios generales frente al único propuesto por Sousa, clasificación que resulta del análisis de las fuentes originales tras un trabajo de investigación en el que se han tomado como muestra un centenar de catálogos publicados por una veintena de empresas del sector editorial. Se han revisado catálogos de importantes empresas y grupos editoriales: Planeta, Espasa-Calpe, Anaya, Santillana, Edelvives, Alfaguara, Lunwerk,

Grupo 62, Gustavo Gili, Seix Barral, McGraw Hill, Destino, entre muchas otras. Asimismo se han analizado los catálogos generales y especializados de sellos independientes: Tutor, Siruela, El Acanalado, El Cobre, etcétera.

3.1. Tipología según contenido

Se contemplan en este apartado los modelos de catálogos por su contenido: referencias a las obras. Aspecto importante en este grupo son las ilustraciones.

1. *Generales*. Contienen el conjunto del fondo editorial y se editan con determinada periodicidad, generalmente anual. Incluyen datos e índices de autores, títulos, colecciones, materias y precios. Dentro de este grupo se consideran las “listas de precios” y los “boletines de pedidos”, generalmente muy elaborados.

2. *Especializados*. Contienen las obras de una determinada materia de la editorial: música, literatura, medicina, deporte, etcétera. Se editan con periodicidad indefinida y su estructura responde al interés en la promoción de determinadas obras.

3. *Especiales*. Elaborados para presentación de obras o colecciones concretas. En ocasiones se preparan con motivo de la celebración de eventos (ferias, congresos...): *one-shot*, reediciones, campañas comerciales, diseños para instituciones o empresas, etcétera.

4. *Específicos*. Se incluyen en este grupo aquellos catálogos de obras similares y con características comunes pero no referidas al contenido, sino al continente o forma, siempre que no constituyan una colección. *Específico* es aquello que distingue una especie de otra, entendiendo por especie el “conjunto de cosas semejantes entre sí por tener uno o varios caracteres comunes” (DRAE). Es el caso de los libros de bolsillo, de los facsímiles o de las obras de gran formato con contenido, medidas o diseño diferente.

5. *De colección*. Contienen los títulos y autores de una determinada colección (general o especializada) del fondo editorial. Se editan sin periodicidad definida. Estos catálogos, por su especificidad, presentan como rasgo significativo la posibilidad de búsqueda por todos los tipos de índices (autores, títulos, números y materias) e incluso incorporan otros cuando se trata de colecciones destinadas a lectores especiales: índice de temas y de valores.

6. *De novedades*. Sirven para la presentación de nuevos libros. Son complementarios a los cuatro modelos anteriores. Su función es cubrir los espacios temporales entre catálogos generales y/o de colección.

7. *Complementarios*. Listas de precios, dípticos, folletos puntuales, etcétera. La periodicidad en la edición viene determinada por la producción editorial (mensual, trimestral...). Generalmente no contienen índices, ya que se trata de relaciones de nuevos libros.

3.2. Tipología según continente o presentación

1. *Impresos*. Documentos elaborados siguiendo las técnicas tradicionales. Este modelo comprende las categorías relativas a su contenido: generales, especializados, especiales, etcétera.

- 1.1. *Rústica*. Encuadernados en rústica sin diseño ni tipografía especial.
- 1.2. *Especiales*. Presentan características especiales en cuanto a su formato, encuadernación o diseño.
- 1.3. *Ilustrados*. Aquellos en rústica o especiales que incluyen ilustraciones descriptivas de los temas comentados, generalmente reproducciones de las cubiertas y/o retratos de los autores.

2. *Automatizados*. Documentos digitales elaborados para su consulta y difusión en línea. Este modelo comprende las categorías relativas a contenido y diseño: generales, especiales, de novedades, ilustrados, etcétera.

3.3. Tipología según editor o responsable de la edición

1. *Empresas o instituciones públicas*. Recogen las publicaciones editadas por instituciones dependientes de la Administración Pública: ministerios, museos, consejerías, ayuntamientos, diputaciones, etcétera.

2. *Empresas o instituciones privadas*. Publicados por editoriales privadas o por aquellas instituciones de carácter privado que pretenden la difusión del libro en el sentido más amplio; en este modelo se encuentran los gremios de editores, que reciben ayuda de la Administración para cumplir sus objetivos.

3. *Colectivos*. Editados por instituciones públicas o privadas. Su presentación puede ser impresa o automatizada, y genéricamente se denominan *de novedades editoriales*. Tienen periodicidad determinada (mensual, trimestral, semestral o anual) y la tipología responde a los siguientes modelos:

- 3.1. Catálogos de grupos editoriales.
- 3.2. Catálogos de asociaciones o gremios.
- 3.3. Catálogos de empresas que distribuyen fondos propios y los de otras dedicadas a la misma actividad.

3.4. Tipología según periodicidad

1. *Mensuales*. Poco habituales por el corto periodo de tiempo en su realización. Se trata generalmente de las listas de precios.

2. *Trimestrales*. Se consideran documentos de actualización de contenidos y precios. En este bloque se incluyen tanto las listas de precios como los boletines de novedades, publicaciones dedicadas a actualizar los catálogos de periodicidad semestral o anual.

3. *Semestrales*. Publicaciones de carácter general. Son semestrales los catálogos generales editados por las grandes y medianas empresas. Las pequeñas empresas realizan estas publicaciones con periodicidad anual para ahorrar en inversiones.

4. *Anuales*. Tienen periodicidad anual los catálogos de contenidos generales o bien los editados con carácter especial para presentar selecciones de obra en periodos más comerciales: Navidad, feria del libro, etcétera.

5. *Periodicidad indefinida*. Se incluyen aquí los catálogos de todo tipo, y en especial los electrónicos, automatizados, actualizados al día en sus contenidos.

La combinación de los distintos modelos posibilita varias categorías en función del interés del editor, el responsable de la edición, el departamento de comunicación, el comercial, el de marketing, etcétera. Así, resultan las siguientes:

1. Catálogos impresos o automatizados
2. Elaborados por empresas públicas y/o privadas
3. De contenido general o específico
4. Con o sin índices de autor, título, materia, colección y otros
5. Ilustrados (con fotografías, dibujos, infografía, etcétera) o no

4. Contenidos generales y específicos

Una vez establecida la tipología general de los catálogos, todos y cada uno de los modelos deberán ofrecer determinada información que configure los contenidos generales y específicos. Según José Martínez de Sousa (2002, p. 298), los aspectos sobre los que debe informarse en un catálogo son los siguientes:

1. Autor
2. Título
3. Colección
4. Tomos y volúmenes de cada obra
5. Número de páginas de cada libro
6. Formatos
7. Número de edición
8. Año de publicación
9. Clase de encuadernación
10. ISBN (International Standard Book Number)

Considerando estos diez campos como fundamentales, deberán contemplarse otros de gran interés relacionados con aspectos intelectuales, económicos y administrativos. Algunos son claves para la difusión, otros para el control de la edición y, en general, todos son de interés para el receptor:

1. Materia general de la obra (tesauro del catálogo)
2. Resumen del contenido
3. Precio de venta al público (PVP)
4. Código de barras

Si la materia general es común, su tratamiento será abierto (ensayo, historia, técnica, etcétera), y por consiguiente se hará necesario elaborar un tesauro como pauta para clasificar las obras. Así, en el catálogo de libros de bolsillo de Alianza se establecen las siguientes materias:

1. Bibliotecas de autores
2. Bibliotecas temáticas: juvenil, consulta, fantasía, clásicos de Grecia y Roma
3. Áreas de conocimiento: ciencia, técnica, ciencias sociales, humanidades, literatura, prácticos
4. Gran bolsillo
5. Biblioteca especial
6. Obras de José Ortega y Gasset

El resumen del contenido es referencia directa para el lector. En los catálogos de materias, así como en los especializados o especiales, se publican habitualmente resúmenes del argumento, informes basados en los índices e incluso apuntes biográficos de los autores.

La función del campo *precio de venta al público* (PVP) es obvia, sobre todo en España, donde la ley establece el denominado “precio único”. Aun así, es importante señalar que los catálogos editoriales tienen una función pública antes que privada, universal antes que particular, y que su objetivo final es la máxima difusión de los fondos. Por ello el campo *precio* será de gran utilidad para las instituciones donde la elaboración de presupuestos para adquisición de obras es obligada; es el caso de las bibliotecas públicas y de los archivos, así como de las bibliotecas y los centros de documentación dependientes de academias, ministerios, escuelas, institutos, universidades, empresas, etcétera. Las editoriales elaboran las denominadas *listas de precios*, que definimos como documentos informativos sobre el precio de la obra; se confeccionan al menos una vez al año y constan de sumario e índices de autores y títulos, incluyendo por obra los siguientes campos:

1. Código ISBN
2. Código de barras (EAN)
3. Colección
4. Título, autor y número de páginas
5. Precio sin IVA
6. Precio con IVA

El código de barras, denominado genéricamente UPC (Código Universal de Productos), es una representación binaria de los dos bloques de dígitos de control asignados. En Europa se denomina EAN (Numeración Europea de Artículos), y su desarrollo es el siguiente: los primeros siete corresponden al fabricante y son asignados por el organismo oficial correspondiente, los cinco siguientes son adjudicados por el fabricante, y el último es de control y se obtiene mediante cálculo especial (suma de las cifras que se sitúan en los lugares pares y multiplicación por tres; al resultado se le añade la suma de las cifras situadas en lugares impares; el dígito de control será lo que falte al resultado para ser múltiplo de 10).

5. Los índices: función y tipología

El índice se define como el resultado del proceso de descripción y caracterización de un documento con la ayuda de las representaciones de los conceptos contenidos en el mismo. Por consiguiente, el índice se obtiene tras el análisis de los contenidos, y el resultado son términos, conceptos o materias cuya función es facilitar la recuperación de la información. La UNESCO define los índices como listas ordenadas de referencias que ofrecen información suficiente de cada registro para que pueda ser identificado, mientras que Guinchat y Menou (1992, p. 69) los presentan como: “listas de términos que describen los documentos, seguidos cada uno de la referencia del documento al que caracterizan, de manera que pueda ser localizado fácilmente”.

Tipología

La tipología general de los índices presenta cuatro grupos diferenciados: biográficos, geográficos, de materias o temas y alfabético general. De la aplicación de esta tipología a los catálogos editoriales resultan los siguientes modelos:

1. *Índice de autores*. Contiene información sobre autores y sus obras. Puede añadir notas biográficas sobre los mismos y su relación con la entidad que los elabora.

2. *Índice de títulos*. Contiene información sobre obras y sus autores. Este modelo puede incluir un resumen del contenido.

3. *Índice de materias*. Contiene las materias generales o específicas que determine el editor. Se estructura a modo de tesaurus alfabético: A-Z.

4. *Índice numérico*. Se aplica a las colecciones numeradas. Aporta información sobre autor, título, materia y otros contenidos.

5. *Índice cronológico*. Establece varios periodos históricos e incluye los títulos en orden alfabético. El modelo de la editorial francesa Gallimard es el siguiente: Edad Antigua, Edad Media, siglo XVI, siglo XIX, siglo XX.

En determinados catálogos se incluyen excepcionalmente otros tipos de índices, como las obras fuera de colección que no responden a materias concretas ni a las seleccionadas para el tesoro predefinido, o bien los índices de editoriales cuando se trata de catálogos editados por gremios de editores como *Abre los libros*, publicado por el Gremio de Editores de Castilla y León (GECYL). Ciertas editoriales, por su especialidad, elaboran catálogos con índices específicos, además de los de autores y obras. Tal es el modelo de Ediciones Minotauro, que incluye los siguientes epígrafes: *Mundo Tolkien* (obras de este autor), *Bibliotecas de autor* (biografías y obras de autores), *Kronos*, *Pegasus* y *Utopías* (estos dedicados a la fantasía y la ciencia ficción).

6. Conclusiones

La evolución de los catálogos impresos no ha modificado, con carácter general, su estructura interna. Se mantiene el esquema siguiente: *a)* presentación, *b)* contenidos, *c)* índices.

Se publican muy pocos catálogos generales impresos con índices completos: tabla de materias, autor, título y colección.

El desarrollo se ha producido en el diseño más que en el contenido, ello en detrimento de las aplicaciones documentales. Así, se publican modelos atractivos por su estética pero sin índices o tablas de materias.

Las ediciones electrónicas, gracias a la posibilidad de elaborar bases de datos automatizadas, permiten búsquedas abiertas por cualquiera de los campos tradicionales (autor, título, colección) más la materia o contenido de la publicación y el código de identificación de la misma: *a)* autor, *b)* título, *c)* colección, *d)* materia general, *e)* materia específica, *f)* ISBN (International Standard Book Number).

Referencias

- Botrel, Jean-François (2001). Los libreros y las librerías: tipología y estrategias comerciales. La especialización y los catálogos. // Martínez Martín, Jesús A. (ed.). Historia de la edición en España, 1836-1936. Madrid: Marcial Pons, 2001. 157-162.
- Carrión, Manuel (1993). Manual de Bibliotecas. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1993.
- Davies, Gill (2005). Gestión de proyectos editoriales: cómo encargar y contratar libros. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 2005.
- Guichat, Claire; Menout, Michel (1992). Introducción general a las ciencias técnicas de la información y documentación. Madrid: CINDOC (CSIC): UNESCO, 1992. 2.ª ed.
- Martínez de Sousa, José (1993). Diccionario de bibliología. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1993.
- Martínez de Sousa, José (2002). Manual de edición y autoedición. Madrid: Pirámide, 2002.
- Orera Orera, Luisa (1997). Manual de biblioteconomía. Madrid: Síntesis, 1997.

- Sánchez García, Raquel (2001). Los catálogos y las señas de identidad editorial. // Jesús A. Martínez Martín (ed.). Historia de la edición en España, 1836-1936. Madrid: Marcial Pons, 2001. 241-268.
- Torres Ramírez, Isabel (coord.) (1999). Las fuentes de información. Madrid: Síntesis, 1999.
- Villaseñor, Isabel (1999). Repertorios con una función análoga a las bibliografías generales internacionales: catálogos y catálogos colectivos de grandes bibliotecas. // Torres Ramírez, Isabel (coord.). Las fuentes de información. Madrid: Síntesis, 1999. 179-193.